

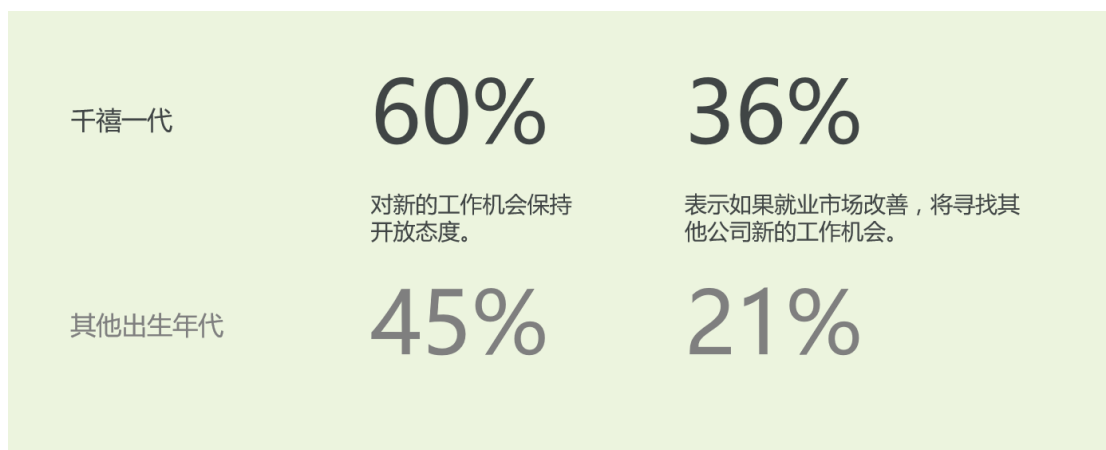
千禧一代职场新管理报告

前言：职场中的千禧一代

美国人口普查国际数据库显示，当前中国的千禧一代人口约有 3 亿 8 千 5 百万人，约占总人口的 28.4%，而这其中，有很大一部分已经就业或即将就业。数据显示，到 2020 年，职场中的千禧一代预计将占到 50%。他们的逐渐进入，不仅带来了劳动力市场年龄结构的变化，还对人才的流动性产生了影响。在中国，盖洛普许多客户组织中的领导者都曾表示他们十分担忧千禧一代人才的“稳定性”。他们当中的不少人表示自己所服务的组织正在通过校园招聘或社会招聘招募大量人才，其中的大部分都是出生于 1980 年至 1996 年之间的千禧一代。然而，将近三分之一的千禧一代都在入职不到一年的时间内，甚至在试用期期间主动向组织提出离职。

盖洛普 2016 年开展的千禧一代研究数据显示，至少 21% 的千禧一代表示在过去的一年内更换了工作，这一数据相对于其他出生世代的员工要高出至少 3 倍。除此之外，数据还显示，仅有一半的千禧一代表示他们计划在目前的公司工作一年或以上，而 60% 的千禧一代对新的工作机会保持开放的态度，36% 表示如果当前的劳动力市场有所改善，他们将寻找新的工作机会，而对于其他出生世代员工，这一数据分别为 45% 和 21%（见图 1）。

图 1：相比其他出生世代的员工，千禧一代更有可能离职或寻找新的工作机会



事实上，劳动力市场中千禧一代“稳定性”欠缺的一个重要原因是对当前工作的敬业度偏低。盖洛普研究发现，当前职场中的千禧一代仅有 29% 处于敬业状态，而大部分千禧一代则处于不敬业状态（71%）。相对其他出生世代的员工，千禧一代的敬业度最低（见图 2）。

蜜蜂学堂



HELLO同学们，
不要错过让你洞察
整个商业世界的
蜜蜂内参



扫码添加Eva助教拉你入群



每日精选3份最值得关注的学习
资料给你

这意味着，千禧一代对自己的工作缺乏充足的热情和投入，与自己所服务的公司之间缺乏情感上的纽带和行为上的一致。盖洛普的研究数据显示，有 47% 处于怠业状态的千禧一代表示他们会在未来一年内更换工作，而处于敬业状态的千禧一代，仅为 17%。

图 2：不同出生世代员工敬业比例



千禧一代到底是谁？他们与其他出生世代的员工有什么不同？如何有效地管理他们？在市场环境日益复杂且不断变化的今天，这已经成为众多组织机构在人才管理中无法回避的重点和难点，也是本文旨在探讨的问题。

1. 千禧一代的特征

千禧一代是指出生于 1980 年至 1996 年的一代人（见图 3）。相对于 X 一代、婴儿潮一代和传统一代，由于经济状况、政治背景、科技水平、生活环境、全球化程度、价值观念的差异，千禧一代具有属于自己的时代烙印。

图 3：不同出生世代的人口划分



近年来，盖洛普开展了大量研究以帮助组织机构更深入地了解千禧一代。研究发现，千禧一代具备如下四个显著特征：

独立自主。相对于其他出生世代，千禧一代的独立性更强。他们不会像其他出生世代一样对自己的工作有较高的忠诚度，也不会像其他出生世代一样对自己的社区有强烈的归属感和自豪感。相比之下，他们更倾向用变化的眼光看待自己的工作，家庭观念相对较弱，更可能与父母和亲人分隔两地；甚至，更倾向于晚婚晚育。这并不意味着千禧一代不可能对某一组织或群体产生强烈的归属感，只是相对其他出生世代，他们对自己所处的组织、群体和社区有不同的看法和认知，而这些看法和认知决定了他们对这些组织、群体和社区情感纽带和归属感的强烈程度。

联系紧密。虽然千禧一代对接受某一品牌、雇主，或融入某一组织、群体或社区有一些犹豫和不确定性，但他们与他们所生活的环境甚至整个世界却始终保持紧密的联系。互联网、Wi-Fi、笔记本电脑和智能手机的普及和快速革新，使得千禧一代可以更便捷快速地了解新闻、交友、开展娱乐活动等，而这些看似虚拟的行为却帮助千禧一代获得了独特的全球化视角并影响他们的消费行为、人际互动和工作方式。

自由民主。千禧一代更倾向于个性化多样化的答案而非“这件事必须这样做”。在消费市场中，他们期望商家可以最大限度地满足自己对产品和服务的个性化需求，强调个性化的用户体验；在工作中，他们也更加期望自己的精神需求和个性化的优势得到关注和体现。

理想主义。千禧一代认为工作和生活应该有价值、有意义。薪资福利往往不是他们最为看重的方面，他们更希望自己的个人价值能够得到体现，并希望获得更多的学习、成长和发展的机会。

总的来看，千禧一代有较强的自我意识，希望自我的价值得到充分的尊重，个性张扬但黑白分明。他们不再满足于仅仅执行上级的指令，而希望在工作方式中融入个性化的元素，崇尚创新；他们不再甘于被当作组织机构运营的机器，而希望得到平等、尊重和自主的工作氛围。千禧一代员工的加入，给组织机构的人才管理带来了不小的挑战，也推动人才管理理念和方式的转型。

2. 千禧一代管理的挑战

越来越多的组织机构和领导者意识到，基于千禧一代的特征和个性化需求，如何有效地激励和发展他们是当前人才管理所面临的巨大挑战。随着时间的推移，越来越多婴儿潮一代员工逐渐退休，离开工作岗位，但似乎千禧一代的年轻员工并未做好准备。在许多盖洛普敬业度项目中，常常能够听到组织的领导者和人事部门无奈地告诉我们，关键岗位上人才的退休对组织人才梯队建设和人才储备链的持续运转带来了巨大的挑战。

事实上，组织从来没有放缓吸引和招募千禧一代员工的步伐，但有效解决人才储备问题不仅需要吸引足够的千禧一代填补岗位的空缺，而最为关键的在于通过有效的激励和管理，充分发挥他们的竞争优势，从而使他们能够持续地为组织发展贡献力量。然而，很多领导者依然担忧自己的组织是否已经为迎接这样的挑战做好充分准备：是否有能力为千禧一代提供他们想要的工作？是否可以营造正向积极的组织文化？是否具备有能力的中基层管理者对千禧一代进行有效激励、发展和保留？是否已经了解千禧一代对于工作环境的新需求？几乎在每个盖洛普员工敬业度项目高层领导深入访谈中，千禧一代的管理都是一个常常被提及的话题。

组织机构领导者深访原话：

某房地产公司业务部门负责人：“现在我们部门的员工都是年轻人，基本都是80后、90后，他们给我们感觉特别有个性，关注点也与其他年龄层次的员工有所不同。我觉得现在我们面临的很大挑战就是如何激励这些年轻员工，如何更准确地了解他们的需求是什么？”

某金融公司人力资源总监：“我们现在HR管理面临最大的挑战应该是新生代的员工管理，特别是90后员工的管理。他们比较独立、喜欢跳槽、崇尚自由，个性突出张扬。我觉得现在我们需要反思的，一是如何更新我们的管理思维和方法，适应这一批年轻员工，创造更能够激励他们的文化氛围；二是也需要对他们的需求有更好地了解，进行适当地教育，让他们能够更好地融入到管理中。”

某科技公司研发总监：“我们部门中有一个90后员工，每次跟他一对一的时候，他跟我反复强调的问题就是觉得自己擅长做很多事情，很多事情都想尝试，也非常渴望得到更多的培训机会。虽然我们部门已经每个月都会给员工各种形式的学习和培训机会，部门内部也有分享，但好像都不能满足他的需求。我已经40多岁了，下面的员工全部都是80、90后。我想说的是，很多时候我们这个年纪的人觉得自己经验丰富，知道年轻人的需求，也觉得自己为他们做了很多，他们按照我的安排和指示做就好了，但实际上，你其实并不懂他们，而更好激励他们的方式，应该是了解他们的需求。”

很多组织机构的领导和经理人正努力寻找办法更好地管理他们的千禧一代员工。然而，他们并没有找到合适的方法。不少领导者以自己认为对的方式调整公司的政策、绩效管理、薪酬体系，或者尝试使用“短平快”的方式改变工作环境，以创造一个他们所认为千禧一代想要的工作环境和组织氛围。而事实上，这未免有些“一厢情愿”。在一些组织机构的咨询项目中，我们常常听到有领导者骄傲地告诉我们：“我们在公司顶楼的活动室添置了新的乒乓球台”、“我们在办公室的各个角落为员工提供免费的甜点和饮料”、“我们对公司食堂进行了改造，在菜单中增添了新的菜品”。然而，随后进行的匿名敬业度调研却发现，领导者所提及的这些要点并不是千禧一代员工最为关注或不满的方面。管理者“一厢情愿”的做法似乎并没有奏效。

3. 有效管理千禧一代的三个关键点

人才管理从来不是一件容易的事情，而是一个复杂的系统工程，但无论多么复杂的人才管理系统，最核心的要素即是“以人为本”。在千禧一代源源不断涌入劳动力市场的今天，营造适合人才的组织文化、关注员工敬业度、尊重人才的差异化需求显得尤为重要。

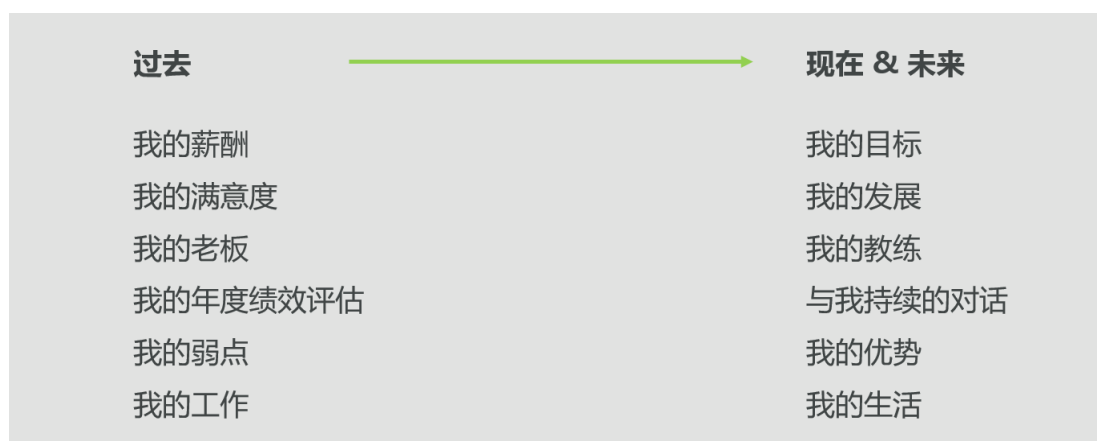
3.1. 营造适合于千禧一代成长和发展的组织文化氛围

千禧一代的加入，对传统的组织文化带来了不可避免的冲击，很多组织领导者开始反思和审视组织机构中现有的文化氛围，并着手进行必要的调整和转变，以适应千禧一代人才管理和发展的需求。

对不少中国本土化企业来说，单纯强调严格的等级制度、指令的执行、绩效的考核、员工的奉献，是组织文化的一大特色。而这种传统自上而下的管理文化某种程度上忽视了员工的差异化需求，未能真正贯彻“以人为本”的理念。随着千禧一代的加入，这种自上而下的管理文化需要得到一定的调整和转变，应更加关注员工的个性化需求，重视自下而上沟通渠道的建立和文化的打造。

盖洛普 2016 年针对千禧一代员工的最新研究发现，千禧一代对组织文化建设和管理提出了六大新的要求（图 4）。

图 4：组织文化需要的转变

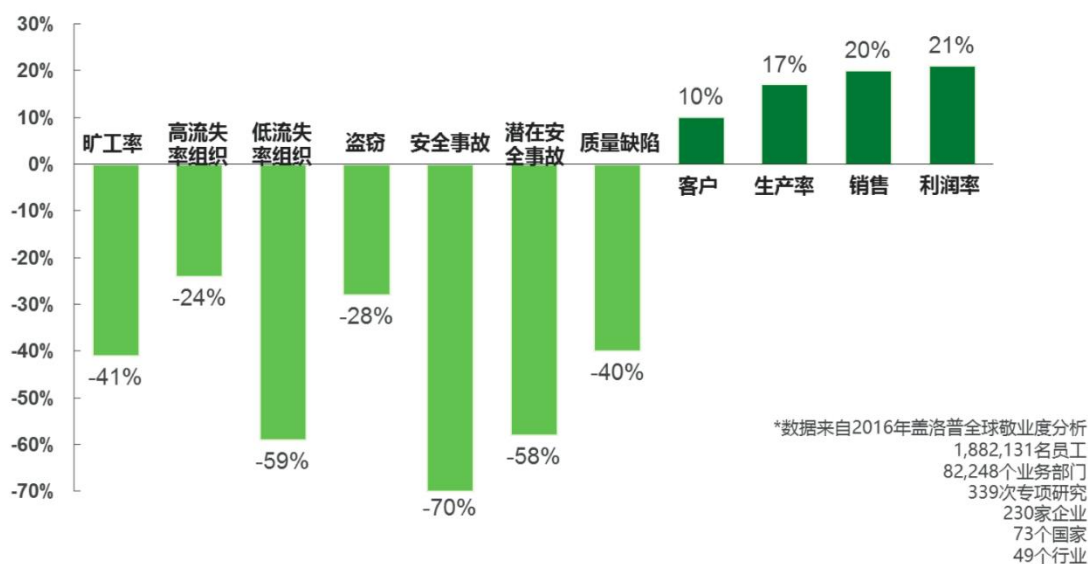


- 注重工作目的多于注重薪水。相对于获得更高的薪酬，千禧一代更加看重这份工作的意义和价值。对千禧一代而言，薪酬是比不可少的，但并非一个持续的驱动因素。相较于更高的薪酬，千禧一代更希望为一个有使命感、有情怀、有目标的组织机构工作。
- 注重个人的发展多于个人的满足。千禧一代更加注重组织是否能够提供自我成长的空间和学习发展的机会，而非仅仅关注组织能否提供便利的娱乐设施、免费饮料和甜点等。
- 更愿意接受教练式的辅导而非自上而下的指令。千禧一代期望自己的老板能够摆脱传统命令式的自上而下管理，而成为自己的教练和工作伙伴。他们希望自己的经理人重视自身的价值和贡献，并提供对话式的辅导。
- 持续的绩效沟通而非年度绩效考核。传统的绩效考核和评估正在经历深刻的变革，随着千禧一代逐渐步入职场，持续的绩效沟通和对话成为了最为稀缺的管理模式。相对单纯的考核与评估，他们更希望能够得到关于如何提升自身表现的讨论和建议。
- 注重发挥优势而非弥补劣势。千禧一代注重自身的价值实现，更加注重自身的优势是否得到关注和发挥，而非一味地找出他们的短板并试图弥补劣势。事实上，相对于弥补劣势，发挥优势不仅可以带来敬业度的提升，创造更高的生产率，更可以提升员工的幸福感。
- 注重生活而不仅是工作。对于千禧一代而言，工作不再独立于他们的生活，而是生活的一部分，他们更注重工作生活平衡，注重提升职场幸福感，而非仅为了生计保持一份工作。因此，组织不仅需要关注员工“八小时以内”的工作任务完成情况和业绩表现，还需要更多关注他们的生活状况、家庭情况和兴趣爱好，致力于提升他们的整体幸福感。

3.2. 关注和提升千禧一代员工的敬业度

究竟如何才能把握激励千禧一代员工的关键呢？其实很多组织机构都已经发现，科学评估和有效提升千禧一代员工的敬业度是激励、发展和保留千禧一代员工的关键所在和有效措施。千禧一代员工对当前工作环境的需求是否得到充分满足、能否在工作中得到有效激励、对工作是否积极投入并富有热情，会对组织机构的长期持续发展产生深远影响。盖洛普每三年会通过荟萃分析（Meta-analysis）研究论证员工敬业度水平对组织关键业绩指标的影响，包括人才流失率、客户忠诚度、安全生产、销售额、利润率等（见图5）。研究发现，更多的敬业员工不仅降低了旷工率、盗窃率、安全事故发生率、质量缺陷率，还带来了组织生产率的提高，客户忠诚度的提升和销售额的增长，最终也带来了组织机构在激烈市场竞争中的优秀利润表现和可持续发展。越来越多的组织机构逐渐意识到关注员工敬业度给组织带来的益处，开始关注评估和提升员工敬业度。

图 5：员工敬业度较优组织和较差组织在关键业绩指标上的差异



3.2.1. 评估员工敬业度

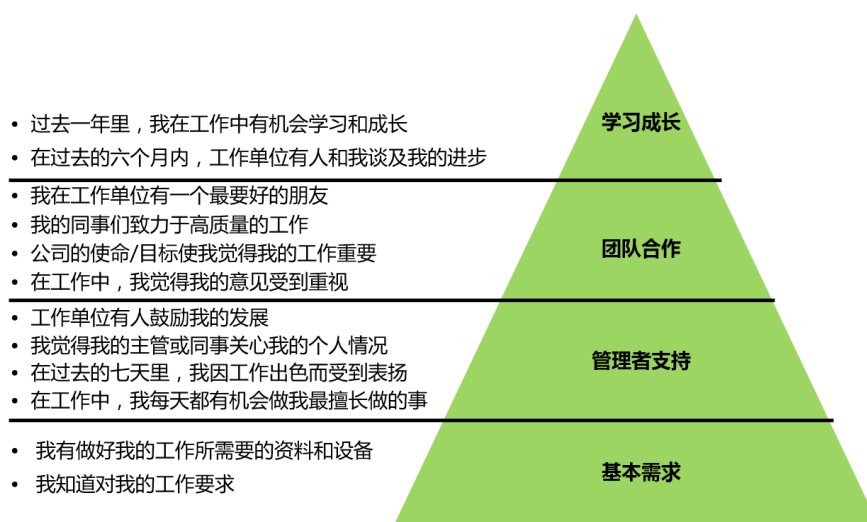
盖洛普员工敬业度的测量，并不直接对员工的敬业度状态进行测量，而聚焦于工作环境中员工敬业度的关键驱动因素，这也为后续敬业度的落地和提升提供了更多的可能性。

历经数十年，盖洛普在不同国家、文化背景、行业 and 不同规模的组织机构中开展了成千上万的调研，于20世纪90年代完成了Q12员工敬业度模型和问卷的研发。截止至今，该问卷已经被翻译成72种语言，在全世界198个国家使用。最终确认的这12个关键指标，反映

出员工对工作环境四个层级的需求：基本需求、管理者支持、团队合作、学习成长（见图 6），而这 12 个要素也满足以下三个核心标准：

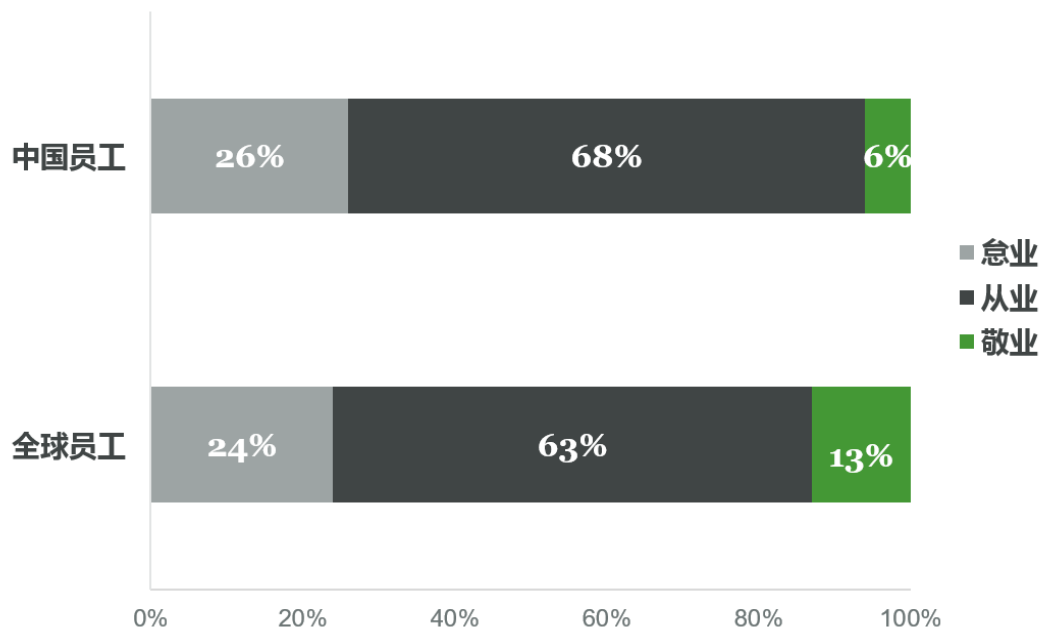
- 将高绩效团队与低绩效团队区分开来，并且与组织业务成果之间始终存在显著相关性；
- 充分涵盖了工作环境中的最重要信息，具有跨组织、跨行业和跨文化特性；
- 对于各级团队管理者和员工而言具有可操作性。

图 6：盖洛普员工敬业度 Q12 模型



盖洛普 2013 年全球职场工作环境报告指出，在全球 142 个国家中，只有 13% 的员工处于敬业状态，87% 的员工处于从业甚至怠业状态。这一数据在中国甚至更低，仅有 6% 的中国员工处于敬业状态，94% 的中国员工处于从业甚至怠业状态（见图 7）。这对千禧一代占比越来越多的中国劳动力市场来说，是一个不容忽视的问题。如何有效地激励千禧一代、提升他们的敬业度，是一个值得深思的课题。

图 7：全球和中国员工敬业度指数：2013 年全球职场工作环境报告



3.2.2. 提升员工敬业度

盖洛普 Q12 员工敬业度测量模型为组织机构提供了一个科学有效评估员工敬业度的方法，帮助组织机构通过匿名的员工民意调研了解员工的真实想法和对工作环境的需求。诚然，单纯的测量只是一个开始，其本身并不能够带来任何积极的改善，而基于测量结果的改进提升措施才能有效帮助组织机构提升千禧一代员工的敬业度。

正是因为盖洛普 Q12 敬业度模型满足以上三个核心标准，越来越多的组织机构不仅将 Q12 作为敬业度的评估工具，而更强调其作为管理工具所发挥的作用。在很多盖洛普现有的客户中，Q12 已经成为客户组织内部唯一推行的管理工具，从高层领导到人事部门，都在鼓励各级管理者关注员工这 12 条对于工作环境的需求，并鼓励他们尝试基于这些员工需求点，与员工开展充分持续的沟通和对话，而这也是有效管理和激励千禧一代员工的关键步骤。

提升员工敬业度应是一个系统化工作，需要组织机构内部不同角色员工的参与。为了帮助组织机构顺利渗透敬业度理念、打造敬业的组织氛围，盖洛普也鼓励组织内部的各级员工参与到其中，发挥积极的作用（见图 8），包括高层管理者、经理人、敬业大使和员工本人。针对不同角色的员工，盖洛普也提供了不同的解决方案，帮助敬业度在组织内部得到有效的落地。

图 8：组织内不同角色在员工敬业度提升中发挥的作用

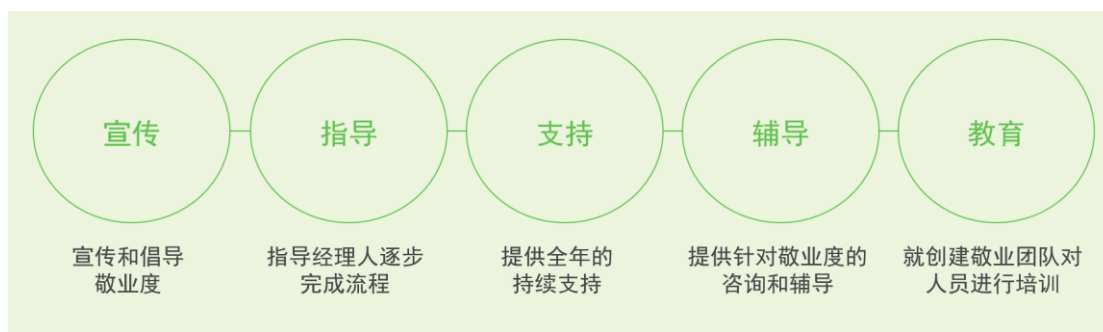


在提升员工敬业度的过程中，在组织内部建立敬业大使团队，发挥他们在推进敬业度过程中的作用，已经成为越来越多组织的选择。敬业大使不一定来自于人力资源部门，他们可以来自于组织机构的各个部门，旨在为领导者、经理人和团队提供鼓励和支持，以推进和帮助创建高敬业度且高效的团队，助力敬业文化在企业内部的渗透和落地。一般来说，敬业大使在组织机构打造敬业文化过程中承担五项重要职责（见图 9）：

- 宣传：负责在组织内部宣传和倡导敬业度
- 指导：帮助经理人了解敬业度的意义和整个项目的推进流程
- 支持：为敬业度的提升提供全年的跟进和支持
- 辅导：为领导者、经理人和团队提供全年的咨询和辅导
- 教育：为经理人和团队提供敬业度相关培训

他们一方面可以帮助减轻人力资源部门在员工敬业度推进和落地过程中的压力；另一方面，由于他们更了解业务部门的工作，熟悉业务部门的文化和语言环境，可以更有效地结合业务部门实际情况制定和落实相关提升方案，为经理人提供辅导、培训和支持。敬业大使已经成为很多组织机构在提升员工敬业度过程中的重要力量。

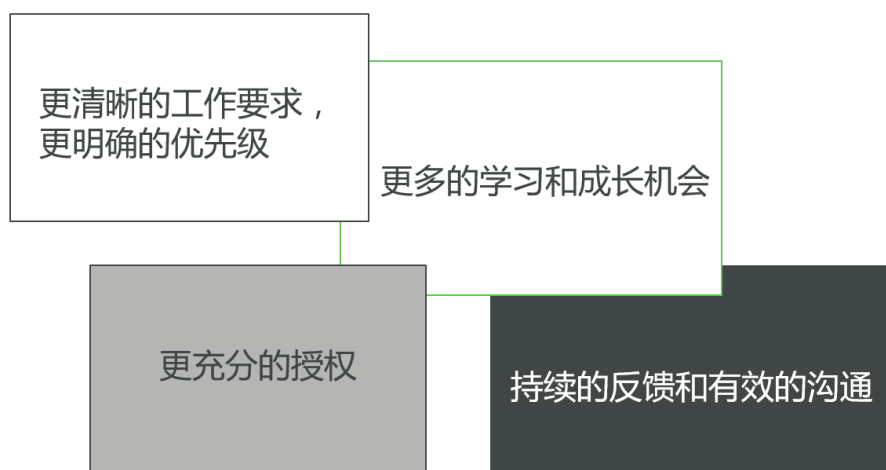
图 9：敬业大使的五项重要职责



3.3. 提升中基层经理人的管理水平

提升员工敬业度的关键在于提升中基层经理人的管理水平。盖洛普研究数据显示，经理人本身的敬业度和管理水平可以解释基层员工敬业度的 70%，而对于千禧一代的激励和管理，中基层经理人更是承担着重要的角色。盖洛普研究发现，优秀经理人不仅是在择业过程中吸引千禧一代人才的重要因素，更是在实际工作中影响千禧一代员工敬业度的关键角色。盖洛普千禧一代研究发现，千禧一代员工希望经理人关注并满足他们四个最核心需求（见图 10）。相比传统的单纯业务导向性管理，这也对经理人的管理水平提出了更高的要求。

图 10：千禧一代员工对经理人提出的新要求



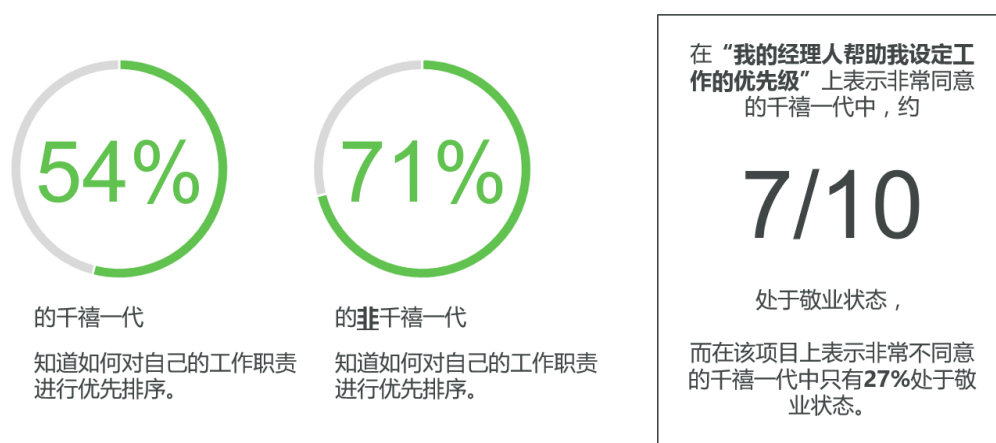
3.3.1. 更清晰的工作要求和更明确的优先级

盖洛普 2016 年千禧一代研究发现，仅有 54% 的千禧一代员工知道如何对自己的工作职责进行优先排序，而对于其他出生世代员工，这一数据达到了 71%（见图 11）。对于千禧一

代，经理人需要做的不仅是告知他们岗位说明书中所规定的工作职责，更重要的是与他们共同讨论工作期望、制定绩效目标，并与员工达成一致。一方面，清晰的工作要求、绩效目标让员工了解努力的方向，具备更加坚定的信念和决心；另一方面，也让员工知道如何更有效地分配自己的精力、管理自己的时间、设定合理明确的优先级，从而让工作更加富有成效。

研究发现，得到经理人帮助设定工作优先级的千禧一代员工中，70%处于敬业状态，而没有经理人此类帮助的千禧一代中仅有 27%处于敬业状态（见图 11）。

图 11：清晰的工作要求和明确的优先级帮助提升千禧一代的敬业度



3.3.2. 更充分的授权

在一些敬业度项目的深入访谈中，我们常常听到组织机构的领导者向我们抱怨现在的千禧一代缺乏责任心、担当感。然而，事实并非如此。盖洛普千禧一代研究发现千禧一代有很高的责任心和成就动机，这意味着他们希望承担更多的工作职责、完成更具挑战性的工作任务。然而，缺乏必要的授权是导致千禧一代责任心和成就动机无法得到充分体现和发挥的重要原因。组织机构中的经理人需要通过沟通的方式鼓励千禧一代员工对自己的工作和业绩指标负责，在充分讨论工作要求和绩效目标的基础上，对工作任务的执行过程进行充分的授权，以增强他们对自己工作的主人翁意识。

盖洛普千禧一代研究显示，56%表示经理人鼓励自己对工作负责的千禧一代在工作中处于敬业状态，而 59%表示经理人鼓励自己对自己业绩负责的千禧一代计划在当前的组织中工作至少一年（见图 12）。

图 12：提升主人翁意识有助于激励和保留千禧一代



3.3.3. 更多的学习和成长机会

与其他出生世代员工不同，最能吸引千禧一代求职者的首要关键因素是组织能否提供充足的学习和成长的机会。盖洛普研究显示，59%的千禧一代认为学习和成长的机会是吸引他们择业的首要因素（见图 13），而仅有 48%的千禧一代认为薪酬是他们在择业过程中需要考虑的重要因素。不仅如此，学习和成长机会对保留千禧一代人才也至关重要。研究显示，高达 87%的千禧一代员工认为当前工作中专业或职业上的成长和发展机会对他们来说是非常重要的。而事实上，仅有 39%的千禧一代表示在过去的 30 天里学到了新东西，33%表示他们最近在工作中得到了有价值的学习机会。

图 13：吸引千禧一代求职者的关键因素



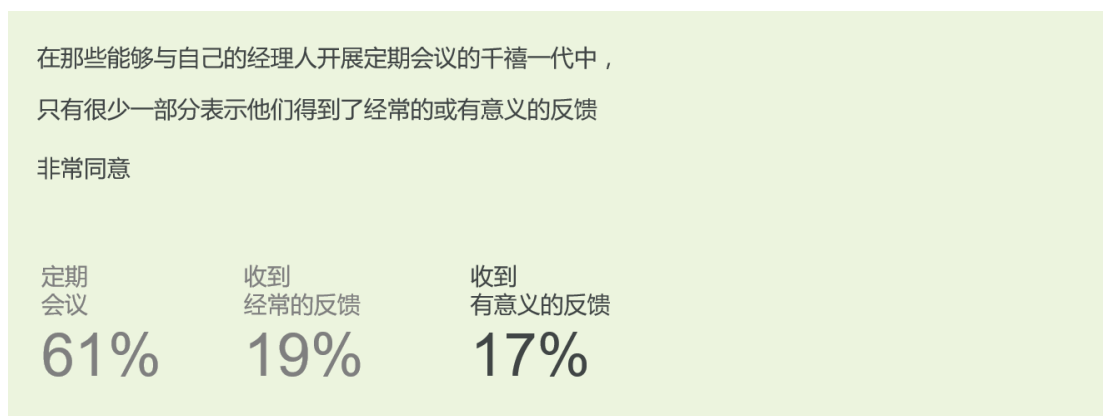
在千禧一代看来，成长与发展不仅是司龄的增长，更多的是心智的成熟、知识的增长、业务技能的提升以及视野的拓展。他们希望经理人给他们提供更多的辅导、指引，投资他们的未来，培养和提升他们的能力，鼓励他们的发展，并提供多渠道、多方式的学习机会。

3.3.4. 持续的反馈和有效的沟通

经理人与员工的关系很大程度上取决于他们在绩效管理过程中的互动、沟通和交流。沟通在管理学中一直是一个经典的话题，但在实践中却是一个难以有效执行的问题。在与客户合作的敬业度研究中，经常听到来自于员工的抱怨：“我们的绩效反馈就是一个形式。每次绩效考核后，我的经理人就给我一张反馈表，让我填写，但与我没有任何的沟通交流，告诉我如何改进提升，甚至不告诉我的绩效考核成绩是多少。”绩效反馈停留于形式主义，反馈对话持续性差，员工与经理人之间缺乏有效的沟通交流，是当前千禧一代员工管理面临的重大困境，也是影响他们敬业度的危险因素。

盖洛普研究发现，那些有机会与经理人开展定期会议的千禧一代员工的敬业度是没有开展定期会议的 2.2 倍。从表面上来看，与经理人持续的沟通对话，对于提升千禧一代员工的敬业度至关重要。然而，深入分析后发现，能够与经理人开展定期会议的千禧一代达到 61%，而在这些能够与经理人开展定期会议的千禧一代中，仅有 19% 认为他们收到了经常的反馈，而 17% 认为收到了有意义的反馈（见图 14）。

图 14：千禧一代得到的有效反馈



这一发现恰恰说明，大多数员工与经理人的定期会议内容很可能是业务导向的讨论而非绩效提升导向的对话，通过定期会议，员工很可能只是知道了下一步的工作计划和任务分配，而非如何提升自己的绩效水平以取得进步。

事实上，有效的绩效反馈和沟通应该是一个经理人与员工之间长期持续的辅导对话，这一对话并不一定必须围绕绩效考核成绩展开，也不一定必须每天进行，而应该是一种习惯性的管理沟通和行为，一种让员工得到持续反馈和建议的开放性对话。

结束语

千禧一代员工的有效管理已经成为了一个跨文化的全球性管理问题，也是众多正在高速发展的组织机构所面临的挑战。经济的发展、利润的增长，归根到底是人才的发展与成长，只有将管理工作中心放到“人”上，才能为组织机构长期持续的发展提供不懈的动力。诚然，组织文化的转变、敬业度的提升、管理水平的提高并不是一朝一夕就可以见效的“短平快”工程，而需要长期持续地投入、跟进和评估。关注千禧一代的需求，重视千禧一代管理的特殊性，是完善组织精细化管理、加速组织机构健康成长的重要里程碑。

参考文献:

Gallup (2016). 转型中的企业如何实现自我突破.

Gallup (2016). How Millennials Want to Work and Live: The Six Big Changes Leaders Have to Make.

OECD (2016). *OECD Factbook 2015-2016: Economic, Environmental and Social Statistics*. OECD Publishing, Paris. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1787/factbook-2015-en>

Pitt-Catsoupes, M., Sarkisian, N., Carapinha, R., Bhate, R., Lee, J., & Minnich, C. (2011). Effects of Country & Age on Work Engagement, Job Satisfaction & Organizational Commitment among Employees in China. The Center on Aging & Work, Boston College. Retrieved from https://www.bc.edu/content/dam/files/research_sites/agingandwork/pdf/publications/GOT_ChinaEmployee.pdf

Traron, M. (2014). The Impact of Psychological Contract Fulfillment on Employee Engagement in the Millennial Generation: The Moderating Effects of Generational Affiliation. Dissertation, Georgia State University, 2014. Retrieved from http://scholarworks.gsu.edu/bus_admin_diss/42

关于作者:



赵晋

盖洛普人才管理顾问