

3)

这还没完，为了更好地让员工成长，茑屋还鼓励他们走出公司，走进世界。

比如，茑屋就曾经派遣美食区员工，前往美国，探访“从农场到餐桌”运动的发起人，获取关于农产品方面的经验。你想想看，这对于设计师来说，是不是一个非常好的机会？

所有这三条都有一个核心理念，就是**鼓励员工在工作中遇见“未知数”**，目的就是让他们感受到成长，感受到茑屋作为一件“员工商品”起到的作用。

但是到这就产生了一个新问题，那就是：如何保证招来的人，恰好很在乎这些东西？如果你忙活了半天，发现对方并不在乎这些条件，怎么办？

请注意，从组织承诺到职业承诺的理论发展，并不是针对所有个体的解决方案，而是针对“最优秀员工”这个群体的。所以，茑屋书店的理念和经验，也只应该提供给那些最优秀的员工，而不是平均分配。增田自己就说，他不希望招到那些只想工作安定的人。

你看，这一讲的逻辑就是：**从长期来看，优秀的员工只忠于职业而不是忠于企业，所以企业必须要转变思路，让自己成为商品，为个体的职业发展服务。**

划重点

添加到笔记

1. 优秀的员工更忠于职业发展而不是雇主关系，对他们的激励，不要搞错方向；
2. 想让优秀的员工工作稳定，就要先帮助他们成为更优秀的人，这样你就能成为他自我发展的合作者，而不仅是一个雇主；
3. 有三种方法供你采用，可以参照茑屋书店的案例。



李育辉

当然我相信，你可能早就找到了自己的套路，你还知道什么激励优秀员工的方法？欢迎给我留言，我们下一讲再见。

← 前一篇

留言精选

课堂笔记

点击加载留言

Aa

字号



写留言



35



请朋友读