

人力资源经验分享：如何通过内刊进行内部营销 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/285/2021_2022__E4_BA_BA_E5_8A_9B_E8_B5_84_E6_c67_285923.htm

如何推销自己的理念、文化？怎样让公司的经营方针、发展方向迅速地传播？如何正确引导员工的导向？HR部门的工作手段正在日益多样化。内刊、版报等形式已成为企业中HR部门工作的得力助手“内刊(报纸、杂志)、内部网站、内部媒体是快速、深度、直接传播公司文化、理念的一个重要渠道，通常会成为公司与员工之间沟通交流的桥梁，起到重要的作用，能对HR部门的工作起到很大的帮助”。联想集团人力资源部李国刚认为。企业《内刊》精彩纷呈 联想的《联想》已是公司内主要的文化传播途径之一，每月一期的杂志会侧重公司重大事件、战略、理念的深度报道；另外，还有每两周一次的《联想人》报纸，则侧重及时性报道、信息汇总；内部网及时更新，做最快的信息通报。以倡导“企业视角，人文情怀”为理念的万科内刊在人力资源方面每年都会有一些相关的专题，或是一些内容上的探讨，就连一些栏目上的文章也都是针对人力资源部做出的具体举措写出的。还有的企业HR部门把自我营销做得很艺术，请广告公司来设计电视片、招贴画等。在摩托罗拉，HR部门会用专业制作的展板来展示他们最新的制度。海信的HR部门除内刊外，请专业的广告公司在大厅、走廊和车间里把需要传播的理念都做成漂亮的喷绘悬挂出来，使员工在单位就会置身浓厚的企业文化氛围中，清楚自己的目标是什么，企业对每个人的要求是什么，每个员工的发展方向又是什么等，还把企业的经营目标、宣传口号做

成了 50 × 30 的漂亮喷绘小挂牌挂在每个办公室中，让大家“抬头低头都能见”。大企业中内刊颇具规模，而中小型企业中 HR 的营销也很有特点：联合智业（集团）的 HR 部门就把需要传播的理念、企业文化以宣传画的形式挂到了企业大门口和员工必经的走廊中，让全体员工一进公司就能体验企业的文化氛围。内刊对员工能带来潜移默化的影响内刊、内网除用于通信息，做员工满意度调查，能起沟通的作用外，还能让更多的员工理解工薪福利、考核激励、员工发展等各种人力资源知识、政策和信息。海信（北京）电器有限公司人力资源部高经理告诉笔者，我们的内刊虽然不是人力资源部门亲手在做，但 HR 部门对《内刊》会有指导性的要求，比如版块设置等，我们的内刊在企业内部平均两个人一份，这样就能保证公司的经营方针和经营精神更好地传达下去。我们人力资源部门在传达经营方针的时候，还会把相关知识汇总印制成手册，或把宣传方针写在宣传栏上，包括集团每年的工作要点、工作方针、经营精神等，无论宣传栏还是版报都成了我们工作传达的一个形式。高经理表示，因为海信为公司经营提出的一些口号既跟经营有关，又跟我们人力资源部门的工作有关，要使员工产生更大的效率我们就要做很多工作，所以，无论内刊还是喷绘都对我们人力资源部门的工作有很大的帮助。北京市华兆电器设备有限责任公司人力资源部冯丽军介绍，我们的内刊就是我自己提出来要做的，虽然每个月新增加了不少工作量，但是非常有用，我觉得内部宣传无论采用什么样的方式，只要能起到设想的效果就是好的。通过半年的实践，感觉效果还不错，起到了承上启下的作用。因为我们是华润置地的子公司，员工和集团的接触

是个断层，只有通过这个渠道，通过内刊的形式让大家了解华润的企业文化，理念，另外还有公司新的制度、管理上的动态、意见建议、专业交流的经验、客服方面的情况等等。所以，内刊最能体现出企业的精神在提倡什么？引导员工要朝什么方向走？可以说它对员工带来的是一种潜移默化的影响。员工们对内刊同样看好，格林威尔的一位员工表示，与一般媒体不同的是，内刊会很灵活地根据公司的发展阶段和所发生的活动和策略要求有针对性地宣传和调整，我们的内刊除管理团队会经常写些文章，也会向员工约些稿子，或引导员工的同时也会让外界来了解企业。记得有一期刊登的都是我们员工的户外活动，大家都很喜欢看。无论宣传栏还是版报都是 HR 传达工作的一个阵地。从内刊的收效来看，无论宣传栏目还是内刊、版报，都成了 HR 们传达公司正确理念、开展工作的好助手，很多内刊的行文风格和栏目设置都很象正式的刊物，而且正像 HR 工具方面靠近。万科集团人力资源部吴昊告诉笔者，我们做的已经不是传统意义上的内刊，还会包括向客户发送，不只对 HR 的工作能起到作用，更大的的是从企业文化和价值观，也包括员工的行为准则等都在周刊上有很多表现和影响。我觉得它既然是一个文化的窗口，从人的精神和思维上，也可能从外部能看得见的表象上发挥作用，也成了一个能发挥更大作用的阵地，比如设计出一些招聘的版块就成了一种内外招聘的平台，它在无形中已经是一种 HR 开展工作的辅助工具了。寻求突破也是一些 HR 希望达到的目标，北京畅捷网络公司李熠介绍，公司的内刊《畅捷通讯》是进行企业文化的宣传阵地，无论是借助培训项目（内训、外训以及入职培训等机会），还是内刊、板报等

平台来推行，都是情理之中的工作，但我们今后会有更多新的想法把内刊办得更好。虽然内刊能为 HR 的工作带来很有力的帮助，一些问题也开始暴露出来：因为很多 HR 需要付出的已不仅仅是时间，寻求更有效的手段就成了大家的目标。浙江海通食品集团股份有限公司人力资源部王志芳表示，我很想把 HE 宣传这块儿办得好一点，不过最近新员工培训较忙，还没顾得上，自己的精力毕竟是有限的；无锡新中润国际集团有限公司人力资源部经理笪开源很无奈地表示，自从开始做内刊后，我的工作量一下加大了，虽然 3、4 个人在做一份内刊。但是现在感觉是越办越累，因为有些内容并不是有感而发的，而是要根据各种活动来写的，处于非良性循环的状态，如果索性不做就没事，既然做了就要做好，所以现在也处在很尴尬、“骑虎难下”的境地。他认为，其实，内刊也可以采用“联合”的形式共同办，就是数家同类企业、企业文化相对比较接近的企业组合起来联合做行业内刊，可以采取“轮值”的方法，比如三家企业可以每季度轮一次，各自企业的稿件可以自己组织，这样，无论从人力、物力上都可以交合，内容还可以更丰富。其实有的企业已为此单独成立了编辑部，组建班子。但是，无论怎样，HR 们觉得这个阵地应该得到更好的维护和关注、有力的扶持已成了一些 HR 的呼声。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