

# 最新激励员工发言 员工激励方案(模板10篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。相信许多人会觉得范文很难写？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

## 激励员工发言篇一

亚马逊在一间车库内创建，员工最初只有几个人，但如今它已彻底改变了地球上大部分人购买从图书、玩具到服装等一切商品的方式。亚马逊目前是美国百强企业之一，它的成功主要归功于像amazon kindle这样经过长期规划的产品。

为了向贝佐斯痴迷于长期规划的精神致敬，我们对贝佐斯接受采访的内容进行了整理，梳理出他的大量日常习惯，希望大家可以像贝佐斯一样具有长远目光，不计较一时的得失。

以下即是贝佐斯驾轻就熟的六条管理哲学：

正如创业者、作家本·卡斯诺查(ben casnocha)所言，当你在讲话时，观众很容易就能填补你创意的空白，让你易于掩饰细节错误。贝佐斯通过要求团队成员将一切记下来，就能让他们全面考虑一个创意的每个细节，令其在未来的几年里更经得起考验。

相比硅谷其他科技巨头高薪酬高福利的员工激励手段，亚马逊更推崇“精益经营”模式。它不向员工提供免费的午餐，相反，会将薪水压得很低，甚至有传言亚马逊曾将门板当作办公桌使用，而非价格高昂的现代化办公工具。但这并不意味着亚马逊员工报酬不丰厚。

相反，贝佐斯主张企业应该实行分散管理，甚至陷入无组织

状态也无关紧要，只有在这种氛围下，独立思考才能在与集体意见的较量中占得上风。他认为，要让团队尽可能的小，同时适度限制员工之间的交流。贝佐斯说，他对“两个披萨原则”推崇备至：如果两个披萨都喂不饱一个团队，那说明它太大了。

《连线》杂志在1999年一篇有关贝佐斯的人物专访中披露，他每周都会预留出两天时间来畅想生活，寻找新的创意。有时，他只是上上网，或者是沉浸在自己的世界里。

《连线》杂志在1999年的报道中还谈到，贝佐斯每个季度都会与助手会面，评估后者在12个预选计划上的进展。贝佐斯这样做主要是希望通过检验自己在过去三个月中的成绩，保证每天不会虚度光阴。这种签到式的做法有助于确保他始终坚持长远目标，同时注意力又不会被新的、稍纵即逝的创意所分散。

在创立以后的近二十年里，从线上销售图书起家的亚马逊，不断进军音乐、云存储、内容制作等新领域，这些尝试看似随意，实则都有一个共同的目标，那就是一切从顾客的需求出发。这种“逆向工作法”(work backwards)模式不同于“技能导向法”(skills-forward)[]在后一种做法中，个人或企业往往会根据现有的技术和能力来决定下一步动作。

贝佐斯还将这种逻辑应用到他的个人生活中，每当他不得不做出重大决策时，他常常会以这种方式来思考问题，假设自己80岁高龄时，对这种选择是一种什么样的态度。

## 激励员工发言篇二

企业经营要服务好两个客户，一是内部客户即员工，一是外部客户。只有先服务好内部客户，使员工满意，才能让他更愉快地为外部客户服务，使外部客户更满意，最终为企业带

来良好的经济效益。员工激励方案怎么写?下文是小编整理的相关内容，欢迎阅读参考!

那么如何让员工满意，就离不开高明的管理。管理深处是激励，激励，就是透过满足员工的需要而使之努力工作，从而实现组织目标的过程。也就是说，透过激发员工动机使他们看到自我的需要与组织目标之间的联系，使之处于一种驱动状态，在这种驱动状态下，他们所付出的努力不仅仅满足个人需要，同时透过达成工作绩效而实现组织目标。透过激励，能够挖掘人的潜能，调动人的用心性和创造性，并且吸引更多的人为实现组织目标而不断提高工作绩效，使贴合企业目标的行为得到强化。

1、需求层次论：人的需求从低到高为五种类型：生理需求(衣食住行)、安全需求(老有所养、病有所医)、社交需求(亲情友情与归属)、尊重需求、自我实现的需求(成就感)。不一样人在不一样状况下主导需求不一样，强烈程度不一样；未满足的需求是主要激励源，已满足的需求不再具有激励作用；低层次需求满足后，才会追求高层次需求。人的行为是由主导需求决定的。

2、成就需要理论：人的需要分为成就需要、权力需要、亲和需要。出色的经理，往往都有较高的权力需要，成就需要和亲和需要相对较低。因为成就需要高的人只关注自我的工作业绩，而不关心如何影响他人干出优秀的业绩；而过分强调良好关系会干扰正常的工作程序。

3、公平理论：员工倾向于将自我的所得、投入比率与他人(能够是本单位的，也能够是其他组织的)的所得、投入比率横向比较，或与自我过去(在同一组织或不一样组织)的所得、投入纵向比较，投入包括员工认为贡献给工作的——教育背景、资历、经验、忠诚、时光、努力、创造力、业绩等；所得包括工资、奖金、福利、荣誉、职位等。而且往往过高地估计自我的投入和他人的所得，低估自我的所得和他人的

投入。一旦觉得不公平，就会改变自我的投入或产出(降低努力或要求加薪)、他人的投入与产出、改变参照对象、改变知觉甚或辞职。所以，外资企业一般都对薪资讳莫如深，反对员工打探，减少内部横向比较。

4、期望理论：激励力=效价×期望。“效价”是指某项工作或目标对于满足个人需要的价值，“期望”是指员工决定努力到达这个目标的可能性。这一决定包括两个环节：努力转换为业绩的可能性，业绩转换为预期报酬的可能性。所以一项目标如果对于员工具有高价值，而且实现目标的可能性很大，且一旦实现目标就能够满足需要，其激励效果最佳。这就启示我们：言必行，行必果，及时兑现奖励；低调承诺，超值兑现，使之喜出望外；抓住效价最大的激励措施；适当控制期望值和实际概率，期望值不是越大越好，也不是越小越好；薪资设计既要思考外部竞争，又要内部公平。

5、双因素理论：满意感是激励员工努力工作的重要力量，而导致满意和不满意的因素是完全不一样的。“保健因素”包括工资福利、工作环境、劳动保护等，这些方面满足了只能消除“不满意”，而不能令员工“满意”，只能安抚员工，而不能激励员工；也就是说，员工不会去投诉，但也不会感激你。“激励因素”主要涉及工作资料和工作本身带来的成就感、职责感和尊重感，这些方面具备了就能够产生“满意”，发挥激励作用，反之如果不具备也不会“不满意”，只是“没有满意”。“保健因素”能够吸引员工走进公司，“激励因素”才能保证员工尽职尽责。这就解释了为什么有些企业薪资福利好，仍然有人抱怨，有员工外流。所以不能一味加薪，还要丰富工作资料，扩大工作范围，委以重任，增加工作的自豪感、成就感、职责感。

6、鲶鱼理论：挪威渔民透过一条充满活力的鲶鱼激活一船死气沉沉的沙丁鱼，企业能够把一个潜力很强的人放在普通员工中间，同时规定每年淘汰5-10%的员工，增强员工危机感。

1、物质激励与精神激励相结合。只有物质激励是害人，只有精神激励是愚人。金钱是短期而最有效、长期而最无效的激励方法，低金钱价值、高名誉价值的奖励往往更能激励人。

2、内激和外激相结合。内激是工作本身的挑战性与成功感，外激是工作之外的回报、奖赏、赞扬。

3、正激与负激相结合。正激指奖励贴合组织目标的行为，使之强化和重复；负激是指约束和惩罚违背组织目标的行为，使之消退。正激应持续间断性，时光和数量尽量不固定，连续性既费时费力，也易出现效力递减。负激则要坚持连续性，及时予以惩罚，消除员工的侥幸心理，而且惩罚的刺激比奖励更易见效。

4、按需激励。把握不一样员工不一样时期的不一样主导需要，进行正确引导和满足，能够开展需求调查或制作“需求菜单”让员工选取。

5、公开公平公正原则。

1、提升绩效管理水。年初定义员工工作绩效目标、度量标准、预期价值，增强其工作动机，平时带给资源，减少障碍，年终进行评估。一个振奋人心、切实可行的目标能够鼓舞士气，激励员工去努力拼搏；一个期望值低(可望不可及)的目标，只会适得其反。人只有了解自我努力到达的目标是什么，并且真正愿意实现它，才有可能受到激励。在绩效考评水平提升的状况下，能够对关键的中高层管理岗位实行与企业效益部分相关的年薪制。

能够说，绩效管理是纲，纲举目张，科学公正的绩效管理能够为薪酬激励、职业生涯规划、岗位轮换、岗位晋升、继任计划、末位淘汰、奖励等激励措施打下良好的基础，否则很多激励措施都难以实施。所以绩效考核力量要加强，彻底解决目前“多做多错、完不成的任务越多，工资也扣得越多”

的问题。

2、薪酬激励。这是企业激励机制中最易采用也最重要的激励手段，也较容易控制，但操作技巧很有讲究，薪酬总额相同，支付方式不一样，激励效果也截然不同，并不是越多越好。收入越多，边际效用越低，工作越多，边际成本越高。也就是说，工资水平务必随工作量增加而递增，收入越高激励成本越高(几百块钱他不在乎);确定的收入和不确定的风险收入不是等价的，承担风险越大的人需要的补偿越多;就应把害怕风险的人放在薪水固定的位置，把愿意承担风险的人放在收入波动大的位置，这样能够使平均工资水平下降。但目前我们企业几乎没有高风险的岗位，而且企业比较成熟，风险更小，销售经理一年几百块钱的利息损失根本不构成风险，这种几乎没有风险的年薪制对销售经理有必须激励作用，但对其他非相关的管理人员则会抵消其用心性，这可能也是我们企业目前管理思想和管理水平落后的一个重要原因。

薪酬既是对员工过去工作的肯定和补偿，也是员工对未来工作得到报酬的预期，不仅仅只是劳动所得，也代表着员工自身价值、企业的认同，所以在薪酬设计上既要具有市场竞争力，又要确定内部岗位价值的相对公平，还务必与工作绩效挂钩，同时与职位等级设计相配套多设计一些层次，让员工在努力工作中得到薪酬层次的提升，体验到提升所带来的自我价值实现感和被尊重被认可的喜悦，从而激发创造性。每年根据绩效评出20%的优秀员工给予加薪，10%的员工予以淘汰、减薪或换岗，70%的员工在普遍加薪的状况下给予思考。加薪和高薪要谨慎，因为人们最在乎自我已经得到的东西，而且占有时光越长，失去的痛苦越大，所以在加薪时能够使用浮动工资。

推出持股计划，让技术、经营、管理的关键骨干认购股票期权，也能够让技术、管理成果入股，增强员工对企业的忠诚度，调动用心性。既能够长期保留和吸引优秀人才，为他们带给比较优惠的税率积累资本，同时也将企业支付给高级人

才的现金水平控制在最低水平。股票的期权性质，使企业牢牢控制高级人才日益积累的庞大资产，使其在“金手铐”下努力工作。反之，年薪支付现金越多，企业长久安全性越受威胁，长期奖励占报酬比重越高，高级人才自身跳槽风险越高。

3、“因人设岗”巧中取胜。基于能者多劳也多得的人力资源高效配置观点，将适宜的人放到(或兼职)适宜的位置，既能够实现人力资源利用的最大化，降低人力资源成本，也利于充分发挥员工潜力，实现工作资料丰富化、工作范围扩大化的激励效应，也利于人力资源的积累与发展。当然，“因人设岗”并不是在没有工作资料的状况下人为照顾所设计的空闲岗位，而是务必以“因事设岗”为前提。同时在布置任务时尽量让某个部门或人担任整个任务，并给予充分信任和授权，这样能够提高效率，增强工作动机。还能够透过内部跳槽制度，实行岗位轮换，丰富工作资料，防止职业疲劳和怠惰，也有利于培养综合型人才。在此过程中要注意任人唯贤，用对一人，鼓舞一片，用错一人，冷落一片。

4、建立企业共同愿景与个人目标。让全体员工共同参与和提议，全方位建立完善企业共同愿景，并在建立共同愿景过程中找到自身发展的坐标，从而实现企业大我与员工小我的统一。在此基础上抓好职业管理，打造两条晋升通道，让每个员工行有方向，干有盼头——管理类分7个级别：初级职员、中级职员、高级职员、主任职员(主管)、三级经理、二级经理、一级经理、高级经理等，专业类分7个级别：初级工程师、助理工程师、三级工程师、二级工程师、一级工程师、高级工程师、专家。每一职位等级享受相应待遇，每年年终考核后，根据企业总体战略和必须条件，确定晋升比例和名额。同时，帮忙员工进行职业生涯规划，每季与部属开展一次职业发展对话，为部属带给指导和推荐，进行赞扬和批评，开展针对性培训，及时有效输送高素质人力资源。

在各级管理岗位推行继任计划，要求各级主管都要做好接班

人的培训，作为关键绩效指标纳入年度绩效考核，事实上，一个不能培养接班人而使部门永远离不开他的经理，绝对不是一个称职的经理(而传统观点恰恰相反，认为部门离不开的经理才是优秀的)。透过推行继任计划，既能够培养人才，让员工看成长的期望，保证人力资源素质的持续提升，同时也是增强在岗人员的危机感，并保证在关键岗位人员突然离职状况下工作不受影响。

## 5、根据活力曲线进行末位淘汰。

根据活力曲线原理，一个组织总有20%的人是优秀的，70%的人是基本称职的，10%的人是就应淘汰的。淘汰比例是对优秀员工的激励，年初要在全体人员大会上宣布这个规定，并透过各种载体让所有员工清楚了解，这是为了企业生存与发展，能够增强企业竞争力，这一做法能够有效使员工明白企业不是养人的地方，能够有效地在每年裁掉一些潜力差、职责心不强的人员，还能够避免因裁员而引起与员工的矛盾，因为这是制度裁人，而且早已有言在先，为了不被裁掉，员工们会暗暗努力，设法提高自我的潜力和工作质量，最差的人努力了，中间那部分人就会有压力，行动起来，中间的人行动了，最前面的人也会有触动，他们也不能坐以待毙。这样一来，整个企业就会活起来。

6、奖励激励。除每年底的表彰外，不定期的开展一事一奖，这样保证奖励的及时性、针对性和多样性，根据事情大小，经自我申报、部门审核、总经理审批等程序，设鼓励、记功、记大功、嘉奖、个性嘉奖等，并给予相应物质奖励。具体奖励名称能够多样化，如销售个性奖、培养人才奖、装修奖、管理成果奖、技术成果奖，最好能巧立名目，保证奖励的新颖性，奖励方法也要不断创新，能够制作奖励菜单，让受奖者自我点菜，奖励时光也不要固定。同时注意：奖励过频，刺激作用也会减少。

7、知识员工激励。知识员工激励的四个主要因素为职业发展



与个体成长、工作独立自主性、工作成就、利润分享。他们期望以自我认为有效的方式开展工作，企业应带给施展才华的舞台，带给宽松的工作环境，不指手划脚，同时善于倾听他们的心声，一般应以长期激励为主。

8、参与激励。创造各种机会与员工沟通，让员工发表意见，增进了解，让员工感受到关怀。平时注意情绪调节，学习和运用一些心理暗示技巧来影响员工，如果管理者情绪低落，你的手下也将受到影响变得缺乏动力，相反如果管理者满腔热情，你的手下也必然会充满活力。

要善于支持创造性推荐，充分挖掘员工聪明才智，使大家都想事，想干事，都创新，放手让其大胆工作。不要轻易否定员工的推荐，一旦受到否定，员工可能再也不敢提意见了，而且用心性也会受到损伤。谁提出的推荐能够让谁负责去落实，委以重任，如果有创意，有实效，还能够用他的姓名来命名，如海尔的“云燕镜子”、“伍雷操作法”等。

9、开展满意度调查。“激励从不满意开始。”只有了解员工不满意什么，才明白员工需要什么，激励措施才能有的放矢，同时透过满意度调查也能够证明企业关心员工需求和意见。同时管理者最好能对员工做到“9个了解”（姓名、生日、籍贯、出身、家庭、经历、特长、个性、表现）和“9个数”（工作状况、住房条件、身体状况、学习状况、思想品德、经济状况、家庭成员、兴趣爱好、社会交往），关心员工家属，解决后顾之忧。还可透过建立各类兴趣小组和体育娱乐活动，提高组织和谐度和凝聚力，增加社交的机会，满足其追求快乐和社交需求。

法无定法，万法归宗。激励方法千姿百态，能否奏效，在于管理者如何在平时的工作与生活中点点滴滴的运用起来，既要注意针对性、实效性，又要注意多样性、经常性和突然性。管理就是借力，但愿透过各种激励举措，团结一切能够团结的力量，让所有人愿意把力量借给企业，使企业发展波澜壮

阔，无往不胜。

## 激励员工发言篇三

薪酬激励作用是无需质疑的，在我国经济不很发达的现实情况下更具有不可替代的作用，同时，也是个人尊严和社会地位的象征。薪酬激励要体现岗位价值，体现内外公平性。

业务骨干往往担任着重要的工作职位，按理说，职位重要就应该多拿钱，但鞭打快牛的企业中，薪酬往往平均化，薪酬纵向之间拉不开差距，横向之间也差别甚小，这样就让业务骨干们感觉非常不公平，挨鞭子也是无奈之举。

实现薪酬内部公平的手段就是职位评估，根据职位要求的能力、复杂性、责任、任职条件等诸多因素进行评估排序，薪酬按照排序结果进行定档定级，这样职位薪酬就会有明显的差距，不同职位的薪酬高低相差会有数倍甚至几十倍之多。这样，业务骨干们不再是“干累活，吃瘦草”，现在是肥草伺候。

职位价值从薪酬上得到体现，业务骨干们就会认识到自己的责任重大，挨鞭打也是也不容辞的事情。同时，职位评估形成了宽带薪酬，让他们知道努力后有更高的收入，他们会更有奔头。

当然，薪酬排序不能关起门来进行，还要参考市场水平，不能让业务骨干看到外面世界的草更肥，萌生去意。企业要根据员工的流向，即从哪里来到哪里去的原则，进行市场薪酬调查，提供具有市场竞争力的薪酬水平，这些骨干们才会心无旁骛，安心效劳。本企业的草肥，说不定外面的优秀人士也会跑进来。

根据企业战略发展和职位要求，给每个业务骨干设计相应的

工作目标。有了明确的奋斗目标，他们就会朝这个方向努力，从而实现自我超越和自我管理。

目标管理的配套措施是绩效考核与浮动薪酬或奖金的设计，根据目标完成情况进行考核，考核结果与浮动薪酬和奖金实行联动，多劳多得，少劳少得，付出与回报真正成正比，薪酬就会根据人员的实际贡献拉开差距。这样设计，业务骨干们虽然目标层层加码，但收入也节节上升；能力弱的人悠闲自得，但没有草吃。

这样通过奖优惩劣，企业的不良风气会迅速改变。在这里，科学的目标和考核是奖惩的主要依据，目标要完善，不是高不可攀或轻而易举就达到，要跳一跳才够得着，衡量绩效的标准必须是公平的和客观的。通过目标和考核设计，把组织目标贯穿于每一个人身上，这样，不仅骨干能够积极地再接再厉，那些能力弱的人也会“不用扬鞭自奋蹄”。

激励要因人而异，因时而异。作为企业的业务骨干，他们往往有很强的个人成就感，对自身的价值实现非常看中。而薪酬增加到一定高度，就会出现激励弱化现象，无法进一步激发人员的工作热情。当然，对很多我国企业来说，这一高度还远未达到。

这时，企业可以从组织发展战略出发，根据业务骨干的个体不同和具体要求，设计有针对性的激励方案，通过给予合适的晋升、赋予更大的责任、提供尽可能多的培训机会、送以股权期权、设计合理的职业生涯规划，例如：技术人员的多通道职业生涯规划等方式。帮助他们实现自身价值。

当然，这一切都要有明确的标准和要求，要与价值、贡献等直接挂钩，同时保持公开透明，让人员事先清楚明白，这样，业务骨干们虽然挨鞭打，但一想到希望就在不远处等着他，他就会信心百倍，勇往直前。

## 激励员工发言篇四

企业经营要服务好两个客户，一是内部客户即员工，一是外部客户。只有先服务好内部客户，使员工满意，才能让他更愉快地为外部客户服务，使外部客户更满意，最终为企业带来良好的经济效益。

那么如何让员工满意，就离不开高明的管理。管理深处是激励，激励，就是透过满足员工的需要而使之努力工作，从而实现组织目标的过程。也就是说，透过激发员工动机使他们看到自我的需要与组织目标之间的联系，使之处于一种驱动状态，在这种驱动状态下，他们所付出的努力不仅仅满足个人需要，同时透过达成工作绩效而实现组织目标。透过激励，能够挖掘人的潜能，调动人的用心性和创造性，并且吸引更多的人为实现组织目标而不断提高工作绩效，使贴合企业目标的行为得到强化。

1、需求层次论：人的需求从低到高为五种类型：生理需求（衣食住行）、安全需求（老有所养、病有所医）、社交需求（亲情友情与归属）、尊重需求、自我实现的需求（成就感）。不一样人在不一样状况下主导需求不一样，强烈程度不一样；未满足的需求是主要激励源，已满足的需求不再具有激励作用；低层次需求满足后，才会追求高层次需求。人的行为是由主导需求决定的。

2、成就需要理论：人的需要分为成就需要、权力需要、亲和需要。出色的经理，往往都有较高的权力需要，成就需要和亲和需要相对较低。因为成就需要高的人只关注自我的工作业绩，而不关心如何影响他人干出优秀的业绩；而过分强调良好关系会干扰正常的工作程序。

3、公平理论：员工倾向于将自我的所得、投入比率与他人（能够是本单位的，也能够是其他组织的）的所得、投入比率横向比较，或与自我过去（在同一组织或不一样组织）的

所得、投入纵向比较，投入包括员工认为贡献给工作的——教育背景、资历、经验、忠诚、时光、努力、创造力、业绩等；所得包括工资、奖金、福利、荣誉、职位等。而且往往过高地估计自我的投入和他人的所得，低估自我的所得和他人的投入。一旦觉得不公平，就会改变自我的投入或产出（降低努力或要求加薪）、他人的投入与产出、改变参照对象、改变知觉甚或辞职。所以，外资企业一般都对薪资讳莫如深，反对员工打探，减少内部横向比较。

4、期望理论：激励力=效价×期望。“效价”是指某项工作或目标对于满足个人需要的价值，“期望”是指员工决定努力到达这个目标的可能性。这一决定包括两个环节：努力转换为业绩的可能性，业绩转换为预期报酬的可能性。所以一项目标如果对于员工具有高价值，而且实现目标的可能性很大，且一旦实现目标就能够满足需要，其激励效果最佳。这就启示我们：言必行，行必果，及时兑现奖励；低调承诺，超值兑现，使之喜出望外；抓住效价最大的激励措施；适当控制期望值和实际概率，期望值不是越大越好，也不是越小越好；薪资设计既要思考外部竞争，又要内部公平。

5、双因素理论：满意感是激励员工努力工作的重要力量，而导致满意和不满意的因素是完全不一样的。“保健因素”包括工资福利、工作环境、劳动保护等，这些方面满足了只能消除“不满意”，而不能令员工“满意”，只能安抚员工，而不能激励员工；也就是说，员工不会去投诉，但也不会感激你。“激励因素”主要涉及工作资料和工作本身带来的成就感、职责感和尊重感，这些方面具备了就能够产生“满意”，发挥激励作用，反之如果不具备也不会“不满意”，只是“没有满意”。“保健因素”能够吸引员工走进公司，“激励因素”才能保证员工尽职尽责。这就解释了为什么有些企业薪资福利好，仍然有人抱怨，有员工外流。所以不能一味加薪，还要丰富工作资料，扩大工作范围，委以重任，增加工作的自豪感、成就感、职责感。

6、鲰鱼理论：挪威渔民透过一条充满活力的鲰鱼激活一船死气沉沉的沙丁鱼，企业能够把一个潜力很强的人放在普通员工中间，同时规定每年淘汰5-10%的员工，增强员工危机感。

1、物质激励与精神激励相结合。只有物质激励是害人，只有精神激励是愚人。金钱是短期而最有效、长期而最无效的激励方法，低金钱价值、高名誉价值的奖励往往更能激励人。

2、内激和外激相结合。内激是工作本身的挑战性与成功感，外激是工作之外的回报、奖赏、赞扬。

3、正激与负激相结合。正激指奖励贴合组织目标的行为，使之强化和重复；负激是指约束和惩罚违背组织目标的行为，使之消退。正激应持续间断性，时光和数量尽量不固定，连续性既费时费力，也易出现效力递减。负激则要坚持连续性，及时予以惩罚，消除员工的侥幸心理，而且惩罚的刺激比奖励更易见效。

4、按需激励。把握不一样员工不一样时期的不一样主导需要，进行正确引导和满足，能够开展需求调查或制作“需求菜单”让员工选取。

5、公开公平公正原则。

1、提升绩效管理水。年初定义员工工作绩效目标、度量标准、预期价值，增强其工作动机，平时带给资源，减少障碍，年终进行评估。一个振奋人心、切实可行的目标能够鼓舞士气，激励员工去努力拼搏；一个期望值低（可望不可及）的目标，只会适得其反。人只有了解自我努力到达的目标是什么，并且真正愿意实现它，才有可能受到激励。在绩效考评水平提升的状况下，能够对关键的中高层管理岗位实行与企业效益部分相关的年薪制。

能够说，绩效管理是纲，纲举目张，科学公正的绩效管理能

够为薪酬激励、职业生涯规划、岗位轮换、岗位晋升、继任计划、末位淘汰、奖励等激励措施打下良好的基础，否则很多激励措施都难以实施。所以绩效考核力量要加强，彻底解决目前“多做多错、完不成的任务越多，工资也扣得越多”的问题。

2、薪酬激励。这是企业激励机制中最易采用也最重要的激励手段，也较容易控制，但操作技巧很有讲究，薪酬总额相同，支付方式不一样，激励效果也截然不同，并不是越多越好。收入越多，边际效用越低，工作越多，边际成本越高。也就是说，工资水平务必随工作量增加而递增，收入越高激励成本越高（几百块钱他不在乎）；确定的收入和不确定的风险收入不是等价的，承担风险越大的人需要的补偿越多；就应把害怕风险的人放在薪水固定的位置，把愿意承担风险的人放在收入波动大的位置，这样能够使平均工资水平下降。但目前我们企业几乎没有高风险的岗位，而且企业比较成熟，风险更小，销售经理一年几百块钱的利息损失根本不构成风险，这种几乎没有风险的年薪制对销售经理有必须激励作用，但对其他非相关的管理人员则会抵消其用心性，这可能也是我们企业目前管理思想和管理水平落后的一个重要原因。

薪酬既是对员工过去工作的肯定和补偿，也是员工对未来工作得到报酬的预期，不仅仅是劳动所得，也代表着员工自身价值、企业的认同，所以在薪酬设计上既要具有市场竞争力，又要确定内部岗位价值的相对公平，还务必与工作绩效挂钩，同时与职位等级设计相配套多设计一些层次，让员工在努力工作中得到薪酬层次的提升，体验到提升所带来的自我价值实现感和被尊重被认可的喜悦，从而激发创造性。每年根据绩效评出20%的优秀员工给予加薪，10%的员工予以淘汰、减薪或换岗，70%的员工在普遍加薪的状况下给予思考。加薪和高薪要谨慎，因为人们最在乎自我已经得到的东西，而且占有时光越长，失去的痛苦越大，所以在加薪时能够使用浮动工资。

推出持股计划，让技术、经营、管理的关键骨干认购股票期权，也能够让技术、管理成果入股，增强员工对企业的忠诚度，调动用心性。既能够长期保留和吸引优秀人才，为他们带给比较优惠的税率积累资本，同时也将企业支付给高级人才的现金水平控制在最低水平。股票的期权性质，使企业牢牢控制高级人才日益积累的庞大资产，使其在“金手铐”下努力工作。反之，年薪支付现金越多，企业长久安全性越受威胁，长期奖励占报酬比重越高，高级人才自身跳槽风险越高。

3、“因人设岗”巧中取胜。基于能者多劳也多得的人力资源高效配置观点，将适宜的人放到（或兼职）适宜的位置，既能够实现人力资源利用的最大化，降低人力资源成本，也利于充分发挥员工潜力，实现工作资料丰富化、工作范围扩大化的激励效应，也利于人力资源的积累与发展。当然，“因人设岗”并不是在没有工作资料的状况下人为照顾所设计的空闲岗位，而是务必以“因事设岗”为前提。同时在布置任务时尽量让某个部门或人担任整个任务，并给予充分信任和授权，这样能够提高效率，增强工作动机。还能够透过内部跳槽制度，实行岗位轮换，丰富工作资料，防止职业疲劳和怠惰，也有利于培养综合型人才。在此过程中要注意任人唯贤，用对一人，鼓舞一片，用错一人，冷落一片。

4、建立企业共同愿景与个人目标。让全体员工共同参与和提议，全方位建立完善企业共同愿景，并在建立共同愿景过程中找到自身发展的坐标，从而实现企业大我与员工小我的统一。在此基础上抓好职业管理，打造两条晋升通道，让每个员工行有方向，干有盼头——管理类分7个级别：初级职员、中级职员、高级职员、主任职员（主管）、三级经理、二级经理、一级经理、高级经理等，专业类分7个级别：初级工程师、助理工程师、三级工程师、二级工程师、一级工程师、高级工程师、专家。每一职位等级享受相应待遇，每年年终考核后，根据企业总体战略和必须条件，确定晋升比例和名额。同时，帮忙员工进行职业生涯规划，每季与部属开展一



次职业发展对话，为部属带给指导和推荐，进行赞扬和批评，开展针对性培训，及时有效输送高素质人力资源。

在各级管理岗位推行继任计划，要求各级主管都要做好接班人的培训，作为关键绩效指标纳入年度绩效考核，事实上，一个不能培养接班人而使部门永远离不开他的经理，绝对不是一个称职的经理（而传统观点恰恰相反，认为部门离不开的经理才是优秀的）。透过推行继任计划，既能够培养人才，让员工看成长的期望，保证人力资源素质的持续提升，同时也是增强在岗人员的危机感，并保证在关键岗位人员突然离职状况下工作不受影响。

## 5、根据活力曲线进行末位淘汰。

根据活力曲线原理，一个组织总有20%的人是优秀的，70%的人是基本称职的，10%的人是就应淘汰的。淘汰比例是对优秀员工的激励，年初要在全体人员大会上宣布这个规定，并透过各种载体让所有员工清楚了解，这是为了企业生存与发展，能够增强企业竞争力，这一做法能够有效使员工明白企业不是养人的地方，能够有效地在每年裁掉一些潜力差、职责心不强的人员，还能够避免因裁员而引起与员工的矛盾，因为这是制度裁人，而且早已有言在先，为了不被裁掉，员工们会暗暗努力，设法提高自我的潜力和工作质量，最差的人努力了，中间那部分人就会有压力，行动起来，中间的人行动了，最前面的人也会有触动，他们也不能坐以待毙。这样一来，整个企业就会活起来。

## 6、奖励激励。

除每年底的表彰外，不定期的开展一事一奖，这样保证奖励的及时性、针对性和多样性，根据事情大小，经自我申报、部门审核、总经理审批等程序，设鼓励、记功、记大功、嘉奖、个性嘉奖等，并给予相应物质奖励。具体奖励名称能够多样化，如销售个性奖、培养人才奖、装修奖、管理成果奖、技术成果奖，最好能巧立名目，保证奖励的新颖性，奖励方法也要不断创新，能够制作奖励菜单，让受奖

者自我点菜，奖励时光也不要固定。同时注意：奖励过频，刺激作用也会减少。

7、知识员工激励。知识员工激励的四个主要因素为职业发展与个体成长、工作独立自主性、工作成就、利润分享。他们期望以自我认为有效的方式开展工作，企业应带给施展才华的舞台，带给宽松的工作环境，不指手划脚，同时善于倾听他们的心声，一般应以长期激励为主。

8、参与激励。创造各种机会与员工沟通，让员工发表意见，增进了解，让员工感受到关怀。平时注意情绪调节，学习和运用一些心理暗示技巧来影响员工，如果管理者情绪低落，你的手下也将受到影响变得缺乏动力，相反如果管理者满腔热情，你的手下也必然会充满活力。

要善于支持创造性推荐，充分挖掘员工聪明才智，使大家都想事，想干事，都创新，放手让其大胆工作。不要轻易否定员工的推荐，一旦受到否定，员工可能再也不敢提意见了，而且用心性也会受到损伤。谁提出的推荐能够让谁负责去落实，委以重任，如果有创意，有实效，还能够用他的姓名来命名，如海尔的“云燕镜子”、“伍雷操作法”等。

9、开展满意度调查。“激励从不满意开始。”只有了解员工不满意什么，才明白员工需要什么，激励措施才能有的放矢，同时透过满意度调查也能够证明企业关心员工需求和意见。同时管理者最好能对员工做到“9个了解”（姓名、生日、籍贯、出身、家庭、经历、特长、个性、表现）和“9个有数”（工作状况、住房条件、身体状况、学习状况、思想品德、经济状况、家庭成员、兴趣爱好、社会交往），关心员工家属，解决后顾之忧。还可透过建立各类兴趣小组和体育娱乐活动，提高组织和谐度和凝聚力，增加社交的机会，满足其追求快乐和社交需求。

法无定法，万法归宗。激励方法千姿百态，能否奏效，在于

管理者如何在平时的工作与生活中点点滴滴的运用起来，既要注意针对性、实效性，又要注意多样性、经常性和突然性。管理就是借力，但愿透过各种激励举措，团结一切能够团结的力量，让所有人愿意把力量借给企业，使企业发展波澜壮阔，无往不胜。

## 激励员工发言篇五

及时对正确的事情、优秀的员工进行正面反馈，树立用心向上的文化导向和氛围。

### 2范围

本方案适用于smsbj全体员工

### 3具体流程

定义：小红花奖励是指及时的正面反馈奖励。奖励要基于事实，针对事件进行认可。

#### 3.1授权范围及时限：

工厂领导小组成员每月每人发2个小红花。

其他经理主管按照管理人数发放小红花数目，总计每个月30个小红花。

小红花有效时光是自颁发3个月内有效，3个月内能够累计。

每个自然年度统计后对在年内获得小红花最多的前三名将设立额外奖励，并公开表彰。

另外，对于制造部，每个月可发给30个小红旗，用于部门级别的及时奖励。leo负责小红旗的分配工作，小红旗的奖品将

随小红花奖品一齐发放。

### 3.2 发放方法：

发放人在确认事实后，在小红花背面写下认可的理由并签字和日期，然后发给当事人即可。

每月由rebecca打印并按照3.1将小红花发放给相关人员。

发放人发完小红花后，要及时将何时、何事、发给谁等相关简信息告之rebecca□

### 3.3 认可范围：

在公司倡导文化内，员工的创造性工作、忠于职守、勇于创新、主动用心协调部门间工作、诚实正直、用心反映推荐、见义勇为、勇于维护公司制度和财产、维护公司利益、帮忙同事、用心参与公司的活动、协助配合其他部门工作等范围。

### 3.4 其他说明：

鼓励经理主管对自我和其他部门员工进行正面认可，尤其是对配合支持部门员工进行正面反馈。小红花能够转让，但务必是持有者本人签名。

### 3.5 奖项设置：

每月一次兑奖机会，100%有奖品。一共设有3级奖品。依据累计小红花的个数可得到不一样级别奖品。一个小红花可兑现1级奖品，两个小红花可兑一个2级奖品或两个1级奖品，三个小红花可兑现1个3级奖品或3个1级奖品或1个2级+1个1级奖品。具体兑奖奖品设置和兑奖时光由行政部每月发布。兑奖后留签字以便年度统计。小红旗不累计，一个小红旗兑换一个小红旗奖品。

## 激励员工发言篇六

酒店业面临的最大困惑之一就是人才流失，特别是频繁的核心人员跳槽。这与酒店采取的激励手段的有效性不足是密切相关的。当前国内酒店业中普遍存在着激励方式重点不突出、对象不明确（如对不同层次员工的激励）、缺乏力度，机制单一，重物质轻精神等问题。这在一定程度上产生了激励与需要的错位。酒店业应该重视激励手段和措施的创新，根据自身的一些实际情况综合运用多种“另类”激励手段，以达到预期的目标。

酒店应通过设计保障政策减少员工失业，不到迫不得已不轻易提出裁员计划，让员工有职业安全感。日本的一些酒店就倡导终身雇佣制，使员工与酒店成为一体，员工对酒店就产生了更多的认同感和主人翁的意识，实现员工对酒店的忠诚。

培训档案，与员工一起进行职业规划，将员工的发展与酒店的发展联系起来。同时倡导建立一个学习型组织，让员工感觉到这个酒店的氛围可以让他不断地提升自己的技能，充实自己的经验。

薪酬支付的时间也是有技巧的，支付的时间不同，产生激励的效果也不同。不同的员工会有不同的心理需求，而员工年龄的增长，经济状况的改变和酒店经营环境的变化也会影响到薪酬的支付效果。例如，对年轻的员工必须即时支付，无论是发奖金还是给予休假，给予奖励或表扬都必须即时。另外当员工情绪低落时，也应该采取即时的薪酬支付，而情绪高涨时则可采取延迟支付，这样有利于保持员工稳定情绪。

酒店应增加小型激励，在不减少激励分量的同时，适当提高激励的覆盖面。实际上频繁的小规模奖励会比大规模奖励更有效。小型激励会让员工经常沉浸在受奖励的快乐中，能够

产生持续的激励效果，增加员工的工作动力。

减少定期奖励，增加不定期奖励，以抑制员工由于对固定奖励的模式化的思维而产生惰性心理。酒店应建立无制度的心理契约，这样员工不知道谁会在什么时候得到意外的奖励，这会为员工带来意外的惊喜，让他觉得工作更有乐趣。

酒店应设立一些专门为员工家属提供的特别福利，比如在节日之际邀请家属参加酒店的联欢活动，赠送酒店特制的礼品，让员工和家属一起旅游，给孩子提供礼物、奖学金等，让自己的员工在家属面前感到有“面子”，也让其家属感到温情和满足。

尊重能够赢得人心。酒店应视员工为合作者，酒店的所有者、管理者和员工在人格上是平等的，在工作上只是扮演的角色不同而已。一些国外的酒店推行“同一公民”制度，总经理与员工穿相同的制服。野餐的时候，总经理也会给普通员工烤牛排，这样就拉近了双方的距离，消除了双方的情感屏障。

现在大多数酒店激励措施针对性不强，对员工的最佳需要的捕捉仍然停留在简单的粗略估计上，没有以真实的调查和科学的需要分析为基础，也没有结合酒店自身的特点来制定激励政策和措施，所以激励政策缺乏针对性和及时性，出现了激励空当现象和激励错位现象，造成了人力、物力、财力资源的浪费。酒店要提高激励的效率就应该对员工（特别是a类核心员工）采取“一对一”的激励。根据员工不同的情况和需要量身定制不同的福利，并确保让这项福利对该员工是最有吸引力的。

## 激励员工发言篇七

各位同仁：

大家好！

一个企业的创立，离不开积极勤奋、风雨同路的每位优秀员工；企业的发展，更需要新鲜血液的不断加盟。不同背景、不同经历、不同层次的人才荟萃，冲击碰撞、互相激励，才能使我们的创新思维领先、科学管理领先、诚信经营领先和做全球第一汽车标准件的目标。

我们的企业好像一个大家庭，以它广博的胸怀，接纳、包容了在场的每一位。你们家境、品性不同，年龄、爱好不同，文化程度、社会历练、从业经验各异，但在企业中却扮演着不同的角色，你们都是企业的骄傲，都是企业的主人公！

我深深的知道，正是你们的主人翁精神，支持着你们为我们的企业默默的奉献着！时常萦绕在我脑海的是为了健康城顺利开业不分昼夜辛勤工作的所有同仁这里没有职位高低之别，不分是指挥若定的高管、现场管理的中层还是勤勤恳恳、默默奉献的普通同仁，只要为我们企业作出过贡献，我们同样不会忘记！

企业的发展壮大，需要资金的.积累和不断的投入。也许，你们的付出并不总是得到自己所满意的回报；但是，我们要相信，只要企业发展了，我们个人才能得到发展的空间。也许，你们从事的未必是自己最喜欢的工作；但是，我们要知道，企业是一个相互配合的有机整体。企业需要你们的敬业爱岗、无私奉献！

我衷心期待全体同仁与我们企业共同成长，期待全体同仁对我们企业继续予以大力支持，和工作方面的配合。

作为大家庭中的一员，我想对你们说：公司的每一位同仁都是公司最宝贵的财富，你们的健康和安全，不仅维系着公司的兴衰，更关系到你们家庭的幸福。我衷心希望每位同仁在为企业努力工作的同时，都能关注健康，珍爱生命，一同创

造我们企业明日的辉煌，共同分享奋斗 的成果！

愿每一位同仁在企业度过激情燃烧的岁月，在健康快乐中建功立业，与企业一道走向成功 ！

胜利的荣耀属于我们企业，属于企业的全体同仁！

最后，我衷心祝愿全体同仁及家属工作顺利、生活愉快、万事如意！

## 激励员工发言篇八

为了弘扬企业精神，激励员工工作积极性，展现我公司优秀员工的风采，形成人人争当先进、人人争为公司的发展做贡献的良好氛围，公司决定每季度开展评选“优秀员工”的活动。

每季度将从各部门中选出一名优秀员工；具体为：光学部三名（成品、半成品、抛光各一名），脚套部一名；配件部一名；后勤一名。共计六名。

每季度的最后一个月。

1、在公司工作三个月以上的一线员工；

3、季度内无违反公司规章制度的受到处分者。

1、热爱公司，自觉维护公司利益；

2、遵纪守法，遵守公司的各项规章制度；

3、勤勉尽责，具有强烈的事业心和责任感；

4、在本职岗位上业绩突出，能为公司解决实际问题，或积极



献计献策。

#### 1、产生流程：

车间主任推荐——生产部门初审——人事行政部审查——总经理批准；

a)考勤情况；

b)奖惩情况；

c)是否违反公司的规章制度；

d)推荐理由是否事实充分；

e)该员工是否曾受到投诉；

4、人事行政部审查无误后，送总经理批准。

1、公司每季度召开优秀员工表彰大会，给荣获“优秀员工”者颁发荣誉证书，同时每人奖励现金100元。

2、人事行政部将优秀员工的名单公榜在公司宣传栏上，并给予表扬学习。

3、优秀员工的评选结果记入员工个人档案，并作为评选年度优秀员工的依据。

本办法由人事行政部制定、修改和解释，总经理批准后实施。

## 激励员工发言篇九

公司全体人员(人事部除外)

- 1、被介绍进公司的新员工只能有一名介绍人；
- 2、奖励费以现金或随同次月工资发至工资卡的形式给予；
- 4、被介绍人上班满3个月，给予介绍人(在职员工)奖励费的50%。

1、转播工程师1000元，销售代表/主管20x元，研发工程师/经理、销售总监：3000元。

3、财务部按本方案发放相应奖金。

1、直接向人事部推荐公司所需优秀人才，福利待遇请至公司面谈。

2、介绍人在推荐应聘者时，请提示应聘者在《应聘登记表》填写推荐人姓名，以便人事部核实并发放介绍奖励。

望全体员工发挥人脉优势，踊跃推荐，为公司发展贡献一份力量。

## 激励员工发言篇十

最近看了《非金钱激励员工的108种手段》，感觉很好，很受益，要想带好一个团队，首先要自己具备领导才能及专业素质，学习与提高是必不可少的。现把其中的精华摘录一些，与大家分享。

### 为员工树立一根行为标杆

在任何一个组织里，管理者都是的镜子。可以说，只要看一看这个组织的管理者是如何对待工作的，就可以了解整个组织成员的工作态度。“表不正，不可求直影。”要让员工充满激情地去工作，管理者就先要做出一个样子来。

- 1、领导是员工们的模仿对象
- 2、激励别人之前，先要激励自己
- 3、要让下属高效，自己不能低效
- 4、塑造起自己精明强干的形象
- 5、做到一马当先、身先士卒
- 6、用自己的热情引燃员工的热情
- 7、你们干不了的，让我来
- 8、把手“弄脏”，可以激励每一个员工
- 9、在员工当中树立起榜样人物

人的行为都是由动机引起的，并且都是指向一定的目标的。这种动机是行为的一种诱因，是行动的内驱力，对人的活动起着强烈的激励作用。管理者通过设置适当的目标，可以有效诱发、导向和激励员工的行为，调动员工的积极性。

- 10、让员工对企业前途充满信心
- 11、用共同目标引领全体员工
- 12、把握“跳一跳，够得着”的原则
- 13、制定目标时要做到具体而清晰
- 14、要规划出目标的实施步骤
- 15、平衡长期目标和短期任务

- 16、从个人目标上升到共同目标
- 17、让下属参与目标的制定工作
- 18、避免“目标置换”现象的发生

重任在肩的人更有积极性

有效授权是一项重要的管理技巧。不管多能干的领导，也不可能把工作全部承揽过来，这样做只能使管理效率降低，下属成长过慢。通过授权，管理者可以提升自己及下属的工作能力，更可以极大地激发起下属的积极性和主人翁精神。

- 19、不要成为公司里的“管家婆”
- 20、权力握在手中只是一件死物
- 21、用“地位感”调动员工的积极性
- 22、“重要任务”更能激发起工作热情
- 23、准备充分是有效授权的前提
- 24、在授权的对象上要精挑细选
- 25、看准授权时机，选择授权方法
- 26、确保权与责的平衡与对等
- 27、有效授权与合理控制相结合

给人尊严远胜过给人金钱

尊重是一种最人性化、最有效的激励手段之一。以尊重、重视自己的员工的方式来激励他们，其效果远比物质上的激励

要来得更持久、更有效。可以说，尊重是激励员工的法宝，其成本之低，成效之卓，是其他激励手段都难以企及的。

28、尊重是有效的零成本激励

29、懂得尊重可得“圣贤归”

30、对有真本事的大贤更要尊崇

31、责难下属时要懂得留点面子

32、尊重每个人，即使他地位卑微

33、不妨用请求的语气下命令

34、越是地位高，越是不能狂傲自大

35、不要叱责，也不要质问

36、不要总是端着一副官架子

37、尊重个性即是保护创造性

38、尊重下属的个人爱好和兴趣

下属的干劲是“谈”出来的

管理者与下属保持良好的关系，对于调动下属的热情，激励他们为企业积极工作有着特别的作用。而建立这种良好的上下级关系的前提，也是最重要的一点，就是有效的沟通。可以说，沟通之于管理者，就像水之于游鱼，大气之于飞鸟。

39、沟通是激励员工热情的法宝

30、沟通带来理解，理解带来合作

- 41、建立完善的内部沟通机制
  - 42、消除沟通障碍，确保信息共享
  - 43、善于寻找沟通的“切入点”
  - 44、与员工顺畅沟通的七个步骤
  - 45、与下属谈话要注意先“暖身”
  - 46、沟通的重点不是说，而是听
  - 47、正确对待并妥善处理抱怨
  - 48、引导部属之间展开充分沟通
  - 诱导他人意志行为的良方
  - 49、信任是启动积极性的引擎
  - 50、用人不疑是驭人的基本方法
  - 51、对业务骨干更要充分信赖
  - 52、信任年轻人，开辟新天地
  - 53、切断自己怀疑下属的后路
  - 54、向下属表达信任的14种方法
  - 55、用人不疑也可以做点表面文章
  - 56、既要信任，也要激起其自信
- 胸怀宽广会让人甘心效力

宽容是一种管理艺术，也是激励员工的一种有效方式。管理者的宽容品质不仅能使员工感到亲切、温暖和友好，获得安全感，更能化为启动员工积极性的钥匙，激励员工自省、自律、自强，让他们在感动之中甘心情愿地为企业效力。

57、宽宏大量是做领导的前提

58、宽容是一种重要的激励方式

59、原谅别人就是在为自己铺路

60、给犯错误的`下属一个改正的机会

61、得理而饶人更易征服下属

62、对下属的冒犯不妨装装“糊涂”

63、善待“异己”可迅速“收拢”人心

64、容许失败就等于鼓励创新

65、要能容人之短、用人所长

66、敢于容人之长更显得自己高明

效果奇特的零成本激励法

人都有做个“重要”人物的欲望，都渴望得到别人的赞美和肯定。赞美是一种非常有效而且不可思议的推动力量，它能赋予人一种积极向上的力量，能够极大地激发人对事物的热情。用赞美的方式激励员工，管理者所能得到的将会远远地大于付出。

67、最让人心动的激励是赞美

68、“高帽子”即使不真也照样塑造人

69、用欣赏的眼光寻找下属的闪光点

70、懂得感恩才能在小事上发现美

71、摆脱偏见，使称赞公平公正

72、赞美到点上才会有良好的效果

73、当众赞美下属时要注意方式

74、对新老员工的赞美要有区别

让下属在感动中奋力打拼

一个领导能否成功，不在于有没有人为你打拼，而在于有没有人心甘情愿地为你打拼。须知，让人生死相许的不是金钱和地位，而是一个情字。一个关切的举动、几句动情的话语、几滴伤心的眼泪，比高官厚禄的作用还要大上千百倍。

75、感情如柔水，却能无坚不摧

76、征服了“心”就能控制住“身”

77、你要“够意思”，别人才能“够意思”

78、“知遇之恩”也是可以制造的

79、替下属撑腰，他就会更加忠心

80、不可放过雪中送炭的机会

81、乐于主动提携“看好”的下属



82、付出一点感情，注意一些小事

83、将关爱之情带到下属的家中

增强组织活力的无形按钮

人都有争强好胜的心理。在企业内部建立良性的竞争机制，是一种积极的、健康的、向上的引导和激励。管理者摆一个擂台，让下属分别上台较量，能充分调动员工的积极性、主动性、创造性和争先创优意识，全面地提高组织活力。

84、竞争能快速高效地激发士气

85、不妨偶尔在工作中打个赌

86、让员工永远处于竞争状态

87、建立竞争机制的3个关键点

88、活力与创造力是淘汰出来的

89、用“鱼占鱼式”人物制造危机感

90、用“危机”激活团队的潜力

91、引导良性竞争，避免恶性竞争

用熏陶出好员工

企业文化是推动企业发展的原动力。它对企业发展的目标、行为有导向功能，能有效地提高企业生产效率，对企业的个体也有强大的凝聚功能。优秀的企业文化可以改善员工的精神状态，熏陶出更多的具有自豪感和荣誉感的优秀员工。

92、企业文化具有明确的激励指向

- 93、企业文化是长久而深层次的激励
- 94、企业文化也是员工的一种待遇
- 95、用正确的企业文化提升战斗力
- 96、用企业价值观同化全体员工
- 97、激励型组织文化应具备的特点
- 98、强有力的领导培育强有力的文化
- 99、用良好的环境体现企业文化

#### 不得不为的反面激励方式

惩戒的作用不仅在于教育其本人，更重要的是让其他人引以为戒，通过适度的外在压力使他们产生趋避意识。惩戒虽然是一种反面的激励，但却不得不为之。因为，“怀柔”并不能解决所有的问题。

- 100、没有规矩也就不会成方圆
- 101、随和并非任何时候都有意义
- 102、适时责惩以表明原则立场
- 103、坚持“诛罚不避亲戚”的原则
- 104、对于奸邪者要做到除恶必尽
- 105、实施惩罚时不要打击面过大
- 106、惩罚要把握时机、注意方式

107、惩罚与“怀柔”相结合更具激励效果

108、少一点惩罚，多一些鼓励