

连锁企业关键岗位人才及其管理

来源:中国家具协会 作者:韩买红 日期:2009-7-27

连锁的真谛在于复制,复制标准、复制人才、复制门店;而复制的精髓则在于连锁系统人才的复制,尤其是关键岗位人才的复制。研究表明,关键岗位人才可以创造一般员工3~10倍的生产力。反过来,关键岗位人才短缺意味着企业效益的直接损害,而关键员工的流失成本是其年薪总额的1.5~3倍。因此,识别连锁企业关键岗位人才,做好关键岗位人才的储备和管理对于每一个连锁企业来说都是一项至关重要的内容。

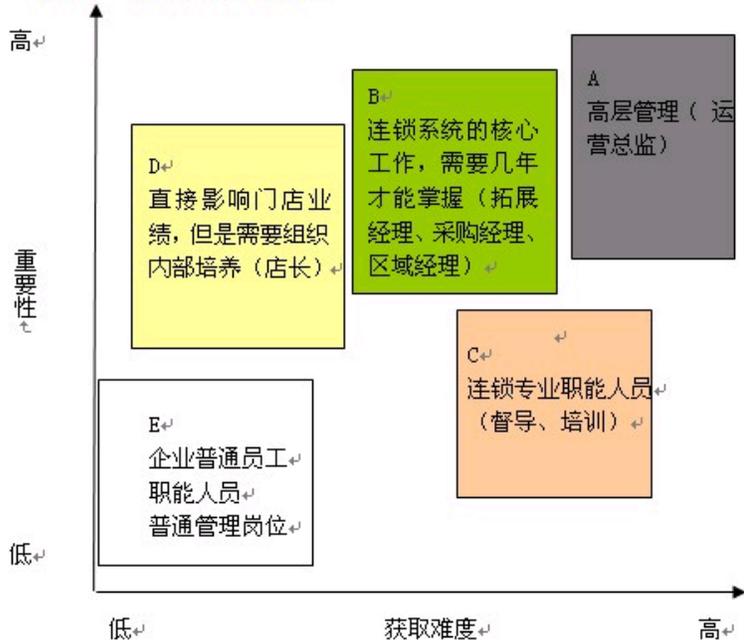
一、识别连锁企业关键岗位人才

识别连锁企业关键岗位人才应当从重要性和获取难度两个维度来考虑。重要性是指该岗位对实现连锁企业的战略目标的实现起重要作用,或者该岗位在连锁运营中起关键作用,对连锁门店业绩具有重大影响。这意味着该岗位的业绩好坏,对企业的目标或门店效益影响很大。

获取难度是指获取该岗位人才对连锁企业需要付出的代价的高低及该岗位人才市场稀缺程度。包括对该岗位的上岗者要求知识、技能的程度是否很高,经验要求的丰富程度;该岗位人才培养周期是否较长;或者虽然不是重要岗位,但是要求特殊,比较难以在市场上找到替代者等等。

如图1所示,连锁企业的关键岗位人才位于A、B、C、D区域,A区域表示重要性和获取难度都很高,如连锁系统的运营总监;B区域表示重要性和获取难度相对较高,如连锁系统中管理多个门店的区域经理;C区域表示没有直接影响业绩的实现,但是属于连锁专业职能人才,获取难度较高,如连锁系统的专业督导人才、培训人才;D区域表示具有一定重要性,获取难度不是很高,如直接影响门店业绩的门店店长。

图1: 关键岗位人才



二、管理连锁企业关键岗位人才

连锁企业识别了关键岗位人才之后,还应该对该类岗位人才进行专门的管理,保证关键岗位人才的保质保量供应。管理连锁企业关键岗位人才应该从三个方面着手:首先应当确定关键岗位人才的能力素质要求,由此可以根据关键岗位人才的要求进行招聘选拔;其次应当对关键岗位人才建立培养规划,进行着重培训和关注;最后,连锁企业应当建立关键岗位储备计划,编制关键岗位人才储备图,确定关键岗位的潜在继任人员,保证关键岗位人才的连续供给。

如图2所示,店长作为连锁企业的关键岗位人才,可以通过建立人才储备图来表示该岗位的潜在继任人员,并对潜在继任人员的状态进行描述,如某店长助理和某导购都可能提升为店长,但通过比较我们了解到,该店长助理可以马上晋升为店长,而该导购则需要经过1年的培训提升才能晋升为店长。如此,通过人才储备图我们就可以清晰的了解到关键岗位的人才状态和继任人员,从而采取相应的培训和晋升来保证关键岗位人才的供给充足。

热点排行

- 家具发展高峰论坛在江苏蠡口顺利召开
- 诚信经营 公平竞争 构建良好家具市场环境
- 中国家具协会原辅材料专业委员会筹备会
- 广东家具出口转战东盟 前5月出口同比增
- 三方联手共同打造“第十五届全国家具展
- 征集校用课桌椅及家具
- 世界各国家具的进口量与消费量比例日趋
- 中国家具协会转发山东省人民政府办公厅

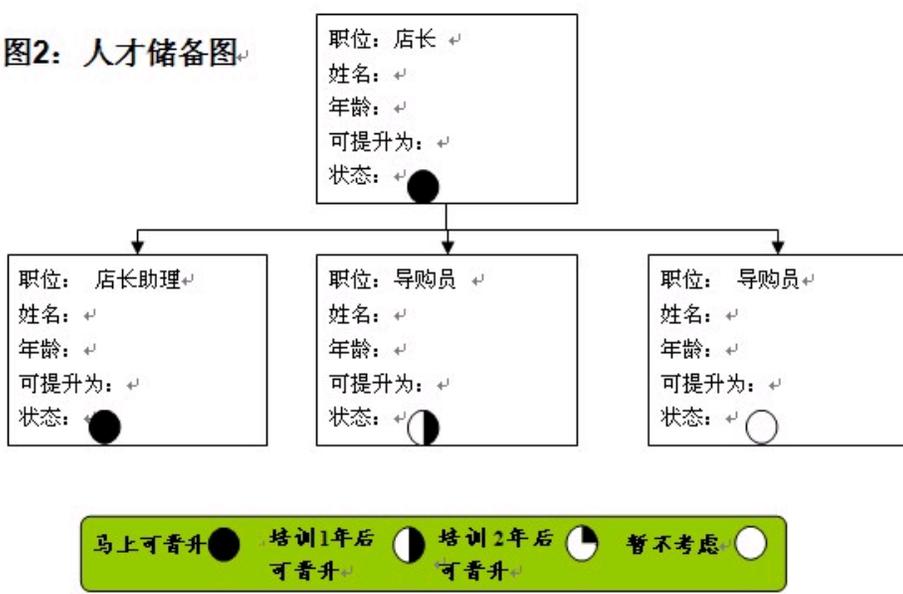
专题报道

- 家具服务农村
- 中国家具科学发展大讨论
- 首界中国(三乡)古典家具文化节
- 中国家具协会成立二十周年

协会通知

- 关于编辑出版2009版《全国家具行业协会
- 2008-2009“圣奥杯”中国家具协会金斧
- 金属家具专业委员会12月20日开年会
- 林业产业发展与人才开发论坛25日召开
- 关于召开中国家具协会流通专业委员会年
- 关于中国轻工业联合会筹建《全国家具标
- 关于中国家具协会第四届理事会理事单
- 关于表彰先进单位和先进个人的决定
- 关于推迟征集2008-2009“圣奥杯”中国...
- 关于召开中国家具协会四届四次理事扩大...
- 关于召开中国家具协会四届四次理事扩大...
- 关于“利豪杯”、“圣奥杯”设计大奖赛
- 中国家具协会转发《关于2008年度中国轻...
- 2008“华邦杯”首届中国传统家具设计大
- 关于征集2008-2009“圣奥杯”中国家具...

图2: 人才储备图



上一页 当前是第1页 下一页

相关新闻

·连锁企业关键岗位人才及其管理

[2009-7-27]

[设为首页](#) | [协会杂志](#) | [协会年鉴](#) | [协会视频](#) | [问卷调查](#) | [友情链接](#) | [联系我们](#) | [旧版回顾](#)

copyright © 2009 中国家具协会 【京ICP备05042056号】