

<<迎“人”而解>>

图书基本信息

书名：<<迎“人”而解>>

13位ISBN编号：9787121076305

10位ISBN编号：7121076306

出版时间：2009-1

出版时间：电子工业出版社

作者：影响力中央研究院教材专家组

页数：192

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>

## 前言

易发久是我的忘年之友，也是我众多弟子中最有德、有识、有才者之一。

一个老师最大的骄傲就是培养出让自己敬佩的学生，如今我可以无憾地说，我就是那个最幸福的老师。

发久聪明睿智、勇于探索、善于创新，常常让我赞叹、欣慰，在业内也是有口皆碑。

我自与他相识、相知以来，亲见他出版了一本又一本专著，主持了一个又一个培训盛会，结识了一代又一代才俊，培训了一批又一批学员，一次次将中国的培训事业推向高潮。

可以肯定地说，没有发久，中国的培训也会大踏步发展，但一定会落后一两年。

不要小看这一两年时间，在周围环境瞬息万变的时代，也许落后一步就要追赶几十年。

所以，发久对中国企业的发展，可以说是有功德的。

我是中国“文革”后最早从事培训工作的人之一，早在1977年就倡导并创办了全国第一所民办大学，在1986年又创办了全国第一个MBA班，亲眼目睹了中国培训业30多年的发展。

我百感交集，既欣慰喜悦，又惋惜痛心。

欣慰的是，越来越多的企业已认识到了培训的重要性，而且提供培训服务的公司也越来越多；惋惜的是，大部分培训没有达到预期效果，许多培训公司只是昙花一现即告凋零。

## <<迎“人”而解>>

### 内容概要

本书将人力资源管理分为网人之渠、识人之眼、选人之方、用人之道、励人之道、育人之法、留人之策、汰人之绳和举人之量9大模块，详细介绍了每一模块的方法和标准，让总经理的“管人”难题迎“人”而解。

本书从企业经营过程中所面临的种种人力资源管理难题出发，为管理者提供了切实有效的管理工具、方法和技巧，内容新颖，形式多样，具有极强的针对性和可操作性。

书中的案例讨论和思考栏目对于提高读者自身能力和拓宽思维空间有切实的帮助。

本书适合企业总经理、副总经理、人力资源经理，以及与人力资源相关的其他管理人员阅读。

## 书籍目录

第1章 网人之渠——网罗人才的4大渠道 1.1 天网 工具 招聘广告的内容 1.2 地网 工具 校园招聘记录表 1.3 人网 工具 内、外部招聘方式的比较 1.4 神网 工具 著名企业的愿景、使命和价值观 案例讨论 解读中兴通讯的人才招聘——选聘一流人才 本章小结第2章 识人之眼——慧眼识人360°评估 2.1 时间 工具 无领导小组讨论 2.2 空间 工具 行为细节与个性对照表 2.3 待人 工具 测知一个人待人处事的方式 2.4 处事 工具 迂回识人 案例讨论 麦肯锡公司在招聘员工时最注重分析能力 本章小结第3章 选人之方——员工录用的8大标准 3.1 健康 工具 心理健康指数测评表 3.2 能力 工具 员工综合能力调查、测评试题 3.3 态度 工具 测试员工的工作态度 3.4 认同度 工具 身份认同的4个方面 3.5 资历 工具 个人简历表 3.6 悟性 工具 关于悟性的两个认识误区 3.7 个性 工具 个性测试问卷 3.8 专业形象 工具 员工录用规程 案例讨论 八家顶级企业的选人标准 本章小结第4章 用人之道——人才晋升的8大条件 4.1 业绩 工具 员工业绩考核的原则 4.2 品德 工具 品德的测试方法 4.3 态度 工具 企业员工工作态度考核表 4.4 管理 工具 冲突处理能力测试问卷 4.5 学习力 工具 学习能力测试 4.6 离场测试 工具 离场测试的步骤 4.7 群众基础 工具 群众基础测试 4.8 忠诚 工具 忠诚度测试问卷 案例讨论 盛大——员工通过练级晋升加薪 本章小结第5章 励人之道——员工激励的8大方式 5.1 目标激励 工具 目标的SMART原则 5.2 晋升激励 工具 晋升阶梯表 5.3 授权激励 工具 有效授权的技巧 5.4 培训激励 工具 培训激励需遵循的原则 5.5 荣誉激励 工具 荣誉激励员工的9大准则 5.6 参与激励 工具 参与激励的4种形式 5.7 挫折激励 工具 关于挫折的10句名言 5.8 竞争激励 工具 怎样使用竞争激励 案例讨论 某培训公司对员工实施绩效挂钩的薪酬方案 本章小结第6章 育人之法——培育人才的4大方法 6.1 员工OJT 工具 在职培训总结报表 6.2 员工OFFJT 工具 培训需求调查与预测方法 6.3 有针对性的个性化培训 工具 个人培训/教学记录表 6.4 构建企业培训机制 工具 确定培训需求的方法 案例讨论 培训费只买来“轰动效应” 本章小结第7章 留人之策——留住人才的9大策略 7.1 使命留人 工具 如何寻找企业的使命 7.2 薪酬留人 工具 用薪酬手段留住你的“千里马” 7.3 福利留人 工具 知名企业福利留人的绝招 7.4 前途留人 工具 为员工设计职业前途 7.5 培训留人 工具 培训留人的要点 7.6 机会留人 工具 创造全新的职位留住员工 7.7 成就留人 工具 个人成就感测试 7.8 荣誉留人 工具 荣誉的特征 7.9 感情留人 工具 国外名企的感情留人术 案例讨论 骨干员工因无法晋升而流失 本章小结第8章 汰人之绳——员工淘汰的7大尺度 8.1 毒性 工具 坏员工毒性的表现 8.2 态度 工具 工作态度测试 8.3 业绩 工具 员工末位淘汰制度 8.4 能力 工具 管理类员工能力评价模型 8.5 悟性 工具 悟性的5个表现 8.6 形象 工具 企业员工形象准则 8.7 忠诚度 工具 员工忠诚度调查问卷 案例讨论 该不该实施末位淘汰制 本章小结第9章 举人之量——职业生涯发展的5大管道 9.1 业务方向 工具 指导员工成为优秀的业务员 9.2 管理方向 工具 跨国企业管理者选拔的经验 9.3 专业职能发展方向 工具 专业技术人员考核表 9.4 内部发展方向 工具 员工内部调动审批表 9.5 外部发展方向 工具 测试通往事业成功之路 案例讨论 华为员工职业生涯规划 本章小结

## 章节摘录

第1章 网人之渠——网罗人才的4大渠道 1.2 地网 企业网络人才的第二个渠道就是地网，包括两个方面：人才市场招聘会和校园招聘会。

1.人才市场招聘会 人才市场招聘会是用人单位招聘的最主要方式之一。

通过现场与求职者面对面的交流和初步考核，可以根据自己的要求有效地进行筛选，能为下一步的复试、录用奠定良好的基础。

人才市场招聘会通常可以分为综合招聘会和专场招聘会两种。

综合招聘会适合一次性招聘职位数量较多、招聘职位类别较广的单位，特别是对于需求中级技术人才、管理文职人员、行政财务人员等的企业具有较好的招聘效果。

专场招聘会适合所属行业或所需人才具有明显专业特点的企业，尤其是对于需求中高级技术人才、中层管理人才、高级营销人才、高级文职人员等的企业具有很好的招聘效果。

在招聘会上，用人企业和应聘者可以直接进行沟通和交流，节省了企业和应聘者的时间，招聘负责人还可以得到不少有价值的信息。

由于应聘者集中，人才分布专业广泛，选择余地较大，通过参加招聘会，招聘人员不仅可以了解时下人力资源素质和走向，还可以了解同行业其他企业的人力资源管理政策和人力需求状况。

## <<迎“人”而解>>

### 媒体关注与评论

这套影响时空管理丛书具有很强的操作性和很高的应用价值，对于广大企业管理者来说，是一套不可多得的工具书。

--国家人力资源和社会保障部中国人事科学研究院副院长吴德贵 将西方现代经典的管理思想同中国环境的企业实践感悟相结合，就是这套高阶主管系列的特色和魅力！

--龙源国际集团主席、龙源期刊网总裁、博士汤潮 在被“二手货”充斥的商界，来了这么一批影响的人。

他们直接触及现实管理的真问题，为有地头力的实操者提供有效的工具，难能可贵。

--清华大学中国企业家思想研究中心主任、经理人商学院院长王育琨 这是一套可以让中国中小企业总经理提高绩效的黄金丛书，深入浅出地将复杂的理论简化为有效的工具。

--皇明太阳能集团有限公司董事长黄鸣 “工欲善其事，必先利其器。”

这是一套不可忽视的图书，是企业管理者“利其器”的法宝。

--艺海国际商学院委会主席、著名管理咨询专家、中国人民大学博士韩进军 总经理的书房总是像模像地摆放了很多书，可是看完的没有几本，能应用上的更多寥寥无几，因其应用价值跟总经理的期望值相差远。

但这套高阶主管系列可以让您翻开即用，是领袖快速成长的教科书。

--浙江莎鲨家纺有限公司总经理王建成 对那些了解影响力教育训练集团的人来说，这套高阶主管系列的问世为其增添了精彩的一笔，也为总经理们增加了一位出色的“助理”。

仔细研读它，您就会发现物有所值。

--清华大学物流管理资质认证、资深物流企业CLO祁振国

## <<迎“人”而解>>

### 编辑推荐

《迎“人”而解：企业人力资源管理的9大方略》适合企业总经理、副总经理、人力资源经理，以及与人力资源相关的其他管理人员阅读。

工具化、本土化、实战化、系统化让您的职业生涯从此发生实质性改变。

学管理，而不是管理学 40%学完能用，40%明天能用，20%将来能用 影响时空管理丛书  
由影响力训练集团组织十几位专家、几十位学者、上百位培训界精英历经三年时间精心创作，内容注重实战，以解决企业管理实际问题为导向；论述深入浅出，通俗易懂；工具多、方法多、案例多，且经过多轮培训课程使用并经过多次修订，受到各层次管理者的欢迎和好评。

《迎“人”而解—企业人力资源管理的9大方略》围绕促销员所具备的综合素质以及铺货、促销氛围、促销手段选择等促销准备工作的情况，对是否正确探测出顾客的真实需求，介绍、演示产品的方法是否正确，对顾客异议的处理，对成交信号、方法的掌握等，进行了系统全面的介绍。

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>