

“95后”新生代员工管理

课程背景：

成长在不同时代的人，都有着被时代刻下的，挥之不去的时代烙印。伴随着时代变革的加速，“95后”新生代员工身上的“时代特征”往往比以前的员工更加明显。他们面对集体时，更加关注自我；面对领导时，倾向于用直接的方式表达内心的法；面对职业选择时，显得很随性……面临新生代员工方方面面的“时代特征”，管理者既觉得他们有朝气，坦诚，又觉得领导权威受到挑战，不知道如何激励和管理他们。

管理者原来有效的管理方式，在面对新生代员工时，好像都失效了。管理者在趋势面前，只能适应，不能拒绝。既然未来新生代员工会逐渐成为职场的主力，那管理者就非常有必要去了解员工的“时代特点”和心理诉求，以此调整更加有效的相处之道。

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：需要管理“95后”新生代员工的管理者

课程特色：

本课内容重点旨在帮助学员反思领导者的行为和组织设计，应该如何适应新生代员工的思维和心理诉求，力求“少一些空洞道理，多一些落地方法”。为了避免让培训出现“学员上课很激动，下课没行动”的现象，讲师在教学形式上注重启发与互动相结合，激发学员全程参与，以便在课堂中让学员自主完成课后改善行动计划。

课程目标：

经过培训，学员将能够

- 识别并理性看待“95后”员工典型的“不当”行为表现
- 说出“95后”员工“不当”行为表现产生的背景及原因
- 了解“95后”员工的思维与心理有哪些特征
- 调整领导者的管理风格与方式，用非权力型影响力引领“95后”员工
- 设计帮助“95后”员工融入团队的辅导计划
- 反思在组织层面有哪些不能满足“95后”需求的岗位设计以及应有的变革思路

课程大纲

第一讲：如何看待“95后”员工的“不当行为”

一、理性看待“95后”员工的“不当行为”

课堂演练：“95后”员工有哪些“不当行为”

1. “不当行为”背后的“积极因素”

二、“不当行为”产生的时代背景及原因

1. 人口政策
2. 高校教育
3. 社会经济
4. 行业趋势

第二讲：“95后”员工想要的“幸福”

一、人的思维与心理诉求

1. 行为-信念-结果
2. 社会发展对人的心理影响

3. 不同时代员工的心理诉求及变化

二、“95后”员工想要的“幸福”

1. “幸福”的公式

2. “内求”与“外求”的思维与行为特征

3. 对比“自我意识”在不同时代员工内心中的变化及外在行为体现

第三讲：“95后”欣赏的领导者行为

一、“理解我”

1. 三层次倾听

2. 同理心接纳

3. 辨识“事实、感受与意图”

二、“吸引我”-建立领导者非权力型影响力

1. 领导者的行为标准

2. 锦上添花的魅力行为

三、“引领我”

1. 基于“双赢”的职业规划

2. 差异化的个性辅导

3. 建设性的绩效反馈

四、“激励我”

1. 常见的激励误区

2. 非现金激励的方法

3. 授权的条件与注意事项

第四讲：做因人而异的弹性领导者

一、传统领导者面对新生代员工的挑战

1. 亲力亲为导致缺失责任感

2. 关注缺点导致失去创造力

3. 缺乏反馈导致失去目标

二、基于新生代员工风格特点的沟通方式

1. 为什么员工不接受领导的好意

2. 员工沟通风格的四种类型

3. 四种风格的行为优势与挑战

4. 与四种风格员工的互动技巧

三、识别员工动力来源的差异

1. 理论导向的员工特点

2. 实用导向的员工特点

3. 唯美导向的员工特点

4. 社会导向的员工特点

5. 个人导向的员工特点

6. 传统导向的员工特点

四、与下属成熟度相匹配的领导方式

1. 领导风格测评

2. 指令型领导者与教练型领导者

3. 教练型领导者的角色定位与优势

4. 识别员工的四级成熟度

5. 基于员工成熟度的弹性领导方式

第五讲：“95后”员工期待的组织形式

一、为什么员工宁可辞职去做“外卖员”

1. “科学管理”产生的背景
2. “科学管理”的优势与弊端

二、岗位设计与员工的主动性

1. 为什么员工不主动
2. “没有监督下的自觉”是如何产生的
3. 岗位设计中的“工匠精神”与“斜杠青年”

三、建立有温度的组织氛围

1. 层级设计扁平化，沟通直接化
2. 契约精神比献身精神更有魅力
3. 给95后员工提供职场的“新鲜感”

第六讲：新型组织形式的企业实践案例

一、海尔集团——“人人都是CEO”

1. 组织平台化
2. 从生产流水线到“自主经营体”
3. 组织协作的成本核算机制

二、韩都衣舍——“三人小组工作法”

1. 为什么员工入职就要有“外号”
2. 三个人如何把一个品牌一年销售一个亿
3. 如何培养人才

三、逻辑思维——“带领95后玩创新”

1. 纵向激励的小组制
2. 横向协调的节操币