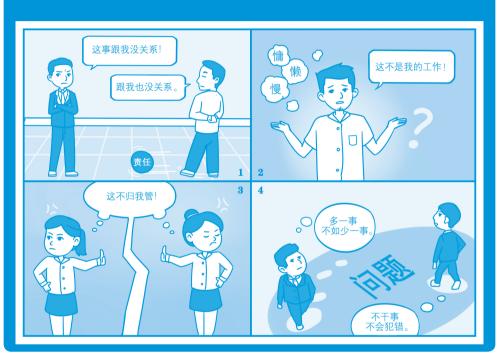


不是一群人聚在一起就是团队,真正的团队拥有共同的愿景与目标。 共同的愿景与目标是团队凝聚力的源泉,是推动成员们齐心协力、共同前 进的灯塔。新晋管理者首要的任务就是为团队设定明确的目标,引领他们 朝着共同的方向努力前行。





如何让团队成员团结一致, 形成强大的合力?



在构建一个强大的团队之前,首要任务是明确共同的愿景和目标。这个愿景 应该是激励人心的,能够激发团队成员的热情和动力。拥有共同愿景与目标的团 队,能够形成强大的凝聚力和向心力,共同面对挑战,共同创造辉煌。

没有愿景和目标的团队会面临一系列挑战和困难。没有明确愿景的团队往往 缺乏方向感,团队成员不清楚团队究竟要走向何方,也不清楚自己的努力和贡献 如何与团队的整体发展相契合。这种迷茫感可能导致成员们缺乏动力,难以形成 合力,从而影响团队的整体效能。

没有愿景和目标的团队还会出现沟通不畅和协作困难的问题。成员们因为没有共同的目标而难以形成统一的意见和行动,以致团队内部出现分歧和矛盾。这

种情况不仅会影响团队的凝聚力,还可能阻碍团队的创新和发展。

共同的愿景和目标是团队凝聚力的源泉,是推动成员们齐心协力、共同前进的灯塔。在追求共同愿景的过程中,团队成员会相互支持、相互帮助,形成紧密的合作关系。这种凝聚力不仅能够提升团队的执行力和创新能力,还能够增强团队的稳定性和可持续发展能力。

知识点: 灯塔效应

彼得·德鲁克在《管理实践》中提出了团队的灯塔效应。在团队管理中,灯塔效应表现为团队或团队中的领导者设定明确的目标与愿景,为团队成员提供方向和指引,确保整个团队能够朝着共同的愿景和目标前进,类比于灯塔在海洋中的指引作用。

团队灯塔效应是一个形象的比喻,用来描述一个团队在面临挑战、迷茫或不确定的环境中,如何像灯塔一样为团队成员指明方向,提供稳定的指导和支持,进而推动整个团队向着共同的目标前进。具体来说,团队灯塔效应体现在以下几个方面。

第一,明确方向。团队灯塔的首要任务是为成员们指明前进的方向。在复杂 多变的环境中,一个清晰的愿景和目标是至关重要的。它能够帮助团队成员在面 临选择时迅速做出判断,避免迷失方向。

第二,鼓舞士气。灯塔的光芒不仅能为船只提供方向,还能在黑暗中给予人们希望和勇气。团队也应该像灯塔一样,在困难时刻鼓舞成员们的士气,激发他们内在的潜力,帮助他们克服困难,迎接挑战。

第三,凝聚力量。灯塔效应还能够增强团队的凝聚力。当团队成员都朝着一个共同的目标努力时,他们之间的联系会更加紧密,协作也会更加顺畅。这种凝聚力是团队战胜困难、实现目标的重要保障。

第四,提高效率。在明确目标的指引下,团队成员之间的沟通和协调也变得更加高效。他们不再需要花费大量时间去澄清目标、解释工作范围或协调不同意见。相反,他们能够快速聚焦关键问题,共同讨论解决方案,并迅速作出决策,从而减少不必要的沟通和协调成本。



管理金句

不是人聚在一起就是团队, 真正的团队拥有共同的愿景和目标, 好比 一个球队, 组合在一起就是为了赢得胜利。

在设定团队愿景和目标时,许多人容易陷入一些常见的误区,比如单纯追求"成为季度最佳销售员"或"达到特定的销售额"这样的个人业绩目标。这类目标往往过度聚焦于个人提成和晋升,却忽视了团队整体性的重要性。强大的团队应当树立更加全面和长远的共同愿景,比如:"我们的愿景是成为行业领先的销售团队,通过提供卓越的客户服务和创新的解决方案,赢得客户的长期信任和忠诚。"

🗭 不恰当的方式



成为季度最佳销售标兵,完成300万元销售额。

🗸 正确的方式



成为行业领先的销售困队,通过提供卓越的客户服务和创新的解决方案,赢得客户的长期信任和忠诚。

共同愿景能够激发团队成员的归属感和责任感,使他们更加关注团队的整体利益和长远发展。而非共同愿景则可能导致团队的分散和成员之间的竞争,削弱团队的凝聚力和执行力。在共同愿景的指引下,团队成员将不再仅仅关注个人的短期业绩,而是会齐心协力,共同致力于实现整个团队的长远目标。

构建共同愿景和目标对于团队的成功至关重要。这需要管理者与团队成员深入讨论、共同参与制定,确保愿景与目标与团队的使命和核心价值观相契合,激发团队成员的积极性和创新潜能。此外,要通过高效的沟通和激励机制,促进团队成员间的紧密协作与资源共享。

在撰写团队共同愿景和目标时,你可以采用"OWI法",即先清晰地描述



"O"(Objective,目标),然后描述目标实现的"W"(Way,路径),最后描述 实现目标后带来哪些积极的"I"(Influence,影响)。



OWI 法

共同愿景 = 清晰的目标 + 实现的路径 + 积极的影响 Objective Way Influence

共同愿景描述:

成为(鼓舞人心的目标)通过(团队的核心能力或优势)为(目标受众或社会)带来(积极的影响)

第一,清晰的目标:首先,明确你想要实现的具体目标是什么。这个目标应该是简洁明了、易于理解且鼓舞人心的。例如,"成为全球领先的智能家居解决方案提供商"。

第二,实现的路径:为实现这个目标制定具体的行动计划。这个计划应该包括你将要采取的步骤、所需的资源以及预期的挑战和解决方案。例如,"我们将通过持续创新、优化产品线和拓展市场渠道来实现这一目标"。

第三,积极的影响:实现这一愿景和目标将为目标受众或社会带来怎样的积极影响。例如,"通过专业量身穿搭,让职场女性充满自信,每时每刻绽放自己独一无二的美"。

※ 不恰当的方式



我们的愿景是成为领先的公司,增加市场份额。通过提供最 好的服务,为客户创造价值。

🕜 正确的方式



我们的愿景是成为全球领先的女装定制品牌,通过专业量身穿搭服务,为职业女性提供独一无二、高品质的定制体验,让她们每时每刻充满自信。

多 练习
〇——清晰的目标
W ——实现的路径
一——积极的影响
请使用 "OWI 法" 描述你团队的愿景与目标:



如何给下属设定目标, 更能让下属鼓<u>起干劲?</u>



通常情况下,当我们给下属设定目标的时候,经验总是告诉我们,要把目标设定得非常具体。比如,每天收集100个新客户信息,每周给20个老客户打电话等。尽管这种具体化的目标在初期能够激发员工的积极性,但随着时间的推移,员工往往难以保持持久的动力,导致目标半途而废。因此,我们不禁要思考:这种单一的具体数字目标设定方式在激发员工持续干劲方面是否足够科学?



知识点: 浮动目标效应

营销学教授毛拉·斯科特和斯蒂蔡·诺里斯认为比起单一的具体数字[比如每周减掉3磅(约1.36公斤)体重],把目标改成一个上下浮动的数字范围[但平均值跟原先的数字一样,比如每周减掉2~4磅(约0.9~1.8公斤)],会更加有助于人们鼓起干劲儿,重新投入。

为了证实这个理论,研究者做了一系列实验,其中一个安排在一家健身俱乐部里。愿意参加为期 10 周的减肥项目的成员先是制定出一个减肥目标,随后被分成两组。比如,想在 1 周之内减掉 2 磅体重的成员,一部分被分到"单一数字组",目标是"本周减掉 2 磅",另一部分被分到"浮动范围组",目标是"本周减掉 1 ~ 3 磅"。每周初,每个成员都会称体重,设定这一周的减肥目标,然后参加小组活动,学习健康生活的方法。到了第十周末尾,研究者测量两组数据:首先是成员们的表现情况,以减掉多少体重为准;然后是继续参加后续 10 周减肥课程的意愿水平。从减重效果上看,两组之间也表现出了差异,在前 3 周,浮动范围组平均每人减掉了 2.67 磅,单一数字组平均每人减掉了 2.2 磅,而在"是否愿意继续参加为期 10 周的减肥课程"的问题上,两组人的态度更呈现出了巨大差异:单一数字组中只有 50% 多一点儿的人愿意继续参加,但浮动范围组中有将近 80% 的人都注册了后续课程,交了 25 美元的学费。

※ 不恰当的方式



每天收集5个新客户信息,打3个老客户电话。

管理者

🕜 正确的方式



每天收集4~6个新客户信息,打2~4个老客户电话。

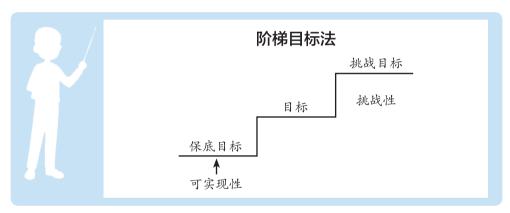
管理者

在给下属设定目标的时候,应该使用一个浮动的数字范围,即保底目标和挑战目标。这样更容易让下属接受目标并坚持去执行。

管理金句

给下属设定目标,避免只设定一个目标,应该设定一个保底目标和一 个挑战目标。

为什么一个小小的改变会造成如此巨大的影响?它背后的原理是什么?让下属实现目标的重要因素有两个:挑战性与可实现性。目标应当让下属感到有充分的挑战性,因为这会让人产生成就感,但前提是它有实现的可能。面对单一数字型的目标,下属不得不挑选一个相对容易达成的、相对有挑战性的数字,或者是两者之间的折中,而浮动范围型的目标把这两个因素都包含在内。简单地说,它之所以能够促使下属坚持目标,是因为它能让人把可实现性和挑战性这两方面的成就感都占全了。



给下属设定目标时,可以使用"阶梯目标法":设定一个保底目标和一个挑战目标,保底目标考虑可实现性,挑战目标考虑挑战性。

※ 不恰当的方式



这个月开始,各车间每月的产量目标是10万套,我们共同努力达成目标。

🍑 正确的方式



这个月开始,各车间每月产量保底目标是8万套,挑战目标 是12万套,我们共同努力达成目标。 当我们想调动自己或他人的积极性的时候,把制定目标的方式做一个小小的 改变,就能有很大的成效。

※ 不恰当的方式



以后每天的词汇听写测试,每天听写 10 个字词,目标写对 8 个。

② 正确的方式



以后每天的词汇听写测试,每天听写 10 个字词,目标写对7~9 个。

※ 不恰当的方式



令年的业绩目标达成非常不理想,从明天开始,每个人每天的目标是拜访 10 个客户。

び 正确的方式



今年的业绩目标达成非常不理想,从明天开始,每个人每天的目标是拜访8~12个客户。

如果保底目标设定得过高,在执行过程中,下属感觉难以达成,会打击下属的积极性。挑战目标设定过低,下属在执行过程中,会毫不费力地就完成了挑战目标,目标的设定也就失去了意义。那么,该如何科学地制定保底目标和挑战目标呢?

第一,参考历史数据。例如,主管要给新人制定第一个月的客户开发目标,那么主管可以参考过去入职的新人平均每个月达成的客户开发数据,以此作为新人保底目标的参考依据。

第二,根据目标倒推。比如 10 天要成交 10 个客户,假设成交率是 20%,那么就需要 50 个意向客户,分解到每天就需要 5 个意向客户。那么你的目标设

定就可以为每天收集4~6个意向客户。

接下来,我们一起来做个练习吧。

■ 练习
你需要完成一个什么目标?
日上の知利与人!
目标分解到每个人
目标分解到每月/每周/每天
请使用"阶梯目标法"组织你的话术:





如何让目标变得可落地?



很多人可能陷入一个误区,即过度强调团队执行力在实现目标中的作用,认为只要团队具备强大的执行力,任何目标都能轻松达成。然而,这种观念往往忽视了目标本身的科学性和合理性对于实现过程的重大影响。实际上,一个目标能否成功落地,并非仅仅依赖于团队的执行力,更重要的是目标本身的科学规划和合理设定。只有当目标既符合团队的实际能力,又具备明确的战略意义时,结合团队的执行力,才能确保目标顺利实现。

因此,在制定目标时,我们需要充分考虑目标的可行性、挑战性和与团队战略的一致性,以确保目标既具有挑战性又能够激发团队的潜能。这时,我们就需要引入"SMART 原则"来确保目标的科学性和合理性,SMART 是五个英文首字母的缩写: S (Specific,具体的),M (Measurable,可衡量的),A (Attainable,

可达到的), R (Relevant, 相关联的), T (Time-bound, 有时限的)。

知识点: SMART 原则

SMART 原则是在设置目标时通常需要遵循的 5 个原则。SMART 实际上是 5 个英文的首字母,每一个英语字母对应一个在设置目标时应该遵循的原则:

- 1. 目标必须是具体的(Specific)
- 2. 目标必须是可以衡量的(Measurabla)
- 3. 日标必须是可以达到的(Attainable)
- 4. 目标是要与其他目标具有一定的相关性(Ralevant)
- 5. 目标必须具有明确的截止期限 (Time-bound)

具体性意味着我们要明确目标的具体内容和要求,避免模糊和笼统;可衡量性让我们能够通过明确的指标和标准来评估进度和成果;可达成性确保了我们设定的目标既不过于高远,也不过于保守,而是在我们的能力范围之内;相关性则要求我们的目标与整体战略、组织目标或个人职业发展紧密相连;而时限性则为我们设定了一个明确的时间表,让我们能够有条不紊地推进工作。

管理金句

合理的目标应该是明确具体、可衡量,可实现、相关联且有时限的, 而不是模糊不清或者过于理想化的。

🐼 不恰当的方式



努力达成销售额的高速增长。

💟 正确的方式



截至6月8日,销售额增长50%。

为了避免目标设定陷入理想化的陷阱,我们必须确保目标不是遥不可及的空中楼阁,而是能够具体执行并切实实现的行动计划。在设定目标时,一个至关重要的步骤是将目标分解为具体、可行的实现路径。在这个过程中,OKR(Objectives and Key Results,目标与关键成果)法是一个非常实用的工具。



OKR 法

Objectives and Key Results 目标与关键成果

O(目标):

30 天销售额实现 20 万元

KRs (关键成果):

1. 获取客户线索 100 条

2. 邀约进店客户 60 户

OKR 法的核心在于将整体目标细化为一系列的关键成果。这些关键成果是目标的具体衡量标准,它们不仅帮助我们跟踪进度,还确保整个团队都聚焦于实现目标的核心要素。通过将目标分解为具体的关键成果,我们能够更清晰地看到实现目标所需的具体步骤,从而确保每一步都踏实有力。

首先,我们需要明确一个清晰的目标 O(Objective,目标)。这个目标应该是具体、可衡量且有时限的。例如,一个销售部门的目标可能是"在未来三个月内,销售额提高 20%"。

接下来,我们需要将这个大目标分解为若干个关键成果 KR (Key Results,关键成果)。这些关键成果是目标的具体衡量指标,它们应该直接关联到目标,并且是可量化、可追踪的。比如对于上述销售部门的目标来说,关键成果可能包括:

KR1. 增加新客户数量,每月至少增加50个新客户。

KR2: 提高老客户复购率, 使复购率提高至 70%。

KR3: 推广新产品,确保新产品销售额占总销售额的 15%。

有了这些关键成果,我们就可以进一步将它们分解为具体的行动计划 T

(Tasks,任务)。这些任务应该是具体的、可执行的,并且应该明确责任人、完成时间和所需资源。例如:

T1: 针对增加新客户数量的关键成果,可以制定一项任务,即每周举办一次线上或线下营销活动,吸引潜在客户。

T2: 针对提高老客户复购率的关键成果,可以制定一项任务,即优化客户服务流程,提高客户满意度。

T3: 针对推广新产品的关键成果,可以制定一项任务,即与市场营销团队合作,制订并执行新产品的推广计划。

※ 不恰当的方式



理想化的制定目标,过高承诺目标,对目标没有进行有效分解,并不在意目标是否真正能达成。

び 正确的方式



制定具体、可衡量且有时限的目标(O):

年度销售额达成 500 万元



分解为关键成果 (KRs):

- 1. 获取客户线要 1000 条
- 2. 客单值提高 50%



制定行动计划及任务(T):

- 1. 每周开展异业品鉴会 张三
- 2. 增加上门量房服务 李四

通过这样的分解和细化,那些原本看似遥不可及的目标就变得具体、可落地 了。这种目标分解和细化的过程也能促进团队成员之间的沟通和协作。团队成员 在共同讨论和制定目标的过程中,能够更深入地理解彼此的工作和需求,形成更 加紧密的合作关系。每个团队成员都能清楚地知道自己的工作重点和目标,从而 更加高效地完成任务,推动整个团队向目标迈进。

家						
O——制定一个目标(符合 SMART)						
KRs——分解关键成果						
KR1						
KR2						
KR3						
T ——制订行动计划与任务						
KRs—关键成果	T一行动计划	责任人	完成时间			
KR1	Task1					
KR2	Task2					
KR3	Task3					



如何与下属做好目标沟通 并达成共识?



许多管理者在为下属制定目标时,常常采用一种刚性和自上而下的"强制分配"方法。他们可能会直接告诉下属"你必须在这个月内完成××目标",并伴随着诸如"未完成则扣除奖金"或"无法胜任则考虑离职"的严厉警告。尽管这种高压的管理手段在短期内可能看似有效,但长远来看,往往会带来一系列不利的后果。

这种高压式的管理手段容易引发员工的逆反心理。当员工感受到来自上级的强烈压力和威胁时,他们可能会对目标产生质疑和不满。这种情绪会阻碍他们对目标的积极投入,甚至可能引发他们的消极抵抗行为,如故意拖延、工作效率降低等。这种负面的工作氛围不仅会削弱团队的凝聚力,还会对整个组织的效能产



生负面影响。

管理者在设定目标时,应采取一种更加柔性且参与性强的方法。这种方法 强调与下属的沟通和交流,旨在制定出既符合组织长远战略又贴近员工实际能力 的目标。这种参与性的目标设定方式不仅能增强员工对目标的认同感,还能激发 他们的工作热情和主动性。当员工感到自己参与到目标的制定过程中,并看到自 己的意见和建议被采纳时,他们会更加珍惜和重视这些目标。这不仅有助于提升 个人的工作效率和满意度,还能促进整个团队的协作和进步,推动组织目标的 实现。

🔅 知识点: 错误共识效应

在目标设定的过程中,管理者还需要警惕错误共识效应的影响。错误共识效应是一种心理偏差,它指的是个体倾向于过高估计他人与自己观点、偏好或行为的一致性程度。这种效应可能会导致管理者在制定目标时忽视员工的多样性和差异性,从而制定出不符合员工实际能力和意愿的目标。

同时,管理者还应该提供必要的支持和资源,帮助下属实现目标。这包括提供培训、指导、工具和资源等方面的支持,以确保员工具备完成任务所需的能力和条件。通过这些措施,管理者可以营造一个积极、支持性的工作环境,促进员工的成长和发展。

管理金句

目标制定不应仅仅采取自上而下的强制方式, 而应转变为一种目标对话的过程, 最终达成共识。

正确的目标对话分为五个步骤: 1. 听想法, 先听下属自己想做什么, 想达到什么目标; 2. 说期望, 再说你对下属的期待; 3. 达共识, 就分歧点进行沟通并达成共识, 让下属接受一个挑战性的目标; 4. 问支持, 询问下属完成这个目标有什么困难, 需要什么支持; 5. 强责任, 强调完成目标的责任和意义。为了方便记

忆,我们可以简要概括为"听、说、达、问、强"。



目标对话五步法

听 听想法 先听下属想要实现什么目标

2 (说) 说期望 说出你对下属的期待是什么

3 (达) | 达共识 与下属进行沟通并达成共识

4 问 问支持 询问下属需要什么资源支持

5 强 → 强责任 强调完成目标的责任和意义

第一步,听想法。先"你说我听",了解下属想要达到什么目标?达到目标想要采取什么行动?

● 第一步,听想法

你觉得今年你的门店目标销售额定多少比较合适呢?

今年行情挺低迷,目标销售额能达到300万元就不错了。

下属

第二步,说期望。然后"我说你听",向下属表达你的期望。

第二步,说期望



管理者

300万元肯定是达不到公司要求的,其他门店基本都按去年 10%以上的同比增长率来制定今年目标的,你的门店去年还被评 为优秀门店,目标应该更高才是。

这……那该定多少呢!



下属

第三步, 达共识。下属的想法与你的期望有差异, 就需要相互沟通, 让下属接受一个有挑战性的目标。





如果你想今年继续获得优秀门店的荣誉和奖金, 那你今年的 目标销售额跟去年相比至少要按20%的增长率来制定。

好吧,我就是担心实现有困难。



第四步, 问支持。询问下属完成这个目标有什么困难, 需要什么支持。

② 第四步,问支持



你认为实现这个目标有什么困难或者需要我怎么帮助你?

管理者

我希望能多支持我做几场促销活动!





嗯,放手干吧!我会全力支持你的。

第五步, 强责任。强调完成目标的责任和意义。

● 第五步,强责任



一定要努力去达成目标哦,这不但关乎你们整个团队的奖励 和荣誉,而且对其他门店也要起到表率作用,对公司今年战略日 标达成有重要意义呢!

好的,明白!



在这五步当中,最难的是达成共识。如果你想让下属接受一个更有挑战性的 目标,你可以从实现目标后的好处出发,包括奖金、晋升、荣誉以及个人能力的 成长等。当下属抱怨目标太高时,你也可以帮助下属将目标分解,将目标"化大 为小",这样让人更容易接受。

※ 不恰当的方式
8月的产量目标要达到20万台。
管理者 目标太高了,难以完成。 下属
这
☑ 正确的方式
8月的产量目标要达到20万台。
目标太高了,难以完成。
A 车间上个月完成了8万台, B 车间完成6万台, C 车间完成了5万台。八月份努力一下是完全可能达成目标的。
参 练习
你需要下属完成一个什么目标?
目标可以分解到: 团队 客户 渠道
请使用"化大为小"组织你的话术:





如何避免下属不按定好的 目标计划去行动?



月初和下属在一起定好了目标计划,可是在月底总结会时,下属未按照原先的目标计划去实施,我们该如何避免这种情况出现?大多数优秀的管理者会使用"公开承诺"的办法。让下属对做出的目标计划进行公开承诺,不得不承认这个办法确实管用。

有这样一项研究:研究者曾扮成海滩游客,把一条浴巾和一个收音机放在某个正在晒太阳的人身旁,然后下海去游泳。第一种情况下,研究者会请那位晒太阳的人(其实是受试对象)帮忙照看一下收音机。绝大多数人都同意了,并且很友善地做出了口头承诺:"没问题。"第二种情况下,研究者没有请晒太阳的人照看物品就径直游泳去了。实验开始了,另一个研究人员假扮成小偷,跑过来一把

抓起收音机就跑。获得对方口头承诺这一小小的举动对结果造成了巨大影响。在 研究者没有要求口头承诺的情况下,20个人里只有4人阻止:在研究者提出请 求的情况下, 20 个人里有 19 个都采取了行动。为什么? 因为他们已经答应要遵 守承诺,起身追小偷是完全符合刚才那个口头承诺的,这在心理学上被称为"承 诺一致性原理"。

🙀 知识点:承诺一致性原理

在承诺了一件事情之后,人的行为就会不自觉地按照原先的承诺来 进行。在通常的价值观中,如果一个人不能坚持自己的观点,就会被人 们认为是两面三刀、表里不一。因此,一旦我们做出了某种承诺,就会 执着于之前的承诺。

为了避免下属不按照目标计划去行动, 你可以使用"承诺一致性原理", 让 下属对目标计划做出承诺。承诺的方式多种多样,比如签署目标计划承诺书、目 标达成宣誓会等。

🗭 不恰当的方式



制订目标计划后,按目标计划去执行。

正确的方式



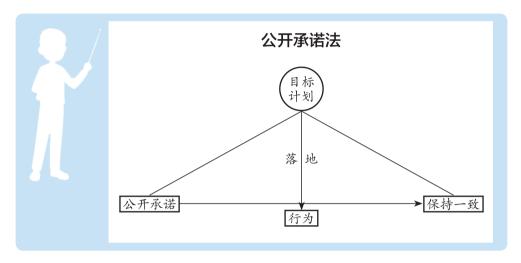
对目标计划作出承诺,并严格去执行。

管理者

很多时候, 获得对方一个承诺, 哪怕只是口头承诺, 你的目标计划被执行的 概率会大大提升,这是一个四两拨千斤的好方法。例如,在团队会议结束时,你 可以让每个人把要做的工作复述一遍,那么切实的执行就更有望实现。在临睡 时,你能先获得孩子的口头承诺,然后再放孩子多玩一个游戏,那么待会儿哄孩 子上床时就不会那么费劲儿了。

管理金句

承诺就像船桨一样左右着人们的行为路线,管理者要善于使用"承诺的力量"。



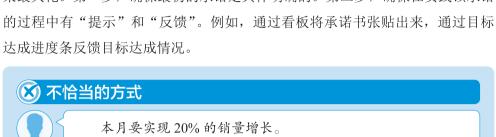
目标承诺要公开,让团队的每个成员都知晓,这样才能达到效果。同时,承诺还要具体,避免宽泛而模糊的承诺。



有这样一项研究:研究者在一家酒店里进行了为期一个月的实验。酒店请客人在办理入住时做一个与环保有关的小承诺:实验分为两组,第一组承诺比较宽泛,让客人在一个"愿意在入住期间保护环境"的选项前打钩儿。第二组的承诺比较具体,第二组将第一组的选项替换为"愿意在入住期间重复使用毛巾"。结果如何呢?哪一个承诺更容易落实为行动呢?研究者发现,在办理入住时做出更

加具体的承诺的客人,比那些做出宽泛承诺的更有可能重复使用毛巾。

如果你想让下属在工作过程中紧盯目标,你可以通过一个简单的两步法把成 果最大化。第一步,确保最初的承诺是具体明确的。第二步,确保在实践该承诺







本月要实现20万元的销售额增长,成交100个新客户、获 取客户线索 1000 个, 建立异业渠道合作伙伴 50 家。

接下来,我们一起来做个练习吧。

参加
下属需要完成的目标?
目标可以具体描述为:
采用什么样的公开承诺方式:
请使用"公开承诺法"组织目标承诺词: