

追求企业梦想 实施目标管理

豫园房产“五年规划”确立发展“商旅文”地产战略目标

□ 陈炳权 孟天舒

企业作为市场中的一员,如何在激烈的竞争中脱颖而出,关键要有核心竞争能力和追求梦想的心态。只有追求梦想才有制造效益的可能。在梦想到效益这条漫长路上要经历很多:有了梦想的宏图,就应该把宏图转换成一个个可以实施的目标,再依据目标制定要遵守的标准,在标准的前提下应该有依据标准编制的制度,在检查制度的基础上进行一系列的奖惩,最终才会通往实现效益的道路。这就是企业管理中环环相扣的基础管理链,而目标管理是其中重要一环,它起着将梦想变成现实和效益的转换作用。

豫园房产是一个不断追求发展的公司,是一个要在激烈市场竞争中脱颖而出。在审视豫园房产通往效益的道路上仅仅靠规章制度还不够,我们还需要的是目标管理。著名的管理学大师德鲁克认为目标管理是以目标为导向,以人为中心,以成果为标准,而使组织和个人取得最佳业绩的现代管理方法。通过目标管理我们可以找到实现效益过程中的薄弱环节,可以把梦想分解、给行动加油,可以让制度更完美,让员工更积极,让效益更可观。

2010年,国家连续出台了一系列抑制房价的措施,对房产调控力度之大前所未有,使得房地产市场出现山雨欲来风满楼的前兆。如何在这扑朔迷离的格局中理清头绪,认清方向,将

梦想转化成目标,最终转化成企业效益,这是房产公司所追求的。目标管理就不失为一种好途径。

实行目标管理不是一件容易的事情,它需要科学的方法,需要一种对时机、风险、分寸的把握和判断能力。豫园房产在总经理室的带领下,经过对市场的全面分析和研讨,认为在2011年乃至“十二五”期间全国房地产开发投资规模仍然将保持较高的增速,尽管国家对房地产市场的调控力度不会减弱,但房地产投资竞争在全国范围将更加激烈。目前全国房地产企业的开发战略已出现调整:从万通集团打造“主体城市”,到万科集团施行“绿色低碳建筑”,再到华业地产定位“城市居住、生活、办公综合体的运行商”等等。无一不证明房地产企业在“十二五”期间将要经历重大变革。面对市场变化,面对形势发展,因势而动,因时而变,寻找合适的战略目标已经成为房地产企业在市场竞争中的决胜点和竞争力所在。

豫园房产与其他房产企业一样,需要在市场的惊涛骇浪中寻找正确航向,实施完整的目标管理工作,这将是关系企业生死存亡的大事。

要寻找企业发展战略目标,就要挖掘企业潜在的优势,再结合市场的需求,形成核心竞争能力,参与市场竞争。与其他房地产公司相比,豫园房产的优势在于:一、开发建设仿明清建筑风

格上的特色;二、商业综合性经营、营销特色,开展各类商业文化活动;三、产品和产业经营(黄金珠宝、工艺品、餐饮)等品牌;四、经营中华老字号的经验;五、精通商业房地产开发经营的团队。整合这些优势,豫园房产制定了发展“商旅文”地产战略目标,即立足特色商旅文项目开发为主,又适当参与一些“短、平、快”机会性项目开发。要完成公司的这个发展战略我们还制订了五年业务规划发展指标、业务经济指标、主营业务销售额、持续经营等目标。在战略目标和多项计划确定后,豫园房产又制定了目标实施的激励和惩罚措施,在对目标和制度的不断检查中,确定最终的薪酬制度,使目标实施过程与效益实现同步。

发展“商旅文”地产战略目标是豫园房产梦想实现的基础。为了实现这个梦想还制定了五年规划,这是我们的具体目标。为了达到这个目标,在检查原有标准和制度的基础上,我们制定了有奖惩和考核的薪酬制度。这就完成了一个完整的目标管理过程。只有拥有这样的目标管理,豫园房产员工才会有奋斗的方向,才会有将梦想转化成效益的动力,豫园房产的效益最终才能有实现的可能。在梦想-目标-标准-制度-检查-奖惩-效益这一基础管理模式的推动下,豫园房产正在努力,正在拼搏,豫园房产的道路一定会更加宽广美好,豫园房产的梦想目标一定会结出累累硕果。



童涵春堂药业公司荣获2009-2010年度“上海市企务公开民主管理工作先进单位”称号

□ 马勇进

日前,黄浦区总工会副主席马忠荣和商城党委书记费慧林专程来到老城隍庙童涵春堂,向童涵春堂药业公司总经理卢国生颁发了“上海市企务公开民主管理工作先进单位”铜牌,马忠荣一行还饶有兴致地参观了童涵春堂中药博物馆和端午养生节展台。

两年来,童涵春堂药业公司

坚持从实际出发,努力探索在新形势下的企务公开和民主管理工作,把企务公开与尊重和依靠员工办企业的理念有机结合起来,坚持职代会制度、开展工资集体协商、鼓励员工建言献策、设立公示栏、创办童涵春堂简讯,让员工有更多的知情权和督促权,企业和谐稳步发展,受到市有关部门的高度肯定。

亚一开展“当一天营业员、当一天值班经理、当一次神秘顾客”活动

□ 亚一

在隆重庆祝建党90周年之际,亚一金店领导班子趁着五一劳动节销售小高峰走访了数家加盟店和连锁店,上“前线”实地了解加盟店经营状况和运作规范,并给员工送去节日的问候。其后,党政班子研究决定开展“三个一”活动,在公司党员及中层以上干部中推广走访与下基层的工作方法,并通过商城OA发布了这一活动的消息。

“三个一”即“当一天营业员”,“当一天值班经理(店经理)”,“当一次神秘顾客(督导员)”。该活动宗旨在于弘扬党群、干群联系的优良传统,让党员干部上“战场”,多角度体验亚一,进一步感受基层员工和管理人员的辛勤付出和酸甜苦辣,了解经营实况,探索亚一成长新思路,提出优化公司管理制度的建议,将亚一打造成一支拥有强大凝聚力的团队。

党群园地

创意·青春：传统与现代神奇组合的经济魔方

豫园商城团委着力推进“创意能手”竞赛(下)

创意是传统的叛逆,是一种智能的拓展,是理念的提升,是灵光乍现的创新与震撼;青春是现代的生机,是一种不泯的希望,是一往无前的勇敢,是生命中最辉煌的色彩……

考察链接:

阿里巴巴——

有梦就去追,爱拼才会赢!

非常有幸参加了阿里巴巴网站和淘宝商城网站总部的考察活动,虽然飘着零星的小雨,可我还是难掩心中的喜悦,因为那是一个聚集科技前沿的国度,是一群年轻人的集结号。

一直很欣赏阿里巴巴当家人马云的作风,似乎和我们青年的品性不谋而合,那就是爱做梦、有梦想。从以二室一厅的房子作为办公地到现在拥有独立的七栋办公大楼的总部,让我们在惊叹阿里发展之快的同时,也深谙了“有梦就去追、爱拼才会赢”的意义。

看着监控室内硕大的6块屏幕上所显示的集团业务,无论是阿里巴巴的贸易平台、淘宝网的实时交易平台还是支付宝第三方支付平台,可以说阿里巴巴在不断地打破由自己创造的一个个数字神话。去年11月11日,淘宝网交易平台所实现的销售总额相当于香港所有百货业的销售总额,而就在许多银行支付系统几近崩溃的时候,支付宝却畅通无阻。阿里巴巴用自己的专业、专注、专一,堆砌起了一个网络殿堂,而我们这群有梦想的年轻人亟需的是在这殿堂中找到自己的定位,接触最前沿电子商务,缔造豫园商城

B2C事业的奇迹!

小商品公司阿拉丝语店长、百货联合团支部书记 管霞君

阿里文化——

很好,很强大!

4月15日的“阿里”之行让我深刻体会到这座充满现代化气息和活力的“阿里”之城的魅力,并折服于“阿里”强大的企业文化。连接着七幢办公大楼的橙色大道,开放、绿色、自由的办公环境,实时显示集团业务并能和外部合作伙伴共享数据的电子屏幕,丰富多彩的企业刊物;大到健身、餐饮、邮局、图书馆、商店一应俱全的生活配套,小到一瓶印有“阿里”品牌Logo的矿泉水,再到纪念着“非典”时“阿里”人不折不挠、同舟共济团队精神的“5.10阿里日”,所有有形的无形的,庞大的细节的,我们所看到、听到、感受到的林林总总无不向我们传递着“开放、共享、激情、大气”的企业文化,而这些文化正是支撑“阿里”走过十几年的风风雨雨,最终屹立商场的精神支柱,更决定着企业的持久发展。我想起了这么一句话:小企业看老板,中企业看制度,大企业看文化。我想“阿里”的发展也经历了这一过程,睿智的老板、不断健全的企业制度、深入人心的企业文化,一路走来到今天,“阿里”称得上是“大企业”。

这“大”并不是上万万的员工数量来衡量,而是在震撼着我们的企业文化中得以彰显。

童涵春堂饮片公司总经理助理、团支部书记 夏洁晨

网络销售——

大势所趋,时不我待!

老庙黄金已经决定依托淘宝商城这一电子商务平台,开设老庙黄金品牌旗舰店。为了能够打响这第一炮,我们也是做足了功课,但是在实际操作中还是遇到了一些问题,例如:物流配送中,如何保证高价货品的安全?网络销售中如何提高自己的浏览量?如何提升自己的销售额……因此我的杭州“阿里巴巴”之行,其实是带着任务去的。

在与淘宝商城高层的座谈中,他们对我们提出的问题都一一作出回答,排除了原有的顾虑,让我觉得获益匪浅,同时也让我更加肯定了网络销售这一电子商务模式是未来发展的必然趋势。有数据显示,截止2010年底中国共有网民4.2亿,其中有购买力的、超过30岁的网民超过40%,有过网购经验的网民超过1.4亿,去年网购总额超过4000亿,而淘宝网在CTOC领域的市场份额超过85%,淘宝商城在BTCC销售总额是排名第二的2倍以上。由此可见,网络销售与购物是大势所



趋,而且在经济发达的沿海地区,网络购物更是发展得非常好,如江浙沪地区所占的比重非常高,而这一地区也恰恰是我们老庙黄金连锁加盟所覆盖的地区。相信随着淘宝商城老庙黄金品牌旗舰店的开张,除了可以产生销售额之外,还能提升老庙黄金在年轻消费者心中的形象,更好地宣传老庙黄金的品牌,相信老庙黄金这一传统品牌能在新兴的电子商务领域中也取得非常好的成绩!老庙黄金资深值班经理 盛俊

考核体系——

手中无剑,心中有剑!

4月15日我有幸随商城团委至杭州“阿里巴巴”和“淘宝网”参观学习,并与淘宝商城工作人员进行了交流座谈。时间虽短,却也感触颇多,受益匪浅。

阿里巴巴作为全球国际贸易领域最大的网上交易市场和商人社区,全球企业间电子商务的第一品牌,一直以来是一家由价值观驱动的公司。从1999年马总18个人的创始人团队到现在20000多员工,阿里的企业文化已经渗透到每一位员工,从最开始的“独孤九剑”,到现在的“六脉

神剑”:客户第一、团队合作、拥抱变化、激情、诚信、敬业,每一点还包含有专门的5个小点。之前早就听闻他们的“六脉神剑”,但我始终很是诧异,他们怎么可能让每个员工把“六脉神剑”都练得炉火纯青呢?

原来答案就是他们的考核体系。对于员工们所练的“六脉神剑”的每招每式,HR都会根据完成的难度,给予1分到5分的评定。这些从新人入职培训起,就会极为深刻地烙在心里。然后,每季度会有专门的价值观自评和考评机制(与以后的晋升和评级相关,平均达到3.5分才有晋升资格)。考评过程可不是简单地在表格上打个勾或随便写个分数,而是要接受考评的员工具体说出事例,比如“在这个季度的具体什么时间,该员工做了一件什么事情是表现了客户第一”,以此类推。

阿里巴巴的企业文化,是由所有从高层到普通员工通过对价值观的不断理解和深化形成的自然产物。没有“六脉神剑”的价值观,没有做到“手中无剑,心中有剑”的考核体系,就没有阿里巴巴现在的辉煌。

食品公司总经理助理 俞萍