



# 2020半年度企业文化规划

汇报人 —贾梦垒—



# 目录/Contents



01、企业文化现状调查

02、企业文化地图

03、企划问题及目标预估

04、企业文化规划

05、企业文化人员架构

06、企业文化预算



# 01

## 企业文化现状调查

项目内容	问卷情况
文化理念	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、对价值观理解不是很清晰，需要进行深刻解读。</li> <li>2、“271”考核机制推动及释义不足，需要加强传播，并进行释义。</li> <li>3、“以客户为中心”理念非常好，需要继续保持并深入推动。</li> </ol>
文化活动	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、长期久坐，希望多点运动类活动；</li> <li>2、希望多点跨部门的活动，熟悉各部门人员；</li> <li>3、多一些户外运动、团建以及旅游等项目，增强趣味性；</li> <li>4、生日会被取消了，希望重启。</li> <li>5、职能端激励关怀比较少，希望加大激励项目。</li> </ol>
文化宣贯	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、宣传渠道建议多样化，内容更丰富，不仅仅只说理念；</li> <li>2、公司战略，部门资讯，行业信息也可以多一些。</li> </ol>

采访对象	主要内容	主要感知
培训部 郑老师	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、目前公司的业务端激励比较完善，有些激励可以从中后台做起；</li> <li>2、前期有伙伴咨询郑老师做一些中后台项目，所以中后台的文化激励可以作为切入点，做好后再深入支持业务部门；</li> <li>3、社团、生日会、大小型活动等均可落地执行。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、人物特点：郑老师为人有格局，并有很多年甲乙双方经验和业务经验，能够知道业务的真正需求；</li> <li>2、今后方向：企业文化和培训结合很紧密，今后在新人培训、领导力培训以及文化端的中高管素拓，价值观宣贯、共创会等方面都可以进行合作；</li> <li>3、建议以社团生日会大小型活动为切入点，然后培训端口也会配合宣传。</li> </ol>
BP组 杨达卓	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、达卓目前的团队3个人，其中会拉上各个助理一起做事，在今年6月份成立；</li> <li>2、目前主要内容有文宣（每日一篇），颁奖典礼等，荣誉墙，激励项目等；</li> <li>3、总体来说想到哪里做到哪里，长期规划和体系化可以强化。</li> </ol>	<p>人物特点：对公司以及业务非常了解，能够快速胜任不同岗位的需求，今后多多学习；</p> <p>工作内容：团队做的事情很多，文宣类和活动类工作目前均做的比较好。此项企业文化端需要后期慢慢融入，先从协助策划展开。</p> <p>今后规划：领导的支持，企划团队的专业性，以及业务团队的可持续是一个方向。先从公司级别入手，再深入到业务团队。</p>
集团总部品牌 公关部总监 卢仪诗	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、仪诗目前为总部企划的负责人，经验丰富，需要我多多学习。</li> <li>2、目前公司品牌部包含企业文化、品牌推广、seo舆情监控等多个小组，共计14人；</li> <li>3、各个事业部的文化需要多与集团总部进行承接，以便更好的落地文化，传承文化。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、做很多方面多与总部承接，文宣是与品牌对接最紧密的部分，此项需要多与总部承接；</li> <li>2、集团对舆情比较看重，此项银瑞由海涛负责，企划配合执行；</li> <li>3、活动版块目前与总部承接的主要是价值观版块，物质层面比较多。</li> </ol>
客服五部 林青川	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、青川是客服五部负责人，客服部业务团队激励内容比较齐全，但是细节方面需要多多斟酌；</li> <li>2、主要激励内容有，周会月会，各类表彰会。满1-3年老员工团建等。细节激励需要加强，95后居多，大家普遍需要精神激励；</li> <li>3、各类文宣、荣誉墙均比较齐全。文宣内容每天一篇，过于繁多，建议有重点的进行报道。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、业务团队围绕一句话：做业务的是会要拼尽全力，玩的时候要玩的很嗨。</li> <li>2、精英俱乐部内容后期可能需要协助，细节做好，爆点做好；</li> <li>3、司龄不同时间点设置不一样的激励内容，体现员工关怀；</li> <li>4、员工职场画像，从入职到转正，1-3年等，以及离职全方位文化关怀全覆盖；</li> <li>5、文宣内容减少一些，表达出隆重感，最好是与工作非常相关比较好。</li> </ol>
服务中心总监 韦广华	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、韦姐特别有亲和力，7年老员工，未入职银瑞就对企业有很深的感情；</li> <li>2、7年从基层到主任再到经理最后到总监，每一步都是一种进步，跟随企业一起成长；</li> <li>3、对业务有深刻了解，每一次业务转型都需要高层的眼光，更需要伙伴们执行到位；</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、后期文化端很多事宜可以寻求韦姐部门的支持，全力做好文化落地；</li> <li>2、同时可以更加贴近于高客部门的协作，争取落地效果较好，做到真的帮助到业务。</li> </ol>
策运 苏醒，余华峰	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、策运部门很多非常好的政在落地过程中展现出较好的成果，后期多多报道策运内容，在公司内外部同步宣导；</li> <li>2、策运部门的价投30，淘金之战，非农驾到，可以多做包装。时刻报道公司级和部门级大事记，将跨部门信息链接起来。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、多与策运部门沟通，保持常规采访报道；</li> <li>2、策运部门活动配合策划执行落地。</li> </ol>



# 02

## 企业文化地图

以上仅指集团与事业部链接的部分



优势：文化应有尽有

劣势：需要深挖，加强体系建设



## 板块体系不足，统筹较差，纯执行无主导





# 03

## 企划问题及目标预估



限于表层，脱离业务，未涉及价值观

## 企划现状问题汇总

### 整体问题

- 1、限于表层：活动和文宣在深度和受众方面均不深入。
- 2、脱离业务：与业务几乎无连接，链接仅限于纯执行走采购合同。
- 3、没有价值观落地：价值观宣导和活动均比较少，制度层面文化端目前没有。

### 文化活动

- 1、数量少，规模小，仪式感很弱：除了年会，没有全员活动，缺乏计入历史的企业仪式。
- 2、高层参与很少：文化活动高层参与很少，几乎不参与。
- 3、种类少：价值观活动，管理活动，竞技活动，学习活动，跨部门活动等均没有。

### 文化传播

- 1、不成体系：被动文宣，没有文宣规划。
- 2、内容单一：活动推文较多，行业动态，公司动态，部门咨询，价值观人物均比较少。

### 文化品牌

- 1、还未执行：目前依赖于集团给到的舆情监测进行，未进行实质性改变。
- 2、搜索引擎没有相关信息：没有银瑞官网以及相关文章。



## 提升高度，链接业务，高中基层全面参与

1、企划组内部提升团队效能，产生更大成果；2、事业部文化形成统一文化归口；3、营造企业氛围，强化跨部门沟通。

### 企划半年度效果预估

#### 文化视觉

整体效果：新大楼文化视觉每个楼层均可看到，历程墙、文化墙、荣誉墙均有展现。

数据效果：形成统一视觉规范和设计需求流程，确保线上线下设计按时完成的基础上确保质量。

专业效果：所有视觉渠道开通，并有效管理。电视剧画面、电脑锁屏屏幕、会议室桌牌、卫生间卡槽等制度化统一化更新。

#### 品牌公关

整体效果：品牌打造有对外查询渠道。

数据效果：舆情监测数据明显减少，正向内容显著增加。

专业效果：有雇主品牌、党建、公益等传播内容。开发银瑞官网。

#### 文化活动

整体效果：全员了解企业价值观

数据效果：中小型活动满意度80分以上；大型活动各个层级均在80分及以上。

专业效果：形成一套完成的活动策划体系，并形成活动策划课程，可用于业务团队随时激励活动使用。

团队管理：团队内伙伴能力上根据职业发展规划有本质提升，完成半年度能力需求，可以承接公司更高要求的事宜。

#### 文化宣传

整体效果：全员了解价值观行为。

数据效果：每月2篇链接集团总部；平均阅读量是后台总人数的1/3。

专业效果：在文宣高度，部门项目报道方面做出品牌，建立官方统一宣传路劲。

团队管理：建立文化通讯管团队，打造全员传播文化的氛围。



# 04

## 企业文化规划



活动文化为着力点，宣传文化为潜力股，视觉文化为全面助力，品牌公关看未来发展





- 1、营造活力氛围，调动员工积极性；
- 2、提升企划组团队效能；
- 3、为价值观活动、管理活动、竞技活动、学习活动做铺垫。



## 2020年下半年活动规划

模块	项目	时间	具体名称	主要形式	参与人员
文化活动	节日关怀	8月25日	七夕情人节	线上+线下	线上全员，线下部分
		9月10日	教师节	线上+线下（可与培训配合）	线上全员，线下部分
		10月1日	中秋节/国庆节	线上宣传+线下全员	线下全员
		11月11日	11.11光棍节	线上+线下	线上全员，线下部分
		11月26日	感恩节	线上+线下	线上全员，线下部分
		12月25日	圣诞节	线上宣传+线下全员	线下全员
	庆典仪式	10月24日	银瑞周年庆	线下全员	
		2021年1月	2021年年会	线下全员	
	沟通激励	每月次	生日会	每月生日会	
		每周/次	社团部活动	每周社团活动	
不定期		每位员工司龄日	司龄日发送h5祝福+直属领导送出小礼品		

激励表扬员工，优化信息沟通，传递价值观行为



### 宣传内容

- 1、链接集团大事记
- 2、各部门近期报道
- 3、价值观基因行为
- 4、文化活动播报



### 传播频率

- 1、每月8-20篇
- 2、活动文宣2+篇/月
- 3、部门报道2+篇/月
- 4、人员报道2+篇/月
- 5、链接公司4+篇/月



### 文宣目标

- 1、链接公司把握高度和深度；
- 2、链接部门报道和人物报道把握阅读量和点赞量；
- 3、传播价值观行为和案例。



### 文宣规划

- 1、加强跨部门沟通；
- 2、月度汇报时注意各部门规划；
- 3、活动报道制定传播规划。





2020年下半年文宣规划

月份	项目	具体名称	主要形式	时间
8月份	链接集团	半年度公司大事记汇总	集团征稿	2020.8.19
	活动宣传	七夕活动预热	活动文案	2020.8.21
	活动宣传	七夕活动宣传+满意度调查	活动文案	2020.8.25
	公司动态	八月份大事记文宣汇总	公司播报/行业分析	2020.8.31
9月份 (12篇+)	部门报道	策运中心发布会报道		
	部门报道	客户中心/服务中心出游报道		
	人物报道	大咖讲文化系列报道——总经理	链接集团	
	人物报道	部门征集——异势科技等		
	活动报道	教师节前宣传		
	活动报道	教师节报道	链接集团	
	活动报道	中秋节前宣		
	活动报道	中秋节报道	链接集团	
	公司动态	九月份大事记文宣汇总		
	社团征集	社团运营成立		
	生日会报道	生日会报道		
	其他部门报道			
10月份 (11篇+)	部门报道	策运中心发布会报道		
	部门报道	合规之路	链接集团	
	人物报道	大咖讲文化系列报道——卢总/韦姐	链接集团	
	人物报道	部门征集——策运中心		
	活动报道	周年庆预热3篇		
	活动报道	周年庆当天报道	链接集团	
	公司动态	10月份大事记文宣		
	生日会报道	生日会报道		
	其他部门报道			

视觉体系更完善，银瑞周边更贴心，设计流程更规范

## 视觉VI



- 1、企业文化墙、企业历程墙、企业荣誉墙建立；
- 2、企业涂鸦，企业员工语录展示区；
- 3、海报、画册、手册公司特色宣传。

## 文化周边



- 1、企业吉祥物手办；
- 2、企业定制礼物，节日定制款，司龄定制款，纪念日定制款；
- 3、私人定制款，如人物画像，泥人等。



## 2020年下半年视觉规划

项目	具体内容	周期	主要形式	负责人
常规内容	卫生间卡槽	每周更新一次	七夕节海报, 价值观漫画、教师节海报	涛涛
	电视机内容	每周更新一次	七夕节海报, 价值观漫画、教师节海报	涛涛
	电梯口海报	每月更换一次		
拍照要求	企划拍照	每月2次+	根据活动内容, 每次10张+精修	涛涛
	培训拍照	每月3次+	根据活动内容, 精修图片	涛涛
项目设计	企划活动设计	每月2次+	活动物料, 每次5种+	小宁&涛涛
	企划文宣设计	每月8次+	每次照片3张+	小宁&涛涛
	节气海报	月底计划下一月	小铤提供文案内容	小宁
	培训设计			小宁&涛涛
	招聘设计			小宁&涛涛
设计规范	设计需求规范	提前一周提交	提前一周提交设计具体内容, 邮件发给小宁, 抄送梦垒	小宁
新大楼设计	历程墙、文化墙、涂鸦	10月份以后	墙面设计	小宁&涛涛



制度沉淀文化，伴随文化成长应运而生

## 01 企业文化大使

- 1、协助处理部门内部文化活动落地；
- 2、协助部门文化传播落地；
- 3、可以为部门助理或bp或部门总监推荐。



## 02 文化通讯管

- 1、文化投稿，内容输出；
- 2、文化投稿或协助寻找部门内价值观案例。

## 03 视觉规范制度

- 1、VI统一规范管理；
- 2、设计流程高效化。



## 04 活动流程规范

- 1、活动流程规范化；
- 2、活动统筹规范化；
- 3、活动执行高效化。

项目名称	主要内容	时间周期	负责人
价值观绩效考核	绩效考核纳入价值观体系，职能端建议季度绩效考核为主；业务端不定期。	6个月以上	企划组
价值观评优	季度评优，价值观明星，搜集案例并举行颁奖	6个月以上	
价值观晋升述职	晋升述职用价值观案例说明		
价值观活动落地	1、价值观共创会，高中基层同步推动，季度展开。以价值观之星活动为契机点。 2、价值观知识竞赛/辩论赛/演讲比赛等； 3、高管讲文化系列活动，培训与文化传播结合。		
价值观宣贯	1、建立文化大使项目，协助企业整体宣贯； 2、企业微信宣贯，微信群宣贯，网站宣贯； 3、新人训宣贯，高潜力培训加入价值观共创环节。	1、文化大使项目根据情况，9月30日前出策划案； 2、推文每周3-5篇； 3、培训宣传贾梦垒主要对接。	
价值观视觉展示	1、价值观漫画 2、企业文化墙面	新总部大楼使用，截止日期9月30日	



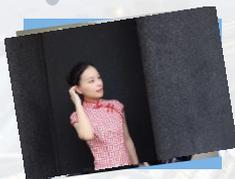
05

## 企业文化人员架构



## 企业文化经理

- 1、企业文化体系规划；
- 2、企业文化价值观植入；
- 3、企业文化业务部门链接；
- 4、团队管理。



## 企业文化专员

- 1、大型活动策划统筹，周年庆、年会等；
- 2、业务端事宜对接落地，季度旅游，月度旅游；
- 3、跨部门事宜文化链接，企业微信对接总部。



## 企业文化专员

- 1、社团活动，每周1次；
- 2、生日会活动，每月1次；
- 3、各类物料策划落地，每月多次；
- 4、节日活动，每月1次。



## 平面设计师

- 1、企业文化端设计（节气、活动、周边）；
- 2、培训端设计；
- 3、招聘端设计；
- 4、其他临时类事宜。



## 平面设计师

- 1、各类活动现场拍摄；
- 2、各类活动视觉跟进；
- 3、文宣照片跟进；
- 4、新员工入职工牌照管理。



## 文案策划

- 1、各类文案撰写；
- 2、公众号运营；
- 3、企业刊物运营；
- 4、链接总部文案对接。



# 06

## 企业文化预算

### 2020年下半年活动预算规划

部门	模块	项目	具体名称	主要形式	参与人员	时间	单价	数量	总费用	对标之前费用	对标集团&事业部费用
企划组	文化活动	节日关怀	七夕情人节	线上+线下	线上全员, 线下部分	8.25	100	50	5000	2586.4	
			教师节	线上+线下 (可与培训配合)	线上全员, 线下部分	9.1	100	100	10000		
			中秋节/国庆节	线上宣传+线下全员	线下全员	10.1	30	600	18000	9089	
			11.11光棍节	线上+线下	线上全员, 线下部分	11.11	100	100	10000		
			感恩节	线上+线下	线上全员, 线下部分	11.26	100	100	10000		
			圣诞节	线上宣传+线下全员	线下全员	12.25	100	600	60000		
		庆典仪式	银瑞周年庆	线下全员		10.24	200	600	120000	27372	金策300元/人
			2021年年会	线下全员		2021年1月	1500	600	900000		金策1500元/人
			生日会	每月生日会		每月次	150	50	7500		金策200元/人
		沟通激励	社团部活动	每周社团活动		每周/次	300	24	7200		集团300元/人/次/个
			每位员工司龄日	司龄日发送h5祝福+直属领导送出小礼品		不定期	50		0		
		管理文化	高管素拓	9、10月份最佳, 根据情况进行		待定			0		
			高管生日会/读书会/企业参访	高管定制类活动		待定			0		
		技能竞技	篮球联赛/羽毛球联赛			待定			0		
			价值观之星/合规宣传月/演讲比赛/辩论赛			待定			0		
<b>总费用</b>									<b>1147700</b>		



Thank You

---