

2023年员工激励方案怎样最有效(精选9篇)

当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

员工激励方案怎样最有效篇一

一、激励理论的研究与发展，为员工激励带来了理论基础：

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。

二、员工激励要取得最佳效果，务必遵循以下原则：

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。

三、在激励理论与激励原则的指导下，激励措施异彩纷呈，殊途同归：

激励的原则的固定不变的，激励的形式和方法却千变万化，意趣无穷，任何企业都可结合经营管理的实际需要和特点，采取独具特色的激励办法，点燃团队激情。推荐以下几种激励方法和措施：

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。

员工激励方案怎样最有效篇二

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。

酒店不仅应让员工有充电的机会，并且有持续的充电机会，为每一个有需要的员工建立

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。

员工激励方案怎样最有效篇三

是指具有一定的工作经验并取得一定的工作成绩的应聘者。这一群体具有不易改变的习惯、自我中心的影响和一定的工作价值等特性。他们再择业或基于良好的地理位置与工作条件；或基于良好的职业发展机会与前景；或基于企业强大的生命力；或基于丰厚的薪酬福利待遇；或基于家庭的因素。与之对应的在激励上或提供便利的生活条件；或提供良好的职业发展机会，进行工作设计；或提供较高的薪酬福利。这种再择业的动机是复杂的，不是单一的，因此获取这样的动机至关重要。这就需要企业招聘者在面试过程中运用各种方式获取求职者的择业动机。

是指刚从学校毕业的应聘者。这类群体具有职业区空白、可塑性强、职业自我定位模糊、思维活跃、求知欲强、易于比较和表现等特性。从近几年就业状况调查来看，这类群体在择业时更看重的是良好的地理位置与工作条件、良好的资讯条件、较高的薪酬福利待遇和更好的培训与发展机会。因此在经过双向选择进入企业之后，企业更应根据各自的职业兴趣与专业为其提供良好的发展、锻炼机会和资讯获取渠道。尤其重要的是鉴于其经济上的拮据，根据其业绩提供其相对于市场中位甚至偏上的薪酬水平。正是因为很多企业忽略了这一点，认为“我的价位是最好的”，而导致了优秀毕业生的流失。

是指直接在企业内部岗位之间应聘的员工群体。这一群体具

有一定范围的组织社会化，已经接受了企业文化，但对于新岗位具有陌生性。对于这一群体的激励更应侧重于根据业绩的考核给予相应的荣誉感、成就感与物质激励。

充分分析不同类型新员工的入职动机，采用差异化的激励方式，在利用物质激励的同时，充分发挥非物质激励的效应，对提高整个新员工的价值效应具有不可估量的作用。希望以上愚见，能对人力资源激励实践有所借鉴。

员工激励方案怎样最有效篇四

很多企业都存在鞭打快牛的现象：很多业务骨干往往是越能干、承担的任务就越多，指标层层加码，去年超额完成，今年继续提高指标，结果经常是由于任务难度大，工作量大，让快牛不堪重负，没有喘息机会。相反，能力小的慢牛任务相对较小，工作轻松，干的少，干的不好也没什么处理。而很多这样企业往往存在着重罚不重奖的情况，错的多罚的多，快牛们干的多，犯错几率就多，多做多错，少做少错，能干的反而不如少干甚至吃闲饭的收入多。

古人云：“赏一人而万人悦之，赏之。”人聚财聚，人散财散，稳定了骨干员工，就是稳定了财富，稳定了企业，激励就会强化和鼓励企业的持续高绩效。

对业务骨干的激励种类繁多，可以从3个方面入手，极大地提高业务骨干的满意度：一是薪酬激励，二是目标激励，三是发展激励。薪酬激励是业务骨干安身立命的基础，目标激励给人工作动力，促使其不断超越，而发展激励是根本，让员工实现自身价值。三者之间是相辅相成，而且是不可逆的。通过这样的激励，既能满足员工现实需求，又能兼顾其未来发展，这样，鞭子不打，牛也照跑，优秀的人才越干越有劲。

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。

员工激励方案怎样最有效篇五

激励与奖励是对员工进行有效管理的最基本的组织手段，是留住人才、开发人才、发挥人才潜能的一项重要管理措施。增强员工主人翁意识和树立自动自发的工作风，对员工做出的成绩给予肯定和奖励。表扬先进，激励后进，关心员工日常生活，以促进企业经营发展和稳定员工队伍，实现双赢。

为此目的，特制定本实施办法。

二、适用范围

本实施办法适用于总公司及属下子公司、分公司所属全体员工。

三、奖励方式

- (1) 通报表扬；
- (2) 嘉奖；
- (3) 记功。

三、激励奖励情形与内容

- 1、年终绩效考核被评为公司年度优秀员工者；
- 2、年终绩效考核被评为公司年度优秀管理干部者；
- 3、年终绩效考核被评为公司年度优秀部门的；
- 5、不顾个人安危，敢于与危害公司利益的行为作斗争事迹突出者；
- 6、当公司出现非常灾害事故，积极勇敢救护公司财产及人员脱离危难者；
- 7、见义勇为，敢于与坏人坏事作斗争，为公司赢得良好社会信誉者；
- 9、引进项目并取得实际成果者，以项目合同金额的2%作为引进人的奖励；

10、提出合理化建议并被采纳，实施有价值作用并给公司管理或效益带来明显改变者；

12、在公司工作满半年以上的员工生日之日，公司给予该员工一天带薪休假；

13、在公司工作满半年以上的员工结婚，公司给予适当金额贺礼，以示祝贺；

14、在公司工作满半年以上的员工生病住院，公司给予适当金额的慰问品，以示慰问；

18、每一个年度公司组织员工省内旅游一次；每两个年度公司组织中高层管理人员（含连续两年被评为优秀员工的人员）省外旅游一次。

四、奖励程序

由员工所在部门上报行政人事部，经核实评定后上报公司总经理批准执行兑现。个人申报的应经所在部门确认签字后上报行政人事部核实评定，再上报公司总经理批准执行兑现。

上报材料需真实、可信，否则将对申报人进行问责。

五、奖励额度

（1）被评为年度优秀员工者，奖励1000—3000元；

（2）被评为年度优秀管理者，奖励1500—5000元；

（3）被评为年度优秀部门的，奖励5000—10000元；

（4）受到公司通报表扬者，奖励200—500元；

（5）受到公司嘉奖者，奖励500—1000元；

(6) 受到公司给予记功者，奖励20xx—10000元；

(8) 不限于本办法规定情形但应给予奖励表彰者，公司视情形酌情给予适当奖励。

六、附则

- 1、本实施办法经总经理审核批准后即时执行。
- 2、本实施办法由人力资源部负责解释，并具体监督执行。

员工激励方案怎样最有效篇六

针对公司目前员工工作效率低下，员工心态不稳，士气低迷等问题。因此试图制订相关激励措施，本方案本着精神激励为主，适度配合物质激励的原则。

由生产经理及相关领导共同确定各岗位的岗位职责，明确告知员工应从事的工作以及由生产经理与员工一齐结合员工目前的工作效率及设备额定产能设定超产奖，对于超出额定产量的员工给予相应奖励（金钱、礼品、口头表扬或言语鼓励）。对与达不到目标的员工应适度安慰并给予帮忙，比方说培训等，帮忙员工到达工作目标。

此措施可能达成的效果：1属员工自我激励，超额完成目标的员工会增加自豪感及收入从而增加工作热情。2、完不成目标的员工在被安慰的状况下会更加努力工作。

对于某些不涉及公司原则的问题决定时（如食堂服务、饭菜质量、某些辅助生产工具是否合手省力、某些设备部件是否更换等问题）以及制定生产方面某些规定时，可挑选1~2名员工参与讨论，听取员工意见。

此措施可能达成的效果：1、员工感觉自我受公司重视可增强

工作用心性。2、便于了解第一线员工的思想。3、可证明公司制度是在了解员工想法以后制定的体现公平及人本思想。4、实际操作的员工对设备以及操作强度等可改善之处提出的意见相对实际杜绝纸上谈兵。

公司可分季度评选优秀员工，具体评选方法可根据员工工作绩效、工作态度、出勤状况等。从员工中挑选出2~3名表现良好的员工，颁发优秀员工奖状及给予必须的物质奖励。

（以3名为列奖励可为1等奖50元人民币、2等奖30元人民币、3等奖20元人民币，奖励以加班工资的形式发放）但要注意评选的公平性，否则会起反效果。

此措施可能达成的效果：1、荣誉激励及物质激励结合的方式可提升员工用心性。2、为评上优秀员工可在员工中间构成竞争，提升工作用心性。3、被评上优秀员工的人稳定性会增强。

每位员工生日时，由公司总经理或基地厂长签发员工生日贺卡，表达对员工的祝福。此措施可能达成的效果：1、员工感觉受公司重视。2、总经理鼓励会增强员工工作热情。

对于员工工资可制定工龄工资，在本公司每工作满一年的员工每月可给予25元的工龄工资。每满两年的员工给予每月给予50元的工龄工资，依此类推工龄工资200元封顶。此措施可能达成的效果：工龄工资便于员工长期在公司工作，以及防止培训出来的熟练工跳槽。

透过培训的形式告知员工工作是为自我的，有潜力的员工公司会为其带给广阔的发展空

间以及相对应的薪酬。公司看重的不是学历、性别等其他因数。任何人只要肯努力在公司都有发展的机会。把公司的目标和员工的目标相结合。

此措施可能达成的效果：不一样于其他没有企业文化激励的

企业，会是一种比较个性的方式。

目前能耗太高，能够根据目前每吨相应产品电耗、气耗与额定电耗、气耗结合设定激励，在某一个标准下，节约电费、气费以必须的比例返给员工。（奖励以加班工资的形式发放）此措施可能达成的效果：1、提高员工用心性及对企业的归属感。2、公司相应利润到达了提升。

对于连续两个月达不到公司最低计件标准的员工，结合其平时工作表现（包括考勤、工作态度等）给予转岗或辞退处理。（很多员工都在谈论其他公司待遇好，但真正好处上没有几个工人愿意辞职，员工的年龄决定了他们需要的是稳定，加之工资高的公司管理上比我们严格得多，他们会不适应。）

此措施可能达成的效果：1、反向激励使员工明白不努力就要被淘汰。2、对于工作效率很低下的员工是一种激励。3、可结合目标激励一齐执行。

1、当员工出色完成工作时，经理当面表示肯定祝贺。2、经理还就应公开表彰员工，引起更多员工的关注和赞许。3、管理者在对员工进行鼓励时，就应鼓励其工作成果，而不是工作过程。

此措施可能达成的效果：让员工觉得领导对其工作是认可的，提高用心性。

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。

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。

激励的原则的固定不变的，激励的形式和方法却千变万化，意趣无穷，任何企业都可结合经营管理的实际需要和特点，采取独具特色的激励办法，点燃团队激情。推荐以下几种激励方法和措施：

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，激励效果也截然不一样，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。

员工激励方案怎样最有效篇七

福特汽车公司在全公司推行员工购买计划，以方便员工拥有本厂出产的汽车。

企业管理者不厌其烦向员工宣讲本公司的愿景，并自我标榜我们是最棒的。

公司给予员工充分的关注和认同，公开赞扬他们的成就，推

行各种培训计划以促使他们的能力得到进一步提高。

我们身边的企业中不泛这类活动，这些看似毫不相干的活动其实并不是彼此孤立的，他们拥有一个共同的内核，那就是内部营销。

人们通常把营销理解为针对外部客户所进行的营销，这是一般意义上的营销，内部营销与外部营销一样，是改变人们的思维，态度和行动的过程，两者的区别在于目标的不同，内部营销的目标是组织中的员工，即是内部客户。

对内部客户的关注是开始于20世纪80年代，克里斯蒂安·格朗路斯可能是最早对内部营销作出定义的人，意思是把公司推销给被看作是内部消费的的员工。员工的满意度越高，越有可能建成一个以顾客和市场为导向的公司，后来，他将这一个概念进一步扩展，主张以一种顾客积极的通过营销方式进行的，互相协调的方法来推动公司内部职员为顾客创造更好的服务。内部营销的实质是在企业能够成功地达到有关外部市场的目标之前，必须有效的运作企业和员工间的内部交换，使员工认同企业的价值观，使企业为员工服务，在过去10年，西方学者大多倾向于认为内部营销是从营销的角度进行人力资源管理的一种哲学。

员工激励方案怎样最有效篇八

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。

员工激励方案范文汇总十篇

有关员工激励方案范文十篇

工作激励方案

公司激励方案模板

销售团队激励方案

员工福利方案范文汇编五篇

员工福利方案范文汇编九篇

商机转介激励方案

员工激励方案怎样最有效篇九

目的是让员工了解和清楚团队在一个时期的销售情况、重要交易、经营业绩、重大事项等，尤其是那些具有振奋人心的合同、业绩、人物、事件等，通过定期的团队沟通，在很大程度上鼓励和刺激员工，激发大家的荣誉感和归属感，提升大家的士气。沟通频率可以根据各团队具体情况而定。

上下级沟通须把握并非“独角戏”，而是“交际舞”的原则，要求主管一方面能够循循善诱，让员工打开心扉，畅谈工作中、思想上的问题与建议；另一方面，能开诚布公，畅所欲言。不仅可以帮助解决工作中存在和潜在的问题，更能激发吊嗓工的工作热情，对形成和谐团队起到推动作用。

没有人喜欢平庸，尤其是年轻、干劲足的员工，富有挑战性的工作所带来的成功和满足感甚至会大于经济物质奖励的激励作用。因此，适当授权，让员工有机会参与更复杂、难度更大的工作，不仅是对员工的培养和锻炼，而且还有利于提高员工满意度。

对于新员工来说，熟悉企业各项制度、掌握有效的工作方法、对企业文化的认同程度主要取决于老员工对新员工的接纳程度。采取“导师”制度，由一名老员工带一名新员工，不仅可以帮助新员工快速熟悉岗位职责和技能要求，而且对老员工也起到良好的激励作用。从心理学角度来分析，选择老员工做“导师”既是企业对老员工的重视和尊敬，也使老员工在心理上产生一种满足感和荣誉感。

企业目标管理是自上而下进行的，优点是可以将企业目标层层分解，落实到部门和岗位，缺点是缺乏灵活性。目标相对比较固定，若因外界环境的变化导致目标不可行或无法完成，易引起考核者与被考核者之间的矛盾。所以为了解决这类矛盾因素，管理者就要充分授权，给予员工更大的权利和自主空间，可以让员工制定弹性的工作计划，自己来安排完成目

标的时间和方式，也可以在一定程度内进行目标调整，从而充分调动员工的积极性，激发员工的工作热情和创造性。

企业可以组建各种兴趣小组或者俱乐部，并定期或不定期举行一些活动。也可以考虑与客户一同举办，这样不仅可以很好的增加各部门之间员工交流，提高组织的和谐度和凝聚力。而且可以增进员工之间的交流与合作，改善与客户关系。有利于增进沟通，提高员工满意度，培养团队精神，塑造团队文化。

为方便员工工作和生活，企业可以办一些福利性的机构和设施，也可以根据企业情况，量力而行，或者与外部机构合作，例如：便利店、班车、饮水间、休息室、心理咨询等，既可以使企业不要分散自己在主营业务上的资源和精力，而且还有利于提高员工的工作满意度和对企业的归属感。

积极向上的工作环境，需要自强不息的员工。行为科学认为，激励可以激发人的动机，使其内心渴求成功，产生推动人朝着期望目标不断努力的内在动力，不过在实施激励之前，企业应该清楚，激励应该想达到什么目标。

1. 为员工提供一份挑战性的工作。按部就班的工作最能消磨斗志，公司想要员工有振奋表现，必须是工作富于挑战。

接下来便是：

2. 确保员工得到相应的工具，以便把工作做到最好。拥有本行业最先进的工具，员工便会自豪地夸耀自己的工作，这夸耀中就蕴藏着巨大的激励作用。

在项目、任务的实施的整个过场中，企业应当：

3. 为员工出色完成工作提供信息。这些信息包括公司的整体目标及任务，需要专门部门完成的工作及员工个人必须看重

解决具体问题。

做实际工作的员工是这项工作的专家，所以，企业必须：

4. 听取员工的意见，邀请他们参与制订与其工作相关的决策，并与之坦诚交流。如果把这种坦诚交流和双方信息共享变成经营过程中不可缺少的一部分，激励作用就更明显了。因为公司应当：

5. 建立便于各方面交流的问题、诉说关心的事，或者获得问题答复。有人做过一项调查，让1500名员工身处不同工作环境，以求找出有效的激励因素。研究表明，最有效的因素之一就是：

6. 当员工完成工作时，当面表示祝贺。这种祝贺要来得及时，也要说得具体。

如果不能亲自表示祝贺，经理应该：

7. 写张便条，赞扬员工的良好表现。书面形式的祝贺能使员工看得见经理的赏识，那份“美滋滋的感受”更会持久一些。

公司的表彰能加速激发员工渴求成功的欲望，经理应该：

8. 当众表扬员工。这就等于告诉他，他的业绩值得所有人关注和赞许。

如今，许多公司视团队协作为生命，因此，表彰时不要忘了团队成员，应当：

9. 开会庆祝，鼓舞士气。庆祝会不必太隆重，只要及时让团队知道他们的工作相当出色就行了。

10. 经常与手下员工保持联系。学者格拉曼认为：跟你闲聊，我投入的是最宝贵的资产：时间，这表明我很关心你的工作。

此外，公司文化的影响也不容易忽视，公司要是缺少积极向上的工作环境，不防把一下措施融合起来，善加利用。首先是：

11. 了解员工的实际困难与个人需求，设法满足。这会大大调动员工的积极性。

如今，人们越来越多地谈到按工作表现管理员工，但真正做到：

12. 以业绩为标准提拔员工仍然可称得上一项变革。凭资历提拔的司太多，这种方法不但不能鼓励员工争创佳绩，反而会养成他们坐等观望的态度。

谈到工作业绩，公司应该：

13. 制订一整套内部提拔员工的标准。员工的事业上有许多想做并能够做的事，公司到底给他们提供了多少机会实现这些目标？最终员工会根据公司提供的这些机会来衡量公司对他们的投入。

许多人认为，工作既是谋生的手段，也是与人交往的机会，公司如果：

14. 洋溢社区般的气息。就说明公司已尽心竭力要建立一种人人欲为之效力的组织结构。背后捅刀子，窝里斗、士气低落会使最有成功欲的人也变得死气沉沉。

当今许多文学作品贬低金钱的意义，但金钱的激励作用还是不可忽视的。要想使金钱发挥最大作用。

15. 员工的薪水必须具有竞争性。记要依员工的实际贡献来确定其报酬。

上面这些方法其实并没有什么创新，所谓激励员工，说白了就是尊重员工，这也是当今已近精疲力竭、麻木不仁的员工所需要的。