

人力资源营销新论 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/188/2021_2022__E4_BA_BA_E5_8A_9B_E8_B5_84_E6_c72_188734.htm 在《天下无贼》中，葛优曾经说过，“21世纪什么最值钱，人才。”那么人才的竞争作为现阶段企业竞争的重要的核心组成部分，也就变成了各企业中HR最棘手的问题。同时也成为了“人力成本”时代向“人力资本”时代过度的标志。所以就给各企业的HR们提出更严峻的挑战，必须将工作重点从解决人力的问题跨越到解决人才的问题。也就是说，以前只是“人”或者是“量”的竞争，而现在变成了“人才”的竞争。随着经济体制的改革，市场经济的效益突显，使我国人民生活水平逐渐提高。但随之却带来了的更残酷、更激烈的市场竞争。所以时下很多企业都提倡“全员营销”这一理念。旨在增加企业竞争能力，扩大企业市场份额，为企业谋取更多的利益，以便在现在的经济体制下取得长足卓越的发展。那么作为行政类工作的HR们，要不要营销呢？在现在即不是买方市场也不是卖方市场的人才环境中，要不要营销呢？我想答案是肯定的。不但要，还要做足，做出有人力资源特色的“人才市场营销”。那么首先让我们先再熟悉一下市场营销中的基本理论和概念。营销是联结企业功能和社会需要的一条重要的纽带。许多学者们都从不同的角度解释了什么是营销。但影响最广泛，最具权威性的便是由营销大师菲利普科特勒在《营销管理》中所作的如下定义：“营销是个人和集体通过创造提供出售，并自由地同别人交换产品价值，以获得其所需所欲之物的一种社会和管理过程”。那我们不妨模仿一下这个定义

，下一个“人力资源营销”的定义。即：“人力资源营销是个人和企业通过创造提供出售，并在一定的制约下个人和企业交换价值，以获取所需之物的相互管理过程。”从以上定义中可以看出他强调以下内容：来源：www.examda.com 1、人力资源营销也是一种创造性行为。现在的企业和人才之间的关系不再是以前的那种简单的“劳务关系”。既公司提供资金，员工提供劳力的关系。企业要发现和解决员工没有提出要求但他们会热情响应的问题，这是人力资源营销的核心问题。企业经常提出的员工工作没有激情，满意度不高的原因也往往在此。 2、人力资源营销也是一种交换行为。但它不是自愿的，是必须在一定条件制约下产生的。它必须符合经济规律和市场价值。简单来讲，一个企业不会用100万来雇佣一个基层人员。同样一个企业也不会只用100元来雇佣高层管理人员。员工和企业通过合理的，适时的交换来获得回报。这是人力资源营销的基础。 3、人力资源是满足企业和个人需要的过程。这是人力资源营销的出发点或原动力。 4、人力资源营销存在相互性。即不是简单的买方市场与买方市场的关系。人是复杂体系，企业的需求也随时间不同有所变化。所以人力资源营销必须要创造双方认可的交换环境。 5、人力资源营销也是管理过程。 6、人力资源营销从大的方面来讲可分为外营销和内营销。 外营销：即HR们对外招聘和宣传的过程。大家都知道市场营销中的4P理论，即：产品，价格，渠道，促销。那么在人才市场营销中可以得到如下对应：产品 职位 价格 薪金待遇 渠道 招聘途径 来源

：www.examda.com 促销招聘包装 内营销：即HR在公司内部开展的营销活动。是以提高员工满意度，增加员工工作积极

性，减少员工流失率为主的营销活动。它包括现阶段人HR所使用的一些管理工具。比如绩效考核，福利待遇以及员工职业生涯规划。当然包括现在流行的“企业大学”和“员工心理援助”等内容。就目前人才市场的人才供应情况来讲，招聘到企业适合的人才不是很难，关键是如何留下人才。笔者认为，HR们应该把新员工当成顾客来对待，把企业的经营理念，文化，制度销售给他们，而不是说教式的或者强迫的灌输。这样员工更容易理解和接受，同时也就能把公司文化，理念，服务带到顾客那里去，增加产品的附带价值，使我们的产品能更好的销售出去。让顾客买到的不只是产品本身，而是暗含着企业文化、理念，服务的产品。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com