

最新华为以客户为中心读后感(大全5篇)

当观看完一部作品后，一定有不少感悟吧，这时候十分有必要要写一篇读后感了！读后感书写有哪些格式要求呢？怎样才能写一篇优秀的读后感呢？接下来我就给大家介绍一些优秀的读后感范文，我们一起来看看吧，希望对大家有所帮助。

华为以客户为中心读后感篇一

“为客户服务是公司存在的唯一理由”。其实，为客户服务不但是华为存在的唯一理由，也是一切企业存在的唯一理由。企业作为盈利组织，其利润来源只能是客户，因此企业的日常工作都必须以市场为导向，以客户价值创造为核心来开展；而企业一旦偏离了客户价值创造的发展定位，不管之前曾取得多么辉煌的成就，接下来等待他们的，只能是被客户抛弃、被市场遗忘。客户是唯一能够解雇我们所有人的人，他只需要不给我们下订单就行了。事实上深入思考就会明白，我们在企业内所从事的一切活动，最终都需要客户来埋单。产品设计研发费用、生产制造费用、管理费用及人工工资甚至日常办公费、水电费等等，这些费用最终都要通过产品和服务价格摊销到客户头上。客户不是大傻瓜，他心甘情愿为产品和服务付费的原则始终只能是是否能给自身带来价值（及价值增值）、是否能够解决自己的问题。

“及时、准确、优质、低成本交付，只有四个要素同时满足，才能真正地以客户为中心。走遍全球到处都是质量事件、质量问题，我们是不是越来越不把客户当回事了？问题不可怕，关键是我们面对问题的态度。我们必须要有正确的面对问题的态度，必须找到解决问题的正确方法，问题才会越来越少，才能挽回客户对我们的信任。唯一的办法是从内部找原因。怨天尤人、埋怨他人是没有用的，唯有改造我们自己。”只有将客户的要求放在首要位置，才能持续地改进我们的工作和流程，不断地满足客户的需求。这段话也说出了前一段时间

我们的问题，不能积极面对、快捷解决产品的问题，造成客户对我们的意见非常大，对公司信心下降，甚至要求拉模走。

“要将客户的满意放在第一位，不要总担心主管是否会不满意，更不能因为怕主管骂，而做出违背客户利益的行为。”我们有些同事在这方面就做得不那么好，客户有投诉，不敢上报不敢实事求是地处理，原因就是怕挨骂。我们作为上司的同事也要时刻提醒自己，当有客户投诉的时候，需要第一时间提供支持，而不是追究责任，更不应该是骂下属。

“只强调精细化管理，公司是会萎缩的，精细化管理的目的，是为了扩张不陷入混乱，我们讲精细化管理，不等于不要扩张。面对竞争，扩张和精细化管理并不矛盾，要把两者有效结合起来。”企业的发展如果仅追求精细化追求成本，其结果就是客户投诉，客户不与你来往，最终就是失去客户。如果没有新客户、没有老客户的新项目，公司一定会萎缩，更加谈不上增长。特别是为了当期的成本将员工和一些必要的流程功能砍掉，那就更加得不偿失了。如果只顾短期，是一定没有未来的。只能一方面积极挖掘内部潜力，降本增效、增强核心竞争力，另一方面又多一些增长，多为客户创造长期价值。

企业只有真正把以客户为中心的理念落到实处，凝聚起全公司贡献者的不懈激情与智慧，不断通过优质创新产品、系统性解决方案及良好服务来为客户创造价值及价值增值，才能在与客户的共同成长中实现企业的长远可持续发展。

华为以客户为中心读后感篇二

“以客户为中心，以奋斗者为本”，这是华为公司文化的本质，是一切工作的魂，这是需要每一个员工深刻认识并理解的核心价值观，以客户为中心，以奋斗者为本，这二者本就是一对矛盾体，如何在而这二者之间寻求一个平衡点是一个企业管理者需要在经营管理中摸索总结出来的经验规律。通

过这段时间对《以客户为中心》以及《以奋斗者为本》两本书的学习，通过对华为公司经营理念的学习，经验总结如下：

一、围绕以客户为中心，坚持长期艰苦奋斗

一天不努力，就可能出局，一天不学习，就可能被社会淘汰，这是如今这个社会残酷的事实，这就需要每一个员工为企业的生存与发展顽强拼搏，容不得丝毫懈怠。所谓奋斗，即是为客户创造价值的活动，以及在为客户创造价值的过程中所付出的努力，都称之为奋斗，一个没有艰苦奋斗拼搏精神的企业是没有生命力的企业，是难以长久生存的。从小事做起，脚踏实地，用价值引领，从细微处着手，一件小事、一个难关的克服，最终达到成其大的境界。

不仅要在行动上需要坚持长期艰苦奋斗，在思想上更要打上强心针，在江苏石油已经完成一个三年目标的基础上，我们不能贪于享受，放松自我。新的三年奋斗目标已经提出，奋进1133，将“以客户为中心，以奋斗者为本”的核心价值观与员工考核激励相结合，将员工的价值观牵引到正确的方向上，持续的追赶靠的是奋斗，超越更需要依靠奋斗，我们不能做一个短时间奋斗的人，而要做终身的奋斗者，我们要打造幸福江苏石油，而幸福是要靠每一位员工奋斗得来。

二、客户的需求主张决定了中石化江苏泰州石油分公司的努力目标

客户的本能需求即是产品质量好，服务质量佳以及产品价格低，要深入到市场竞争的最前沿，投身于市场竞争的战斗中去，将服务意识融入骨髓，这样才能真正掌握客户的需求，为企业经营创效添砖加瓦。通过与客户的交流，了解企业的运营情况，才能培养良好的市场意识和竞争意识，通过贴近客户需求的服务取得客户的信任，当客户评价我们中石化江苏泰州石油分公司油品质量好，服务态度好，价格还公道，这就是我们江苏泰州石油分公司的奋斗目标，是我们的职业

精神。如果产品质量不佳，将会被淘汰，如果服务做不好，将会被客户边缘化，如果价格上没有吸引力，也将会被其他竞争对手取而代之。在未来的企业竞争文化中，要努力抓住客户的需求，才能打动客户，让客户认可我们。坚持与客户进行沟通，针对客户的实时需求变化转变经营策略，这不仅是巩固客户的一个过程，更是企业自我成长与发展的一个过程，用我们江苏泰州石油分公司的诚意打天下。

通过反复强调“以客户为中心，以奋斗者为本”的核心价值观，将理念与工作实际相结合。我们要站在前人的肩膀上，用优质的油品及服务努力将江苏泰州石油分公司打造成一流的综合服务商，为美好生活加油。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)

华为以客户为中心读后感篇三

这是一本值得所有企业管理者研读百遍、深入思考并亲身践行其中思想的好书。通过这本书，我们可以系统地了解华为在业务管理方面的战略思想，以及华为如何落地执行这些战略思想，打造华为超强的业务运营能力，支撑华为从一个不为人知的中国公司逐步成长为行业全球领袖和世界500强。这

本书的形式是记录重要讲话、思想的集合。

华为以“以客户为中心、以奋斗者为本、长期坚持艰苦奋斗”为主要价值观形态，坚持多年，最终让价值观指引企业发展，为基础连接一切。

以客户痛点为切入点，帮助他们解决面向未来的问题。我们应该从哪个地方切入？我认为应该是从客户的痛点去切入。我们要搞清楚客户的痛点在哪里，而我们怎么帮助客户解决他的痛点。抓住客户的痛点进行表达，才能打动客户，让客户认可我们。

要重视客户需求，在这个思想创造的时代，什么是创造的原动力，我们的观点是反过来的，客户需要什么，我们就研究创造什么，而不是一味的研究产品、研究技术，我们要研究客户需求。对大量的客户需求，经过“去粗取精、去伪存真、由此及彼、由表及里”的归纳、分析、综合，最终得出的其实就是我们的新标准。

华为在市场运营中还有一个原则：在市场竞争中，不靠低价取胜，而是靠优质的产品和服务取胜，不能动不动就搞什么恶战，别老是想低价竞争的问题，否则我们就会破坏这个世界，破坏社会秩序了。我们还是要提高产品的质量和服务从而打动客户，恶战、低价是没有出路的。

西方管理哲学的内涵有很多非常好的地方是值得我们学习的，比如西门子，它的机器相对落后但却稳定，所以很好卖。我们一定要努力地去认识这一点——什么叫伟大的科研成果？就比如唱歌，我想不管是什么歌曲，不管其作者是多么伟大的作曲家、歌唱家，只有那些流传下来被人们广为传唱的歌才是真正的好歌。什么是好产品？都江堰就是一个例子。几千年过去了，都江堰的设计、结构、思想，现在都没人提出来说要改变它。这才是真正的科研成果，真正的好产品。我们一定要重视质量，质量不好，就会丢掉与客户合作的机会。

质量是我们的生命。

发展是硬道理：公司不为短期的利益所动，紧紧地围绕着企业核心竞争力进行经营管理，有了核心竞争力我们才可以干许许多多的事情，失去了核心竞争力，我们将一事无成。

“神奇化易是坦途，易化神奇不足提”数学家华罗庚这一名言告诫我们不要把简单的东西复杂化，而要把复杂的东西简单化。那种可以为创新而创新，为标新立异而创新，是我们幼稚病的表现。

资源是会枯竭的，唯有文化才能生生不息。比如九三集团企业核心价值观中的“诚信”，短短的两个字重千金，它是我们的立身之本，是我们的核心竞争力，这个无形资产是给我们源源不断带来财富的。桃李不言，下自成蹊，诚信是生存之本、发展之源。

在都江堰的二王庙、伏龙观等古庙中，随处可见“深淘滩低作堰”这六个字。它的意思是要经常清除河滩中的淤泥，在沿江低矮处筑堤防止洪水泛滥。这六个字就是当年李冰父子的治水秘诀，被称为六字诀。后人也都遵循六字诀对古堰进行维护。

深淘滩，就是确保增强核心竞争力的投入，确保对未来的投入，即使在金融危机时期也不动摇；同时不断挖掘内部潜力，降低运作成本，为客户提供更有价值的服务；低作堰，就是节制对利润的贪欲，不要因短期目标而牺牲长期目标，并实现与合作伙伴的共赢。我们公司经营目标不能追求利润最大化，我们所有薪酬、经营的指导方针不能追求利润最大化。利润最大化实际上就是榨干未来，伤害了战略地位。

对于一个人来说，也要“深淘滩，低作堰”。“深淘滩”就是要不断的努力学习，不断的修身养性，厚德方能载物。只有胸怀大志、心胸开阔、心怀天下，才能做出更有益于人类和社会的事。“低作堰”就是要谦虚谨慎，要低调，只有这样，才

不会受损。我们每个人不一定都要治水，但是，我们每个人都治理好自己的人生。

华为以客户为中心读后感篇四

从读书的时候，就深深的明白“哪里有需求，哪里就有市场”，而成熟中的中国，前进的速度逐步缓慢，竞争的程度愈发激烈，而处在这种形势的我们，如何在众多对手中脱颖而出，如何在自己的职场生涯中让自己的事业和公司的未来相结合，唯一的答案就是“一切以客户为中心”。

公司所有的利润都是来源于客户，公司的生存都是靠满足客户需求，提供客户所需的产品和服务来获取利润。以客户为中心要求我们把服务作为一项指标，只有把服务做好公司才能越做越好。华为以客户为中心的价值主张和以奋斗为本，长期的艰苦奋斗为公司的核心价值观使得华为能够发展的越来越好。公司赖以生存的就是产品质量和服务信誉两个大点，产品质量是公司赖以生存的基本，只有把质量做好了，再把客户服务做好，公司才能走的长远。长期的艰苦奋斗才是公司长期生存繁荣的必要条件。做好自己的时间管理，提前做好计划，提高工作效率。要时常保持学习的态度，每天进步一点点。满足客户需求，提高客户满意度，才能让客户信任公司的产品，使用和购买公司的产品。

华为以客户为中心读后感篇五

培训内容：

第一章：为客户服务是华为存在的唯一理由；

第二章：华为的. 价值主张；

第三章：质量是华为的生命；

第四章：深淘滩，低作堰；

第五章：客户满意是衡量一切工作的准绳；

第六章：追求长期有效增长。

从读书的时候，就深深的明白哪里有需求，哪里就有市场，而成熟中的中国，前进的速度逐步缓慢，竞争的程度愈发激烈，而处在这种形势的我们，如何在众多对手中脱颖而出，如何在自己的职场生涯中让自己的事业和公司的未来相结合，唯一的答案就是一切以客户为中心。

公司所有的利润都是来源于客户，公司的生存都是靠满足客户需求，提供客户所需的产品和服务来获取利润。以客户为中心要求我们把服务作为一项指标，只有把服务做好公司才能越做越好。华为以客户为中心的价值主张和以奋斗为本，长期的艰苦奋斗为公司的核心价值观使得华为能够发展的越来越好。公司赖以生存的就是产品质量和服务信誉两个大点，产品质量是公司赖以生存的基本，只有把质量做好了，再把客户服务做好，公司才能走的长远。长期的艰苦奋斗才是公司长期生存繁荣的必要条件。做好自己的时间管理，提前做好计划，提高工作效率。要时常保持学习的态度，每天进步一点点。满足客户需求，提高客户满意度，才能让客户信任公司的产品，使用和购买公司的产品。