

“人才强,公司强。”这是成功企业的共识。随着人才战的加剧和人口红利的消退,越来越多的企业感到人才难求。如何在人才争夺战中占据主动地位?各大企业开始苦练“内功”,打造雇主品牌,争当好雇主。不管是腾讯深圳公司春节后派发红包;还是博世中国完善的轮岗制度;抑或艺龙公司总额1亿元的“员工购房免息贷款计划”,其留人的作法均可圈可点。

“留人”大战 催生企业强品牌练内功

文稿撰写 罗旭 熊尚晓

雇佣关系需和谐

2月17日,腾讯深圳公司,马化腾等10名高管自掏腰包,为数千名员工派发红包,庆祝新春,引来无数白领艳羡的目光。

就在之前的1月23日,2012年度中国最佳雇主品牌颁奖典礼在北京举行。这是第二次在全国范围内评选好雇主,腾讯是入选者之一。

“一流的人才,永远是稀缺的。”获奖企业的人力资源部门负责人都这样表示,如何吸引优秀人才,已经成为企业战略的重中之重。

“改变正在发生。”中国人民大学劳动人事学院教授林新奇指出,打造雇主品牌,用雇主品牌吸引、凝聚人才,正在成为一流企业的必修课。

雇主品牌这一概念是由英国管理学家安姆勒和巴若在上世纪90年代提出的。作为雇主的形象标志,其表现为企业激励和保留现有员工以及吸引潜在员工的相关价值、政策和行为体系,是企业人力资源管理水平的综合体现。

从2012年度最佳雇主名单上看,上海大众、腾讯、宝马中国、招商银行、万达集团、南方航空、中国一汽……无一不是企业界的“高富帅”。难道最佳雇主无非就是那些实力雄厚、财大气粗的企业?

“最佳雇主”和“最佳企业”不是同一个概念,雇主品牌衡量的重点不是企业规模的大小、经济效益的高低,而是雇佣关系是否和谐。”林新奇说,“知名企业因其社会影响力会对人才有一定吸引力,但雇主到底好不好,最终还是员工的切身感受说了算。”

“同等职位上,一些中小企业薪水更高、发展前景更好,也难怪吸引到一流人才,主要是因为其雇主品牌形象建设不够。”智联招聘首席执行官郭盛这样认为。

以人为本最重要

调查显示,随着人们的物质文化生活以



2月17日,腾讯深圳公司马化腾等10名高管自掏腰包,为数千名员工派发红包,引来员工喝彩。

及价值观的提升和转变,人们找工作时的优先考虑条件也在不断发生着变化。比如,理想雇主2011年首要的特征是“有竞争力的薪酬”,2012年这一因素的排名却降到了第六位。

越来越多的公司开始意识到,已经不能像以前那样只凭高薪就能引得优秀人才从者如云了。吸引一流人才加盟,企业要用心做得更多、更好。

那么,好雇主到底需要具备哪些条件呢?2012年,公众心目中的最佳雇主应具备的首要特征是“完善的福利待遇”,其次分别是“企业具有良好的发展前景”、“和谐的内部人际关系”、“公平公正的用人原则”、“提升个人核心能力的机会”和“有竞争力的薪酬”等。

北京大学社会调查研究中心的调查显示,最佳雇主需在雇主品牌战略、雇主形象、组织管理、薪酬福利、培训发展、工作环境六个方面都要有优秀表现。

为了从竞争激烈的市场脱颖而出,很多企业开始试水雇主品牌战略,注重内部的雇主品牌建设,与外部传播。外资企业在这方面无疑先走了一步。在此次评选中拔得头

筹的上海大众汽车公司就是如此,他们为新员工提供几乎免费的住宿,实行弹性工作制,并在内部晋升方面不设天花板。这无一不让优秀人才闻之心动。

跨国公司博世中国,也是坚持把员工放在首位,承诺诺经济危机从“裁员”并提供完善的轮岗制度,提倡员工“不工作但不换公司”,员工可以在公司内部跨行业跨国家跨区域工作,公司负担员工家属的跨国生活成本。公司以此大大提高了人才的忠诚度与敬业度。

“实践证明,拥有良好雇主品牌的企业可以相比竞争对手以更合理的薪资成本吸引到优秀人才。”郭盛表示,企业费尽心思打造雇主品牌,其实都是在向外放出一个信号——“我是一个好企业”。

让人欣喜的是,越来越多的中资企业也日益注重雇主品牌的打造。例如艺龙公司,不仅推出了总额1亿元的“员工购房免息贷款计划”,还设立奖学金制度支持员工在职深造,并对有卓越贡献或处于关键岗位的员工进行股票期权奖励。而腾讯则推出中国互联网行业第一家内部培训学院——腾讯学院,还为新员工设立导师制,并为员工的不

同成长阶段设计了潜龙计划和飞龙计划,为人才成长提供全方位的支持。

吸引人才是根本

“雇主品牌的价值在于企业内外部承诺与产品、服务的完美结合。”中国人力研究会副会长王通讯说,“尊重每一个员工,实现对员工的承诺,是优秀雇主最重要的特征之一。”

树立良好的雇主品牌形象,往往需要企业数十年如一日的在福利、自主度、晋升上为员工着想,并时刻关注对员工感受的科学管理。上海大众的人事部经理胡怡敏介绍,“大众最有代表性的就是‘员工情绪晴雨表’,这是一套普通员工3分钟内就可以完成的简单问卷,经过特别的统计方法能在小部门、大部门、全员三个层面清楚勾勒出员工的心里状态,不管哪个部分出现问题都可以第一时间发现并解决。”

对人才感受的高度重视,是因为这些企业都面临着激烈的人才竞争。如何吸引并留住中高层人才,如何让企业现有员工安心工作这都是企业要解决的问题。“当选最佳雇主除了因其企业文化与2012年的求职心态高度契合,更因为它是从员工的需求和感受出发,给员工想要的。”这是获奖企业的共同认知。

“雇主品牌最直接的作用,就在于帮助企业吸引到人才市场上的高端人才。”林新奇说,为了在招聘阶段就能吸引住好的人才,很多企业都把面试官看作是企业的形象大使,对他们的工作有严格的要求。为检验面试官的工作,企业对求职者体验做调查。实践中,也的确有不少优秀人才因为面试官的专业素养,而认可企业的管理水平和团队氛围,愿意降薪加盟。

“随着雇主品牌概念的逐步推广,必然会有越来越多的企业认识到——好的雇主品牌是企业的无形资产。”王通讯说,“企业打造雇主品牌,目标就是吸引行业内一流人才源源不断地加入,因为他们深知,拥有人才才能拥有未来。”

培养高水平汽车后市场专业人才 米其林驰加零售学院全新升级揭幕

闻鑫

全新升级的米其林驰加零售学院近日在上海正式亮相。该学院是国内汽车后市场领域首个将培训服务全面化、标准化、系统化的专业汽车维修培训学院,它的建成将为驰加培育更多的优质人才,全面提升驰加网络的整体服务水平。学院还将以其完善的培训机制和严格的认证系统,为汽车后市场树立全新服务标准。

米其林(中国)投资有限公司轿车及轻卡轮胎替换市场销售总监杜伟立先生表示:“驰加零售学院的全面升级,意在更好为汽车后市场培养一流专才,进一步提升驰加网络的整体服务水平和行业竞争力。米其林一贯秉持‘满足消费者需求’的核心理念,此举再一次印证了米其林对中国市场的承诺,以及致力于将驰加打造成‘您身边值得信赖的专业汽车服务中心’的决心,为中国消费者提供更完美的消费体验。”

驰加零售学院是一个面向驰加网络的

培训整合平台,该平台为驰加店主及员工提供包括基础知识、操作技能、销售技巧以及零售管理等方面的系列课程,结合多种培训方式,提高驰加网络的整体服务水平,提升驰加网络竞争力,为消费者提供完美的消费体验。

升级后的学院将运用汽车后市场服务行业领先的零售理念,采取现代化的技术和手段开展教育和培训,规范维修操作流程,整体提高驰加学员的规范技能。学员可通过在线培训平台,根据所处的不同岗位找到针对自己的学习内容。每个学习阶段都需经过严格考核和认证才可,一名普通员工完成整个培训一般需要三年的时间,从而有效确保了知识的系统性和培训的有效性。除了对驰加员工提供培训外,该学院还对驰加零售提供包括企业经营、店面营销以及全面的专业技术培训在内的各类专业课程,形成一个专业超前、科目齐全的培训体系。

随着中国汽车市场由高增长步入平稳

期,汽车售后服务的利润对汽车行业的贡献越来越不容忽视。方兴未艾的市场规模和需求,凸显了该行业高质量汽车技能服务人员的严重短缺。据中国教育部、人社部等六部委联合发布的《紧缺人才报告》显示,目前我国汽车后市场人才的缺口至少有100万。驰加网络自身也对相关人才有着很高的需求。驰加作为中国最早、最大的汽车服务网络,其零售学院的建立不仅将提高驰加网络的服务水平,也为中国汽车后市场服务行业的人才培养做出贡献,新升级的驰加零售学院每年会为中国汽车后市场培养3000余名优秀的专业人才。

为不断提高服务质量,米其林用多种方式培养员工。今年3月底,第三届驰加汽车服务网络全国技能大赛总决赛将在深圳敲响战鼓,从全国200多个城市的800多家驰加门店脱颖而出的33支技师队伍,将参与角逐业界最高荣誉——“蓝领英雄”称号。

为传播企业文化提供强有力保障 河南众品全力培养优秀通讯员人才

本报记者 李代广

“目前,《众品报》已经成为展现众品优秀的企业文化和蓬勃的生命力的平台,众品公司学习型组织建设的重要载体和企业文化传播的重要阵地。”近日,河南众品食品集团总经理王娟在接受本报记者采访时如是说。

据了解,近年来,河南众品公司把培养优秀通讯员人才队伍,作为传播企业文化的一项重要工作,他们依托《众品报》,培养了一大批优秀通讯员先进个人、先进集体。去年,河南众品公司邀请了《许昌晨报》编辑部主任王利辉、摄影部主任朱宁,和长葛市委宣传常务副部长、《众品报》总编辑赵金喜等对广大通讯员进行了培训,在培训中,他们坚持实操与理论相结合,通过案例回放、分析,增强针对性,对提高广大通讯员写作水平起到很强的指导作用,对《众品报》的转型、持续提升有很大的推动作用。《众品报》编辑部、广大通讯员及文学爱好者围绕河南众品公司的发展及员工生活、学习、工作,勤奋执笔,发表了大量宣传

众品公司优秀文化、优质产品的文章,提升了企业形象,树立了良好的企业形象。

同时,涌现出了一批优秀的通讯员,他们围绕众品公司发展主旋律,积极参与到企业文化建设之中,以《众品报》为平台,创新内部机制,激励广大员工的写作热情;他们以管理案例、激励广大员工、生活感悟、工作感想为主要内容,通过办理《案例教学专刊》,为广大文学爱好者提供平台的同时,极大地传播了众品公司的企业文化,推广了其先进的管理案例。

针对企业内外部环境变化,王娟总监对《众品报》的广大通讯员提出了新的要求和期望。新的时期,随着河南众品公司内外部环境变化,企业文化建设在企业管理中日益重要,已纳入河南众品公司的战略规划。被员工、利益相关者、社会充分认同的优秀企业文化是伟大企业的重要特质之一。

作为战略导向性企业,和中国质量检验协会团体会员单位,河南众品公司的发展阶段正由制度管理阶段向人本管理阶段迈进,需要一大批有思想、有文化、有追求的人来宣传其企业文化,需要更多的载体传

播企业文化价值。《众品报》作为价值传播的重要载体,需要更多能彰显河南众品公司企业文化精髓的文化故事,需要更多通俗易懂的管理案例,需要更多反映员工真实生活、工作、学习的优秀作品,需要更多及时展现其发展动态的新闻作品。

国药准字H46020636

快克

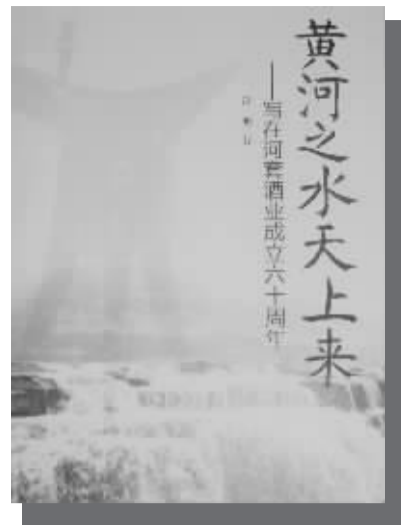
复方氨酚烷胺胶囊

适用于缓解普通感冒或流行感冒引起的发热、头痛、四肢酸痛、打喷嚏、流鼻涕、鼻塞、咽痛等症状,也可用于流行感冒的预防和治疗。

请在医生指导下购买和使用

海南亚洲制药生产

海南快克药业总经销



黄河之水天上来

——写在河套酒业成立六十周年

连载 33 汉明 著

作为企业当家人,在抓生产经营的同时,他也注重体察民情,为职工办实事、办好事,使职工的年收入随着企业的效益同步增长。张庆义说:“企业过上了好日子,最终要让职工过上好日子,让一方百姓过上好日子”。河套酒业公司为职工兴建了家属楼,解决了一大批职工的住房难问题;在厂内办起了食堂、理发馆、浴室、医务室和文体活动场所等服务设施,方便了职工生活。

河套酒业公司先后兴办了劳动服务公司、物业公司、纯净水公司、房地产开发公司、保健酒公司等下属企业,安置了多名社会下岗职工和社会无业人员,同时也使企业发展成为具有强大辐射带动功能和抗风险能力的大集团公司。张庆义常说:“我们是社会主义国家不能像西方国家动不动就炒职工‘鱿鱼’。工人是企业的主人,下岗职工是社会的财富,我们应该发挥他们的主观能动性,使他们能够自食其力,贡献于社会,是我们企业不容回避的社会责任。”

杭锦旗南渠乡农民杨杰是河套酒业集团包装车间的一名临时工。他以前农闲的时候没事干,就是喝酒打牌,现在到河套酒业集团干临时工,一冬天下来能挣许多钱。他们乡冬天有很多青年到河套酒业集团打工。在河套酒业的拉动下,很多农村青年进了城,住上了高楼。河套酒业的司机李明说:“我是一名转业军人,过去分配到河套酒业工作是没面子的事儿,现在能来河套酒业上班是非常有面子的事儿。我现在有工资、有股份,战友们都很羡慕我,聚会我也愿意参加了。”

做以商招商的桥头堡

河套酒业土里生、土里长,长大了也忘不了回家乡。河套酒业以商招商,推动了杭锦旗的开放进程。

由河套酒业集团牵线搭桥,他们引进中头屯河桥桥分别落户杭锦旗,在陕坝镇和粮店镇桥桥分别建了两个加工厂,带动了巴彦淖尔市红色产业的兴起和发展。两个企业和22000余户农民订单种植番茄65000亩,仅此一项每年为农民增收1亿元,还安排了700多名农村富余劳力。

河套酒业牵线搭桥,引进伊利集团在杭锦旗建立了巴彦淖尔分公司,连同河套酒业的百吉纳奶酒公司,两个乳制品加工企业,年需鲜奶15万吨,带动农民养奶牛5.5万头。为了帮助农民发展奶产业,河套酒业集团还为560户农民担保贷款3000万元。随着河套酒业集团生产白酒的需要,在杭锦旗后旗的沙海乡、双庙乡共建设酒高粱基地2.5万亩。河套酒业集团已成为内蒙古自治区、巴彦淖尔市和杭锦旗产业化龙头企业。河套酒业的重要意义远不在于它所创造的经济价值,而在于改变了农业地区政府官员和民众的思想观念,探索出了中国西部地区发展地方工业的方向和动能。

河套投资公司总裁闫新说,通过河套酒业的发展,当地人的思想观念转变了,主要体现在以下三点:

一、计划经济时人是“植物人格”,事事需要政府和社会安排,现在计划经济,人是“动物人格”,想过好日子必须闯,主要是与外面的市场经济接轨,用外面的资源改善这里的生产生活。

二、社会上的人过去却为了企业是股东的,与社会的无关,现在却看到了企业在地区经济中的作用,看到了支柱企业、名牌产品对经济拉动的神奇力量,由此对其社会地位和价值认识更为透彻,形成了尊重企业家、创业者的氛围。

三、企业职工过去认为吃大锅饭应该,平均主义也是道德和人品范畴的事情,现在通过知识补给、技术培训和竞争机制引入,认为创新、高效是企业的生命。

竞争是企业的动力,只有企业争得市场的一席之地才有职工的安身立命空间,职工只有与企业同荣共辱才能共存亡。职工工资的逐年增长,在当地企业中已属较高水平,“五险”的全部缴纳,使职工和企业建立了鱼水关系。