

<<代理商加盟商如何选用育留人>>

图书基本信息

书名：<<代理商加盟商如何选用育留人>>

13位ISBN编号：9787111187301

10位ISBN编号：711118730X

出版时间：2006-4

出版时间：机械工业出版社

作者：祝文欣

页数：170

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>

## <<代理商加盟商如何选用育留人>>

### 内容概要

《代理商、加盟商如何选用育留人（附赠光盘1张）》主要面向服装行业管理阶层，是企业决策者和人力资源管理者必备的参考用书，它从代理商、加盟商如何选人、如何用人、如何育人、如何留人四个方面对有关人力资源管理方面的问题进行了详述。所有服装代理商、加盟商要想加强对这方面的管理工作，《代理商、加盟商如何选用育留人（附赠光盘1张）》无疑是其首选。

## <<代理商加盟商如何选用育留人>>

### 作者简介

中国服饰业著名营销管理专家，中国连锁经营协会服饰业顾问，中研国际首席管理顾问，中国服饰咨询业的拓荒者，《服装时报》专栏作家，北京服装学院北服一中，研品牌&营销研发中心，特聘顾问。

在与国内外著名品牌管理咨询机构多年的合作与交流中，祝先生积累了丰富的市场行销、企业管理、团队建设与人员激励等方面的管理资讯，尤为擅长服饰品牌战略与定位、市场拓展与品牌推广策划、学习型团队的组织建立等。

祝先生足迹踏遍中国28个省、50多个城市，主持过1000多场专非培训课程，服务过200多家服饰企业以及50多家商场，拍摄了专门针对服装销售终端的系列光盘《天龙八部》及其他专业VCD100余集。主编出版了30余本品牌打造及加盟商终端管理专业书籍。

## &lt;&lt;代理商加盟商如何选用育留人&gt;&gt;

## 书籍目录

丛书序前言第一章 决胜未来,人才制胜 ——终端卖场选人必知的六大方略 / 1 概论把网罗人才放在头等位置 / 1 第一节 明确目标:终端卖场最需要什么样的员工 / 6 第二节 精心准备:全面了解招聘前的事宜 / 12 一、招聘原则 / 13 二、招聘的发展趋势 / 14 三、人才招聘选拔的步骤 / 16 第三节 知己知彼:掌握终端卖场人才招聘的渠道 / 20 一、内部来源和渠道 / 20 二、外部来源和渠道 / 22 第四节 全力以赴:做好应聘人员的面试工作 / 25 一、成功选聘的10大战略要点 / 26 二、如何营造面试的成功开端 / 30 三、面试提问全攻略 / 31 四、必须避免的面试策略 / 36 第五节 重中之重:导购的甄选与聘用 / 38 一、比较选人法 / 39 二、寻找一心一意为店铺做事的人 / 40 三、成长所带来的新任务 / 41 四、鲑鱼效应 / 42 五、录用决策 / 44 第六节 录用合同:将人性化与法制化有机结合 / 45 一、劳动合同的形式 / 45 二、劳动合同的内容 / 46 三、劳动合同的订立原则 / 47 四、劳动合同的解除 / 48第二章 人得其位,位得其人 ——终端卖场用人必知的五条法则 / 51 概论用好人才是店铺制胜之本 / 51 第一节 因材施教:充分调动员工的积极性 / 59 一、将制度的设计目标与导购的利益联系起来 / 61 二、鼓励员工充分发挥自身的潜力 / 62 三、运用情感的力量 / 64 四、对店铺里任何员工都持尊重态度 / 65 第二节 知人善任:为绝大多数员工提供机会 / 67 一、经常性地对店铺里任何员工都持尊重态度 / 69 二、提拔下属要考虑他的才能 / 69 三、别忘了非明星员工的努力 / 70 四、使用“内部提拔”的用人策略 / 71 五、令出必行 / 72 第三节 加强沟通:增强终端店铺的凝聚力 / 73 一、使信息交流渠道畅通无阻 / 76 二、要耐心倾听员工的意见 / 77 三、加强交流,处理好与导购的矛盾 / 79 第四节 灵活激励:多方面满足员工的需求 / 81 一、物质激励和精神激励结合法 / 82 二、个体差别激励法 / 83 三、信任激励法 / 84 四、知识激励法 / 84 五、情感激励法 / 85 六、目标激励法 / 85 七、变惩罚为激励法 / 86 八、赞扬激励法 / 87 第五节 以人为本:把店铺打造成员工的家 / 89第三章 人才战略,育人为本 ——终端卖场育人必知的五种战略 / 93 概论人才培育,创造智慧之源 / 93 第一节 终生培训:提升店铺的战斗力和战斗力 / 96 一、必须加强对员工的培训 / 97 二、培训员工的基本内容 / 99 三、注重员工的岗位培养 / 102 四、错误的培训观念 / 103 五、店铺培训四招避险 / 105 第二节 统一价值观:把员工与店铺融为一体 / 106 一、员工价值观与店铺价值观 / 108 二、以价值观为灵魂 / 110 第三节 团队合作:培育终端店铺的梦幻团队 / 112 一、将员工牢牢团结起来 / 114 二、感恩心理是粘合力 / 116 三、团队作战是竞争力 / 116 四、以诚待人才能有吸引力 / 118 五、团队建设的“四戒” / 119 第四节 忠诚第一:培养员工的忠诚度 / 123 第五节 职业规划:帮助员工明确奋斗目标 / 127 一、进行员工定位 / 130 二、确定生涯目标 / 131 三、生涯策略 / 131 四、评估生涯规划 / 132第四章 用人之道,留人为贵 ——终端卖场留人必知的五种方法 / 133 概论留住人才,才能留住辉煌 / 133 一、人才流失的原因 / 134 二、留住人才的措施 / 135 第一节 薪酬策略:使员工自愿与店铺绑在一起 / 139 一、导购的薪酬设计 / 140 二、重视内部福利 / 144 三、重视物质回报,同时使导购以店铺为荣 / 144 四、如何面对员工因薪酬而辞职 / 145 第二节 定期交流:保持有效的情感沟通 / 147 一、保持有效的情感沟通 / 147 二、善于倾听 / 150 三、鼓励并欢迎员工积极提出新想法 / 153 第三节 工作轮换:增强导购的适应能力 / 154 一、激励导购 / 156 二、满足导购成长需要 / 157 三、促进店铺组织的发展 / 157 第四节 奖优罚劣:用热情和爱心去感化员工 / 159 一、用热情和爱心去感化下属 / 162 二、奖优罚劣,稳定导购的心 / 162 三、避免粗暴地批评员工 / 164 第五节 合伙人制:让员工站在老板的角度思考问题 / 166

## &lt;&lt;代理商加盟商如何选用育留人&gt;&gt;

## 章节摘录

书摘从根本上说, 店铺之间的竞争就是人才的竞争。

拥有人才, 善用人才, 店铺就会不断创新, 店铺竞争力就得以提高, 店铺就会不断发展壮大。

因此, 优秀的加盟商都非常重视对人才的引进和选拔, 把网罗人才放在头等位置。

当今时代, 在服装业终端店铺赖以生存发展的自然资源、资本资源、人力资源、技术资源、信息资源、管理资源六大资源中, 人才是店铺的第一资源。

因此, 高明的店铺领导者都已认识到, 只有牢牢抓住人才、产品和市场三个关键点, 特别是占领人才这一制高点, 才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。

人才兴, 店铺兴; 人才衰, 店铺衰。

从根本上说, 店铺之间的竞争就是人才的竞争。

拥有人才, 善用人才, 店铺就会不断创新, 店铺竞争力得以提高, 店铺就会不断发展壮大。

因此, 优秀的加盟商都非常重视对人才的引进和选拔, 把网罗人才放在头等位置。

但是, 要知道选才不是终点而是起点。

选才只是店铺以强势文化广聚天下良才开始, 人才能否融入店铺文化, 能否与店铺实现共赢, 仍需要经历店铺与人才之间价值观的碰撞以及合作磨合的过程。

因此, 我们的加盟商朋友在选才环节中不能为了招聘而招聘, 而是要充分认知店铺文化在人力资源固化中选择价值的重要性, 而此时选才的标准就是: 合适的, 才是最好的。

“合适的”指的是在选才进程中设置围绕店铺哲学以及核心价值观的文化识别维度, 运用这样的指导思想辅助工具判断人才的价值观与文化的适应性。

留下一个与店铺价值观存在明显冲突的员工, 给店铺带来的危害远远大于让他离开。

“不是最好的”指的是在合适的基础上要给岗位胜任度留有一定的空间, 挑选既能较大程度满足岗位能力需求, 又能具备一定的提升空间和培养潜力的人才, 使其“永远有差距, 就永远有追求”。

我们要善于通过把握这样的原则来控制人员流动, 减少导购和店长的流失率。

总的来说, 经过20多年对服装行业的了解和研究, 中研国际品牌管理咨询机构推崇和、贤、能、仁的选才标准。

这四个字可以较为全面地体现基于战略和文化的人才哲学。

“和”指的是核心价值观的融合。

一个拥有强势店铺文化的服装终端店铺, 对于人才的态度, 必须“海纳百川, 以我为主”。

也就是你来了, 就必须接纳公司的核心价值观, 有中突时员工要改变自己。

另外一个层面的意思是可以“和而不同”, 在价值观上, 除了核心价值观之外, 可以求大同(核心价值观)存小异(其他价值观)。

其实, 很多加盟商在实际操作中已经注意到了这个问题, 只不过店铺文化的问题尚存于潜意识, 没有明确将其作为一种判断的维度罢了。

在国外高档服装品牌专卖店员工的招聘流程中, 文化识别是极为关键的一环, 因此, 中国的服装店铺应当在逐步完善自身的基于战略和文化的选才之道过程中, 增强核心价值观制度化, 核心价值观应分解在甄选环节中。

我们在给店铺导入基于战略和文化的人力资源管理项目时, 已经初步实现了通过素质模型工具, 将店铺核心价值观分解成员工核心能力要求, 并固化为面试第二轮复试的主要评价形式。

“贤”指的是以德率才。

正直诚实、存善之心等优良品德决定人才的聪明才智能否用上正道, 体现造福社会的基本商业伦理。

同时这里也强调忠诚度, 任何一家店铺的以“人”为本, 是以忠诚于店铺的良才为本, 是以遵守核心价值观、遵循伦理道德的人为本。

“能”指的是强调以战略为导向、业绩为重的能力主义。

我们的店铺在激烈的市场竞争中, 更多的仍然看重人才的能力能否在短期内为店铺发展起到作用。

空降兵也好, 其他店铺挖来的人也好, 急需的金牌店长也好, 他们的引进都或多或少引起内部现有员工的不平衡以及文化冲突。

## <<代理商加盟商如何选用育留人>>

但问题的关键在于人才风险是否可控，以及文化是否强势。

这也是我们坚持基于战略与文化的人力资源管理观点的基本理由所在，没有文化导向与能力导向的价值观平衡，盲目推崇能力至上、业绩至上并不利于店铺核心能力和竞争优势的形成。

“仁”指的是宽容错误、减少疑心、放开胸怀、鼓励创新。

一个开放的店铺文化应当以“你有多大能耐，就能给你多大平台”的态度和实际行动对待即将选拔以及已经选拔进来的人才。

过度的敏感、猜疑以及控制将直接影响试用期间双方的第二次选择的成功率。

这样的“仁”还体现在，用人不疑的同时疑人敢用。

再繁杂精细的招聘甄选环节也无法完全去除店铺对于新进员工胜任力的怀疑，但不给予人才发挥的空间，就无法真正开发人才潜能。

美国钢铁公司创始人卡耐基就是一位善于网罗和使用人才的领导者，他就是推崇和、贤、能、仁选才标准的一个成功的经典案例。

卡耐基原本是一个毫不出名且对钢铁生产知之甚少的小工，但当历史将他推向钢铁事业时，他毫不犹豫地接受了命运对他的挑战。

他坚信事在人为，坚信这个世界上那些专门知识比自己丰富得多的人物，只要充分利用他们的优势，把他们集中到自己麾下，一定能够成就伟业。

于是，他四处网罗人才，用近50名专家组成了智囊团。

这些人都与他有着共同的目标——即将钢铁业推广至全世界。

在他的创业过程中，正是经由无数专家的出谋划策，才解决了生产经营中许多疑难问题；正是这股无与伦比的心灵力量融洽的凝聚，产生了美国历史上第一个“财团”。

卡耐基在谈及他成功的原因时说道：“我的工作就是激发他们(智囊团)提供最佳服务的愿望。

”卡耐基把人才视为企业的最宝贵的财富……P1-3

## <<代理商加盟商如何选用育留人>>

### 媒体关注与评论

书评给员工做培训就像在不断地给他们补充新鲜的血液。

——法国艾格中华区总经理刘巽坡先生 本套丛书很专业，涉及面广，针对性强。

——温州森马人力资源总监杨先生 中研是所有服装咨询公司中最专业的。

——北京依文董事长夏华女士 好的培训应该既有理论的指导，又有实践经验的积累，中研是将二者很好结合的顾问公司之一。

——恺撒特许部经理刘如生先生 本套丛书实战性强，能解决实际工作中普遍及深层次的问题。

——马克·华菲人力资源总监逢先生

## <<代理商加盟商如何选用育留人>>

### 编辑推荐

21世纪最宝贵的是什么?是人才!人才决定成败,留住人才,才能留住辉煌! 老板最需要什么样的员工?如何做好应聘人员的面试工作?怎样才能因材施教,知人善任? 如何灵活激励,增强终端店铺的凝聚力?怎样加强团队合作,培育终端店铺的梦幻团队? 怎样制定合适的薪酬体系?本书是中国服饰业代理商公司化运作系列之一,从代理商、加盟商如何选人、如何用人、如何育人、如何留人四个方面对有关人力资源管理方面的问题进行了详述,是企业决策者和人力资源管理者必备的参考用书。



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>