

久诺总经理2013年会讲话(摘要)

一、坚信梦想 任重道远

由于中西方文化差异，中国传统文化是安分守己，西方文化，则是鼓励追求梦想、实现梦想。因此在西方，梦想是从鼓励、支持开始；而在中国，梦想往往是从质疑声、反对声、甚至嘲笑声开始。每个人天生都有梦想，但随着周围的质疑声、反对声等，逐渐失去了自信，丢弃了梦想。认为梦想与成功只是别人的事，我们不配梦想与成功，甚至有人认为命中注定就要做一个安分守己的人、失去了想法、失去了向上的动力，最终变得平庸。

今天在这里，我要明确、发自内心的告诉大家：梦想是我们自己的，是我们自己给自己的，不是别人塞给我们的，梦想只与我们自己有关，与其他任何人无关，包括你的父母、至亲。只要你的梦梦想是积极的、有价值的，是自己所喜欢的，就不需要征求任何人意见。当你有梦想只需要做两件事：一坚信自己的梦想；二付诸于实际行动。

1997年我开始创业时，什么都没有，没有大学学历、没有经验、没有技术、没有资金、没有团队。按常理，当时我根本不具备创业的条件，家人及身边人认为创业与王志鹏没有任何关系，踏踏实实做油漆工才是正道，想其他东西都属于胡思乱想。但事实上，到底有没有胡思乱想，我心里最知道，到底是不是真正想创业，我心里最清楚，怕不怕失败与挫折、能不能坚持，我心里最明白。没有资金可以借，没有技术可以学习，怕就怕没有你的想法不坚定，怕就怕只有想法不行动，怕就怕一遇到挫折就退缩。所以只要我们坚信自己的梦想，信念坚定，并付诸于实际的行动，事就能成。

2009年当我第一次设定创真石漆第一品牌的目标，几乎没有人相信，四年过去了，目标离我们越来越近，当初怀疑的人开始相信；当初相信的人，觉得久诺未来可以实现更大目标。论实力，比久诺实力大的公司非常多，为什么久诺能在短短四年之内能成为真石漆领域成长最快的品牌，甚至很多同行在模仿我们，靠的是什么？虽然久诺实力在业内不是最大的，但久诺对真石漆的所投入的情感、倾注的心血和精力是最多的，对品质要求及钻研的程度是最高的，所追求目标及心里信念是最大的。坚定的信念、切实的行动，这才是久诺品牌之魂。我从不担心他人模仿、抄袭久诺，只担心我们整个团队对公司目标，信念坚定度不够、执行力不强。只要我们整个团队，坚定信念、并切切实实去行动，目标完全可以提前实现。虽然任务重，但道路并不遥远。

二、切实行动 做实品牌

2013年2月25日久诺品牌宣传广告将会登陆央视新闻频道，同时久诺也是全国第一家率先登上央视的真石漆品牌。久诺品牌的知名度会越来越高，会有越来越多的人知道久诺。这对久诺品牌成长是好事，但也对我们所有久诺人提出了更高的要求。市场对久诺的关注是全

面的，不仅关注久诺之长处、优势，更会关注久诺不足。品牌知名度的越高，市场对我们考验也越大。在这里我还是要老调重弹两件事：

1、品质 品质 品质

品牌的定义很多，但是最朴实的定义就是品质可靠、可信。品质是品牌的基础、根本、绝对支撑。产品研发部、及生产部，绝对不能满足于目前的品质，必须以行业第一、行业最佳的为目标，不断完善品质、追求极致，向客户提供最具品质保障的产品。

任何优势都是具有时限性的，任何时候都不能停止学习。真石漆如同任何产品一样，还有非常大提升空间。未来3年、5年真石漆的体系与今天肯定有非常大的改进。只要我们还做真石漆，对品质要求就不能放松。只要用心钻研、试验，一定可以做的更好。并且没有理由做不好，因为我们专业专注度是国内最高的。用数倍甚至数十倍他人的精力、时间研究真石漆，品质做不到第一，那绝对是说不过去的。另外品质好与不好，你们自己说的不算，我说也不算，一定是客户说好，施工人员说好，同行说好，那才是真正的好。

2、服务 服务 服务

品牌含金量除了产品品质，还包括服务的态度与质量。很大程度上讲，服务代表了一个企业的品行与责任。久诺完整意义上的产品是优质的产品+优质的服务。服务构成了久诺品牌的附加值。我们的技术服务部门一定要学会换位思考，“当你买了一部手机，出现质量问题，找到厂家不理不睬，心里是什么感觉？”，感觉肯定非常不好，甚至会骂人，骂人还不够，还要告诉身边的人。

客户只会给久诺一次机会，客户资源非常有限。无论项目大小，我们的服务必须做到一视同仁。每一个客户都是基于信任才选择久诺。我们必须珍惜这份信任，并用优质的服务去巩固。

对客户负责就是对久诺品牌负责，更是对我们自己的负责。在这里我对技术服务部门只有三点要求：

1)不推脱——客户反映了问题，一定要认真分析，该是我们的责任一定要承担，绝对不能推脱，出问题不可怕，可怕的是出了问题，推脱不负责任。

2)不拖延——真正急客户之所急，该到现场到现场，绝对不能拖拖拉拉，考验客户的耐心。

3)勤钻研——服务态度好是必须的，但是还必须能切实帮助客户解决问题。大家要强化各类破坏性非标准作业的试验，在全国各地广泛收集各类问题真石漆案例，进行实践学习，

提升自己的专业，真正成为业内的专家。

三、距离卓越只差一次学习

整体来讲，我们整个团队是非常优秀的。但是我认为大家还有很大的提升空间，包括我王志鹏。久诺的目标是创中国真石漆第一品牌，不能以常规的思维去要求自己。我们每个人的职业素养、业务技能、创新能力必须达到行业第一。不是王志鹏，而是我们所选定的目标对大家要求如此苛刻。

第一不是我们超越他人多少，而是我们自己。要成为第一品牌最大的挑战不是同行，而是我们自己易于满足、沾沾自喜的本性。2012年久诺的业绩发展不错，并不意味着我们已经做的够好。“差不多了、可以了”如果大家抱着这样的心态，我们再优秀，马上就会变得平庸。久诺定位一定要做业内一流的企业。大家必须具有一流的理念，绝不能给自己设限。人的创造力是无限的，可以不断超越，我们必须追求卓越。

如何迈向卓越?学习!学习!学习!任何事物都有无限的改进性。唯有不断学习，才能突破自己，才能看到自己现有的不足，才能不断打开思维，进行创新。在这里我要特别声明：在久诺，学习必须成为一种常态，不断用心、不断钻研、不断进步，并从中获得成就感。这是一个良性循环。人生最大的霉运就是不学习。我们要会学习、善于学习，每年能都感受自我的进步，这才是积极丰盛的人生。请大家牢记：我们距离卓越只差一次学习。

2013年我们将会建成亚洲最大的真石漆生产基地，会有最先进的现代化的生产车间，更舒适的办公及生活环境。事实上，打造一流的硬件设施，非常容易，只要有资金就可以实现。但是再好的工厂不会自动创造一分钱业绩。一定人创造了一切，是人决定了资产的价值。一流的硬件+二流的人才一定是二流的企业。2014年是久诺品牌成了5周年，我们所有人都必须责任感、使命感、紧迫感，以卓越的成绩迎接为久诺5周年献礼!

谢谢大家!