

<<人才制高点>>

图书基本信息

书名：<<人才制高点>>

13位ISBN编号：9787100058476

10位ISBN编号：7100058473

出版时间：2010-6

出版时间：商务印书馆

作者：（美）杨国安等著

页数：221

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<人才制高点>>

前言

近二十几年来中国经济的快速发展和全球化的趋势有目共睹。有些在华企业抓住机遇、突飞猛进，而有的企业却望洋兴叹，心有余而力不足。我们在研究中发现，这些成功企业和一般企业之间的一大差别在于人才管理上的差距：谁能有效地吸引、激励、培养和保留公司发展需要的关键人才、赢得人才大战，谁就能赢得今天的商战，并为明天的发展奠定基础，确保基业常青。这点对所有在华运营的企业都一样，无论是国有、民营还是跨国公司。2005-2007年，我们针对人才管理和发展这一重要议题对二十几家优秀中外企业进行了深入的研究，通过实地考察和文献收集，我们近距离地了解了这些优秀企业在人才管理和发展上的指导理念和具体做法，总结他们的成功经验，撰写了此书。考虑到读者的实际需要，书中包含了简单实用的理论框架、生动翔实的公司案例和最佳实践介绍、系统和可操作的诊断和实施工具。希望此书能为有志于提升企业人才管理能力的企业领袖和中、高级主管提供思路 and 工具，帮助在华企业强化竞争力。

<<人才制高点>>

内容概要

近二十几年来中国经济的快速发展和全球化的趋势有目共睹。有些在华企业抓住机遇、突飞猛进，而有的企业却望洋兴叹，心有余而力不足。我们在研究中发现，这些成功企业和一般企业之间的一大差别在于人才管理上的差距：谁能有效地吸引、激励、培养和保留公司发展需要的关键人才、赢得人才大战，谁就能赢得今天的商战，并为明天的发展奠定基础，确保基业常青。这点对所有在华运营的企业都一样，无论是国有、民营还是跨国公司。2005-2007年，我们针对人才管理和发展这一重要议题对二十几家优秀中外企业进行了深入的研究，通过实地考察和文献收集，我们近距离地了解了这些优秀企业在人才管理和发展上的指导理念和具体做法，总结他们的成功经验，撰写了此书。考虑到读者的实际需要，书中包含了简单实用的理论框架、生动翔实的公司案例和最佳实践介绍、系统和可操作的诊断和实施工具。希望此书能为有志于提升企业人才管理能力的企业领袖和中、高级主管提供思路和工具，帮助在华企业强化竞争力。

<<人才制高点>>

作者简介

牛培华，具有加拿大银行业十几年的管理经验，曾在中欧国际工商学院任职，负责高层经理培训部的市场营销和国际合作项目，并对在华企业的人才管理和发展进行了深入的研究，目前在外资银行负责组织学习。

杨国安，世界杰出华人管理大师之一，中欧国际工商学院副教务长和飞利浦人力资源管理教席教授，CEO学习联盟创办人，前宏碁集团首席人力资源官（CHO），并多家上市公司董事和高级顾问。专注于企业组织能力建设、组织变革转型、全球化管理以及战略人力资源管理。

戴华，哈佛中心（上海）高级研究员，专注于中国商业管理研究和案例撰写。曾在中欧国际工商学院任职，从事华人企业全球化、在华企业人才管理和发展的研究和CEO学习联盟的项目管理。

<<人才制高点>>

书籍目录

总裁荐语前言第一部分 人才管理：在华企业成败的关键第一章 人才管理重中之重第一节 在华企业人才管理的七大“病症”第二节 七大“病症”的危害和自我体检第二部分 如何吸引、激励和保留人才，确保战略有效实施第二章 最佳雇主的成功之道第一节 不一样的人才管理第二节 从营销观点再思人才管理第三节 从最佳雇主再思人才管理第三章 最佳雇主案例分析第一节 阿里巴巴：一个让员工追求梦想的快乐社群第二节 博时基金：以支持和关怀成就员工专业领域的卓越第三节 波特曼丽嘉酒店：帮助绅士淑女成功第四节 李宁公司：以体育精神取胜国际市场第五节 玫琳凯中国：丰富女性人生第六节 万科企业股份有限公司：职业经理人的摇篮第四章 最佳雇主的比较分析第五章 建立与落实独特价值主张的行动计划第三部分 如何培养人才支持企业持续成长和战略转型第六章 赢一时还是赢千秋第七章 人才发展的最佳实践分享第一节 ABB中国的人才发展第二节 帝斯曼中国(DSM China)的人才发展第三节 惠普中国(HP China)的人才发展第四节 IBM中国的人才发展第五节 柯达中国(Kodak China)的人才发展第六节 联想集团(Lenovo Group)的人才发展第七节 壳牌中国(sheu China)的人才发展第八章 最佳实践公司的经验总结第九章 本土公司与跨国公司人才培养体系的比较第四部分 学以致用：对症下药。提升人才管理第十章 从理想到行动第一节 采取行动的关键要素第二节 成败案例的分享第三节 执行中的关键

<<人才制高点>>

章节摘录

玫琳凯还将自己的“黄金法则”运用到与商业伙伴的关系中去。在对玫琳凯商业伙伴的焦点小组访谈中，他们对玫琳凯中国的评价是“公平、注重长期合作、愿意彼此帮助”。

通过公司内部会议、网站、刊物等渠道，玫琳凯不断认可和奖励体现公司原则的行为。公司每月、每年都通过内部网、杂志等渠道对那些具有正确品格的员工予以表彰，评选服务之星。麦予甫解释说，业绩评定和表彰认可的侧重点各有不同，“业绩评定注重业务成果，而认可活动注重品格行为”。

对于向销售队伍提供物流和呼叫中心服务的外包伙伴，玫琳凯同样提供培训和给予表彰认可。

公司强调“人”和“爱”，不仅是在口头上，更是在行动中。

从弹性工作制到实现个人自我价值，玫琳凯的领导者无微不至地关心着员工的需求和利益。

玫琳凯领导层总是倾听员工的意见，确保公司能够了解并解决员工的需求和问题。

员工意见每周四进行汇总，周五在管理层会议上进行讨论，下周一予以解决或解释。

最能体现管理层对员工关心的莫过于公司面临危难时的表现。

玫琳凯在中国的最大一次危机是1998年中国政府行业政策的调整，公司月销售额锐减到了100万元人民币，但公司正常营业，并向总部求助，没有裁减一名员工。

2000年，公司提出了新的愿景：让“任何女性、任何地点、任何时间”都应该能享用公司提供的机会和服务。

公司改变以往的经营模式，销售队伍不再需要到不同城市的50多所美容中心订货和提货，而是直接在网上下单，然后由第三方物流公司将产品直接送达美容顾问。

公司因此要求美容中心逐步减少人员数量，从原来的平均20人降到2人，许多职位就取消了。

<<人才制高点>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>