

企业楷模

七匹狼的用人之道，可总结为人尽其才，才尽其用及人性化管理。在培养人才的同时，更深层次地挖掘每个员工个体的才能，使之转变为七匹狼发展前进的不竭动力。

■ 苏新

七匹狼品牌创立于1990年，是中国服装业首家高科技上市公司，开创性品牌，始终致力于为消费者提供满足现代多元化生活需求的高品质服装产品。“男人不只是一面”，七匹狼以“品格男装”突显国际化品质和中西兼容的文化格调，以时尚传承经典，以中国面向世界。在经历了20多年的辉煌之后，已然形成了其独具特色的用人之道。

人才战略为先集聚发展动力

优秀的人才是实现企业战略目标的基石，是企业持续发展的动力。七匹狼以科学的人才培养方法、有效的激励机制、公平的竞争平台、广阔的事业发展空间广纳的良才，让每一位员工都能在七匹狼的这个狼族部落中充分体现自我价值，以“相信自己，相信伙伴”的理念为导向，达到个人生

七匹狼:特色鲜明的用人之道



涯规划与企业发展目标的最大契合，让员工与企业共同成长。

人才理念为重拔升员工素颜

七匹狼推崇“诚信、责任、专业、创新”

的经营理念，注重员工的品格和能力，培养，要求员工具有敬业精神和开拓能力，强烈的事业心和责任感，具有现代管理意识能力、倡导团队合作精神。

七匹狼以科学规范的管理为员工提供良好的工作平台和发展平台，以“挑战人

生，永不回头”的企业精神为指导，寻求员工与企业的共同发展和进步，着力打造七匹狼国际品牌。

七匹狼实行人才发展双通道制度。七匹狼会基于员工能力和个性的客观差异，以及管理类、专业技术类岗位工作特性的根本差异，推行员工职业发展双通道，优化员工职业生涯设计，为员工发展提供更大的发展空间。

员工都要经历在职训练、内部训练、派外训练、出国培训和考察、网络学习等众多学习实践课程，提高自身业务水平和综合素质。新员工的入职课程涵盖公司历史、品牌文化、产品知识、职业素养等众多方面，帮助新员工更快的了解并适应七匹狼的文化理念和运营模式。此外，技术员工和管理类员工都有相关培训课程。

在众多培训和学习机会之余，七匹狼还为员工准备了具有外部竞争力和内部公平性的丰厚薪酬待遇。此外，为了丰富员工的生活，体现七匹狼的人文关心，七匹狼每年提供一笔年度旅游津贴由部门组织员工旅游，同时每年员工生日为员工发放一份生日礼物，除此以外公司还有红礼金、生育津贴等各项福利礼金、节日慰问、节日活动、拓展活动等。



经营方法

7-Eleven 是世界著名的连锁便利公司，去过 7-Eleven 的人会发现店铺中酸奶的冷藏柜是和盒饭销售柜摆在一起的。这一独特的陈列设计来自于一个有趣的小故事。

一位女高中生在 7-Eleven 的店铺中打工，由于粗心大意，在进行酸奶订货时多打了一个零，使原本每天清晨只需 3 瓶酸奶变成了 30 瓶。按规定应由那位女高中生自己承担损失，这意味着她一周的打工收入将付诸东流。因此，她只能想方设法将这些酸奶赶快卖出去。冥思苦想的高中生灵机一动，把装酸奶的冷饮柜移到盒饭销售柜旁边，并精心制作了一个醒目的 POP(售卖场所广告)，写上“酸奶有助于健康”。令她喜出望外的是，第二天早晨，30 瓶酸奶不仅全部销售一空，而且出现了缺货。谁也没有想到这个女孩戏剧性的实践带来了 7-Eleven 新的销售增长点。自然，她也不必担心自己一周的工钱了。

商品陈列不是简单的堆叠摆放，同样的酸奶，换一个位置结果就大不相同，因为这一小盒酸奶通过“联系”的作用无形中提醒了消费者“酸奶有益健康”这一常识，而“有益健康又容易取得”就成了盒饭旁酸奶的优势与卖点，人们甚至会因为“有益健康”而不会过多地考虑价格。商品陈列就是这样，不单单要突出商品，吸引眼球，更要引导消费、刺激消费。高明的陈列设计可以使消费者对某些产品产生一瞬间的购买欲望，这种欲望不必是目的性、需求性极强的，有时只要达到“捎带”的程度就足以让这 30 瓶酸奶脱销了。众多知名超市就是充分利用了这种联系性的陈列方式：7-Eleven 的荞麦冷面与纳豆、鱼肉香肠与面包、沃尔玛的尿布与啤酒，都是“酸奶故事”的续集。而这种搭配摆放获得双赢就是对商品陈列可以在营销中指导消费、刺激消费的有力证明。

更让人惊讶的是，有资料显示，科学、专业、适应消费心理和消费需求的商品陈列能带动 10%-40% 的销售增长，甚至超过促销带来的销售提升。这 30 瓶酸奶背后其实是涉及美学、心理学、经营学等领域的商品陈列课题，或许每一位营销人员都该来一瓶细细品味一番。

管理之道

变动的市场里，改变是无法避免的，也是必要的。然而过多的改变会冲击到每一个组织。聪明的主管会把每一次的改变当成一次转机，他们会想办法从改变中找出好处，成功的主管一定要有这种精神。

如何让下属愿意接受改变？

■ 杨路

你可以积极拥抱改变，把改变当成振兴的机会，认为新措施是重燃个人热情的新方法，但你要考虑到团队成员也许不这么想。在职场上，大多数人还是宁可过着稳定安逸的日子。员工不愿意改变的心态，对每一个领导者来说，都是棘手的问题，以下八个策略应该能帮助你处理这种问题：

- 1、要团队有心理准备，让他们知道每年都要容忍一定次数的改变。事先提醒他们，改变是无法避免的事实，让他们明白，你期望他们接受不可避免的改变，并从中寻找好处。这样就可以事先提高接受。
- 2、避免无谓的改变。“没有坏就不要修。”这句话虽然是老生常谈，但是很有道理。很多公司定期实施没有必要的变革。最好要确定改变是往前走，而不是往旁走或往后退，否则只是扰乱员工而已。

3、如果听到有人说，希望最近都不会再看到任何改变，一定要纠正他们。善意的提醒他们现实生活就是这样。

4、实施变革时，对他人的不同意见要表示尊重。接受别人有意见不同的权利，通常能化解对方的抗拒。

5、解释为什么必须改变，这会帮助员工调整自己的想法，从厌恶转为接受。

6、切勿在宣布改变之后，就认为该做的都做了，一切会顺其自然地画下圆满的句点。这算是失职，你的团队会觉得你把新问题丢在他们身上，然后就一走了之。相反的要从旁引导，直到看到满意的结果。

7、执行变革时，要留意计划以外的问题。团队成员很可能很快就把小问题当成变革不符需求的证明。要冷静地处理问题，并再次重申最终的好处。

8、最后，要记得找机会奖励对整顿顺利有贡献的人，该赞美时绝不要忘了赞美。

爽快地向下属认错

■ 江口克彦

为了指引正确的方向，上司经常需要提醒或者责备下属。但上司也是人，说的话不一定永远正确。有时上司的指示也会出错，上司也会犯违背自己理念的错误。出现这样的情况时，一定要公平对待。

在被松下幸之助先生任命为 PHP 研究所的经理后，我曾经就重振教育的问题在研究所发表过一些提案。本着重新审视教育制度的精神，我们请来各界专家共同讨论。松下先生和大家广泛交换了意见。我们将这些提案整理并征得大家一致同意之后准备登报。在做登报前的校对工作期间，松下先生打来电话：“那些提案还是别登报了。如果登报的话，会给一些人带来麻烦。”

我马上去见他，说：“您不是经常教导我说，PHP 的宗旨就是为了社会、为了人类吗？这次的教育制度提案，不正是为了国家的发展，大家才下工夫讨论的吗？怎

么能因为少数几个人的麻烦就中途放弃了呢？这样太荒唐了，这和您平时的理念完全不符啊。”说完我转身离开了。

其实在说这番话前我已经做好了思想准备，当时我在想：我做的这一切都是为了什么啊？

带着这样的情绪回到家后，不一会儿，松下先生就打电话来了：“刚才的事，是我的错。不用考虑也知道你说得对。我有些优柔寡断，对不起，想做的就应该放手去做。”

这番话让我心里热乎乎的。这样伟大的松下先生向我说对不起！当时他八十九岁高龄，而我才不过四十四岁。我们的年龄、立场、地位差距