

HR：其实你应该更加感性 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/220/2021_2022_HR_EF_BC_9A_E5_85_B6_E5_AE_c67_220533.htm 美国趋势作家丹尼尔。

平克（Daniel H. Pink）提到：“我们正从一个讲求逻辑、循序性与计算器效能的信息时代，转化为一个重视创新、同理心，与整合力的感性时代。”另一股在全球蔚为风潮的“乐活”运动（LOHAS），除了提倡所谓“乐活”生活态度外，其影响不只是生活价值观的改变，社会上更进而开发出各式各样的商业用品与服务。通过创意及设计来提升产品或服务的附加价值，也越来越被重视。感性时代的来临，将不只是越来越多的人对感性互动的需求，同时也隐藏庞大的经济价值或商机。面对这些可能的商机及社会潮流的改变，人才的想法及需求亦会有所改变。为了顺应感性时代下的人才需求，人力资源主管可以在既有人力资源管理做法中加入更多元的感性及创意元素，进而达到求才、留才，以及激励人才的效果。六种关键性能力：同理心、故事、意义、整合、设计、愉悦。当我们在思考如何配合社会潮流及人才工作需求的改变时，可以将这些概念应用到人才资产的战略规划中，通过感性的力量，使员工的价值和行为与公司的愿景、战略有所联结，进而激发“人才动力”，发挥公司人才资产的潜力。在高感性时代，企业中的人才想知道公司的愿景、战略对他（她）的意义是什么，对其生涯的影响又是什么，为什么他需要这么做。这时，通过说故事的方式，辅以故事背景及更具情感的表达方式，以其他事物做比喻，不仅让人才理解公司的方向，同时更可激起共鸣，如此才能深植于员工

心中，让员工自然地融入企业文化及愿景之中。多数企业领导者皆认为，成功的经营和高绩效的表现源自于企业员工的突破性创意和快速应变。在企业高度竞争但同时又朝向高感性的时代中，企业的人力资源管理者更应扮演重要的整合角色，就犹如交响乐团中的指挥，交响乐团需要各式各样的乐器演奏者，而每位演奏者也都有其专长及喜好（人才的专长培养）；然而成功的交响乐曲演奏，不只是一要满足每位演奏者的表演需求（人才的生涯发展），同时也应是融合的结果（公司整体人才资产的表现），即整体效果大于个体的表现。在高度竞争时代，提升企业的竞争力需要具有创新、主动及快速应变的人才；多数公司的总经理或首席执行官期许人力资源主管可以扮演战略伙伴或战略推动者的角色，即倾力为公司吸引、培养、激励及留任这类的人才，以发挥人才资产的效能，协助企业达成其营运目标。同时，人力资源主管也不可忽视高感性时代来临时人才的感性需求。未来在等待的人力资源主管不仅可以通过同理心、说故事与产生意义的方式，使员工与公司的愿景、战略产生共鸣，并联结其个人行为及目标。同时，也可以借此整合人才的需求及公司文化价值观，通过创意与设计，为个人及公司创造出愉悦的工作环境，让人才愿意和公司一起努力，提升企业的竞争力。

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