

以持续“小赢”探讨成功之道

春天是一个充满生机、孕育希望的季节，一季度的营业达成较去年有明显提升，尽管未百分百实现目标，但是大家的努力和付出我已经感受到，大家对于目标的认可和执着值得我们传承，我们的每一次突破和成长都是一次“小赢”，只有通过阶段性成功的不断夯实，逐步提升能力，我们才能实现二、三、四季度的目标，从“小赢”到“大赢”，获得最终的胜利。

这一期老郭说我将带领大家剖析到底什么是“小赢”，如何在实际工作中基于“小赢”的概念有效开展工作，不断获得成长和提高。

一、 如何理解泽瑞的“小赢”概念？

什么是“小赢”呢？顾名思义，就是阶段性的胜利，从官方角度说，它可以是一次成功的销售谈判、一次高效的任务完成、一项节约成本的措施、得到了同事或客户的认可等等。

在泽瑞，“小赢”源于泽瑞企业文化、价值观和企业管理理念，基于年初制定的OGSM，以主航道、主场景对总目标进行拆解，形成阶段性可执行的小目标，秉承诚信进取的做事态度，以结果为导向，以奋斗者为本，完成既定的阶段性目标就是“小赢”，“小赢”是对阶段性工作结果的一种认可，是我们前进的动力和激励。

小赢就是阶段性的胜利，是每一次的突破和成长。在职场中，每个人都希望能够取得成功。然而，成功不是一蹴而就的，而是需要把大目标拆解成小目标，并通过一系列连续不断的努力来逐步实现，在工作中，每一个小的胜利都是迈向成功的重要一步，胜利的积累，才能能量变推动质变收获成功。

二、“小赢”会给我们带来哪些好处？

“小赢”可以激发自信心。当我们取得一个小小的成功时，我们会感到自信心大增，这种自信心会推动我们更加努力地工作，提高效率。

“小赢”可以增强工作的动力。阶段性胜利也可以成为前进路上的一个里程碑，它能够激发工作动力。当我们看到自己已经取得了一些成果，就会有更多的动力去追求更高的目标。

“小赢”可以提高团队士气。团队中每个人都想要感觉到有所贡献，在团队中不断取得阶段性胜利可以提升整个团队士气。

“小赢”可以提高工作效率。当我们取得了一个阶段性胜利后，就会想继续保

持这种成功的状态，进而提高自己的效率。

“小赢”可以给我们带来这么多好处，那我们到底在实际工作中要怎么做，才能不断“小赢”，下面我将提供一些经验供大家参考，也希望大家能够结合自己的工作进行沉淀，若有不恰当的地方也欢迎大家反馈。

三、 基于“小赢”的概念有效开展工作，赢得最终胜利

1、以利他思维聚焦业务模式，以阶段性成功夯实最终胜利

4 月份刚完成了集团各部门的一季度复盘工作，在这次复盘中，我多次提到主航道、主场景的目的是想再次带领大家认识主航道和主场景聚焦的重要性。每个行业机会都是万亿市场，我们必须聚焦，才能拥有“一根针捅破天”的优势。

在当今商业环境中，企业要想取得成功，必须拥有差异化的竞争力。基于楼宇和医疗主航道，以利他思维深挖市场需求和客户痛点，形成主业务场景清单，进行业务设计。产品技术中心、业务和行业线三位一体，进行需求协同和思维碰撞，才能输出符合主场景下的差异化的解决方案，才能进一步细化到具体产品，协同采购进行产品寻源，做好供应商管理工作，聚焦于业务模式的创新和优化，形成泽瑞特色的差异化竞争力。

什么样的解决方案才是我们真正想要和客户真正需要的解决方案？做方案不能喊口号，而是要从解决实际需求的角度出发，在做解决方案前，首先要自问我们是否清晰市场需求和客户痛点，是否熟悉竞争对手的解决方案的优势和短板，我们从哪些方面可以做到引领，在哪些层面可以做到支撑，把解决方案的标准定义清楚，将我们所要传递的价值主张转换为销售话术，这样才能给予业务人员信心，给他们明确的方向在市场上做擅长的事，通过持续赋能让技术和业务一同面对市场，建立内部生态，来解决目前客户和项目基础差的问题。**以利他思维为核心的业务模式创新是实现差异化竞争力的关键，通过差异化竞争力的打造与市场推广，得到客户的认可，企业才可以在市场上不断取得“小赢”，不断拓展发展空间。**

2、不忘初心，基于目前欠缺逐步打造和提升能力

基于我们要实现的目标，距离我们要抵达的诗和远方，目前我们欠缺的还有很多，我们能力有不足、客户基础有差、感知有偏差、需求有缺失等，我们要构建企业的核心竞争力，不要把自己当旁观者，我们每个人都是参与者。

我们欠缺如此多，唯一能做的就是基于差距提升能力，通过弥补差距完成目标。能力是我们在不断学习、实践和经验积累中逐步打造的，只有坚持不懈地努力，并在过程中时刻牢记自己的初心，保持对未来的信心和热情，将其作为前进道路上重

要的支撑。无论遇到多么困难险阻，都不能放弃最初立下的志向。

没有什么事情起点就是终点，我们为了达成目标和抵达终点，必须通过不断学习提升自己。将目标拆解到具体工作，在不断的工作执行中提炼经验、反思总结，并将其应用于后续的工作实践中去。人生路途漫长而曲折，但只要坚持不懈地追求自己的目标，并不忘初心、持之以恒地前行，就一定能够实现自己的梦想，让我们一起努力吧！

3、以结果为导向，基于目标事事闭环

“小赢”，关键在于“赢”，如何才能衡量我们是否取得了真正的“赢”，那必然是要有对应的目标拆解和结果标准。年初各个部门均制定了 OGSM，基于 PDCA 原则对总目标不断拆解，形成阶段性目标，设定结果标准，再拆分为具体的执行工作。在季度复盘时，我们结合 OGSM 的达成情况进行了总结和关差改善，基于 OGSM 的总目标明确第二季度的关键任务和结果标准。我们不难发现，其实计划拆解不对应、结果标准不清晰是基于大家对于工作标准的认知未达成统一而产生的。有的是基于想干成什么样，有的是基于能干成什么样，还有的是基于可以干成什么样，但是**最重要的**而是应该干什么，基于应干明确工作计划和结果标准是什么。

我们将总目标拆解为阶段性目标，是为了更清晰的完成每一个步骤，通过一个个阶段性的“小赢”，在过程中及时纠偏和调控，保证总目标可实现。我用一个例子来说明总目标、阶段性目标和结果标准的关系。以种地为例，假设我们设定的目标是年底时要收获 100 斤玉米，基于总目标拆解为阶段性任务和结果标准：选地（选择地势平坦、透气性好、土壤肥力高的地块）、耕地（完成 3 次整地翻土）、挖坑播种（每隔 25 公分，一坑 2 粒）、浇水（每半月喷灌式浇水半小时）、施肥（每月施肥一次）、除草（仅留下玉米，其他草全部除掉）、收果（对目标地块上的玉米产出全部回收），当每个阶段结果标准完成时，代表阶段性目标达成。但是最重要的一点我们必须明确，总目标是收获 100 斤玉米，当整体进度完成 90%，唯独没有进行收果，那之前所做的所有阶段性工作全部失去意义，这就是阶段性工作的拆解必须以结果为导向的原因。另一层面，当完成收果后发现仅收获 80 斤玉米时，我们就需要复盘在哪个阶段需要进行提升和改善，保证明年可以完成任务。

拆解和规划的每个阶段性目标，基于结果标准、时间节点 100%完成才算真正的完成，我总是说，没有结果的事、没有想清楚目的的事就不要做，要做就要保证结果，一个个阶段性的结果就会逐步积攒成“大赢”。

4、学会换位思考，提升内外部客户体验

“以客户需求为核心”是泽瑞的企业经营理念，在当前竞争激烈的市场环境中，

谁能抓住客户的痛点并满足客户的需求，谁能提升客户的体验，谁就是这个市场的赢家！从企业层面，我们需要以利他思维挖掘客户的真实痛点，通过场景化差异化解决方案引领客户需求，并为客户提供最佳的服务，以保持他们的忠诚度形成生态合作伙伴，进而获得更多的业务，一生二、二生三，三生万物，用生态的方式进行市场覆盖。

为了实现这一目标，每个部门、每个岗位也要基于做事的条理，学会换位思考，基于我们的岗位职责，自问一下谁是我们的内部客户，谁是我们的外部客户，如果我是客户，我会有什么需求，需求的颗粒度如何把控才能支撑对方输出合理的解决方案解决我的需求和痛点。换个角度，我们基于岗位职责做什么来提供价值提升客户的体验，如果我们现在不具备这种能力，我们如何才能具备？当每个人都发起自问的时候，这就是能力提升的过程。

我在往期的老郭说中提到过，基于工作流角度，我们的下一个工作流节点就是我们的客户，我们要基于下游节点提出的需求，在上游传递过来的成果上赋予我这个岗位应提供的价值点。在这个过程中，验证上游工作结果是否达成要看是否满足了我的需求标准，同样，保质保量的满足下一节点的需求也就是我们的价值点所在。只有每个节点都基于岗位职责对内外部客户做好结果输出，那么企业的整个业务流程也会面向市场输出正确的结果，成功便指日可待。

大家在一季度付出了很多努力，虽然没有百分百达成目标，但我们鼓励先行者，鼓励大家通过自己的努力把绩效挣出来。公司在每个月设置指标达成奖励，在季度发布并执行了营业指标首位激励政策，我希望通过不同的方式鼓励公司的奋斗者与泽瑞一同前行，对于勤奋上进有正确工作结果的员工，我们不吝啬于奖励，对于积极向上但能力欠缺的员工，我们给予资源帮助成长，对于工作结果出现错误的员工我们给予指正。

“小赢”是企业 and 人生成功之道中不可或缺的一部分，希望大家保持初心，秉承对目标的敬畏感，锁定主航道主场景，不断在过程中提升能力，通过换位思考提升内外部客户体验，工作中的持续“小赢”才能推动公司实现年度目标“大赢”，我们每个人才会分享到胜利的果实！

郭瑞逸

于 2023 年 5 月 4 日