

# 精英创富战略 赢在人才与创新



每个人心中都有一个创业梦。身在职场,不论是对工作现状的不满,还是对梦想的执着追求,每个人都渴望能拥有属于自己的事业。然而,最终创业成功者只是凤毛麟角。与此同时,在职场的另一头,那些实力雄厚的大型企业也迫切希望在茫茫人海中找到符合需求的精英人才。而对于汽车这个快速发展的行业,人才仍是目前制约市场发展的重要因素。

近日,东风日产精英创富战略的推出,为解决这一矛盾提供了新的思路。在东风日产宣布将通过《老板是怎样炼成的》栏目在全社会选拔创业人才之后,投身东风日产“精英店”当老板,迅速成为了职场热议的话题。对此,行业专家点评说:“东风日产适时开展‘精英创富’,实质是赢在了人才与创新上面。”

## 多方创新,发展之源

“领先半步”一直是东风日产奉行的重要策略。无论是创新的营销手段、创新的管理模式,还是创新技术打造的产品,东风日产的“创新”都得到了消费者的充分认可。对东风日产而言,创新就是不断挑战最高目标,积极进行多方创新,是企业持续高速发展的源动力。

近年来,秉承不断创新的发展观,东风日产形成了具有创新意义的管理模式,建立了品牌轴、地区轴和职能轴的三维组织架构。在地区维度有东西南北四大地区营销部,品牌维度有NISSAN和启辰,职能有市场部、销售部,以及数字营销部等等,使企业的组织架构更加扁平化,让管理更高效灵活,响应速度更快,为东风日产带来高水平的决策力和高素质的执行力。

另一方面,通过九年的发展,东风日产的创新营销已闻名遐迩。纵观市场大环境,消费者已经对“降价营销”、“饥饿营销”产生了一定的免疫力,相比铺天盖地的汽车广告,他们更乐于接受东风日产独具匠心的营销手段,从中感受企业及产品的内涵与特色。

东风日产的创新营销典范早已不胜枚举。新骊威家族上市时的“秒杀”活动,以及奇骏、逍客的“超级球迷”活动,均在抢占市场份额和深化产品形象上大获成功。东风日产紧抓“创新”二字,每一次营销活动都直面目标人群的兴趣点,这对东风日产的发展和腾飞起到了至关重要的推动作用。

可以说,通过精英创富战略,人们再一次看到了东风日产别具一格的“创新”手段。对行业而言,精英创富战略创造了汽车行业全新的渠道开

拓模式,进一步加快了东风日产对三四线城市市场的深耕拓展。对社会而言,东风日产与天津卫视强强联手,打造《老板是怎样炼成的》这一全新职场栏目,为精英创富战略广招社会精英人才,将有望掀起社会对三四线城市人才、经济发展的广泛关注。

本次与天津卫视的强强联手,是东风日产继“百万年薪”招募营销总监之后,又一次创新的全国大型职场赛事。东风日产希望通过本次大赛,以前所未有的方式,广泛招募社会精英人才,为有创业梦想却苦于没有机遇的社会精英,以及在企业发展中遇到瓶颈的职场精英,提供一个施展才能的广阔舞台。

“借助‘精英创富战略’,我们希望能够吸纳、扶持社会精英人才共同发展和开拓具有深厚潜力的‘蓝海市场’,以‘领先半步’的策略占据市场高点和先机。更重要的是,作为行业的领军型企业,我们甘当先锋军,以东风日产的创新来引领和推动行业的创新,以我们的实力和能力为有效解决渠道下沉、三四线营销困局进行尝试,为中国汽车产业的下一个繁荣十年注入新的力量。”东风日产副总经理任勇表示。

行业专家表示,“东风日产正以一种全新的方式激励社会优秀人才自主创业和创富,也将引发整个社会对人才价值观、及三四线城市发展的深度思考。”不难看出,人才和创新的“双赢”,正是东风日产敢言“2012年东风日产的产销目标将突破100万辆”的底气所在。精英创富战略为企业打开了更广阔的市场,使得这一宏图大志必然实现有期。

## 企业竞争,赢在人才

三地四厂的生产基地、完善的产品布局、近20%的年销量增长率……在近几年不断发展壮大的过程中,东风日产已经成为汽车行业的标杆型企业,而在东风日产市场销售总部副总部长杨嵩看来,决定这一切的根本所在,是“人”。

“人”是成功企业中最重要元素,看待团队的能力往往要先看人的能力。这几年行业发展非常快,东风日产的4S店每年都在增加,全行业总共要增加几千家,所以汽车行业真的很缺乏人才。”杨嵩表示。

纵观如今的汽车行业,企业间竞争激烈,一线城市的市场相对饱和,于是各厂商纷纷把目光投向三四线城市的肥沃市场。但是,缺乏人才管理成为各个企业面临的共同问题。在众多企业仍在望洋兴叹之际,东风日产率先向这一困难发起挑战,可见面对新一轮的市场竞争,东风日产已经做好了充分的准备。

精英创富战略,是东风日产面向全社会、全行业招募创富精英人才的全新渠道开拓模式。在精英创富战略中,东风日产将作为天使投资人,帮助创富精英

实现创业的梦想。具体而言,是指东风日产将与创富精英合作,开设一家拥有正式品牌授权的东风日产“精英店”,使其成为东风日产旗下全系产品的汽车经销商,让精英创富的梦想与现实更为接近。

东风日产“精英店”的投资规模在300万~500万元左右,创富精英个人只需出资50万~60万元。在“精英店”成立初期,“精英店”股份比例将按照创富精英个人和东风日产的实际投入金额比例来确定。在日常的经营过程中,作为小股东的创富精英将完全享有自主经营的权力,东风日产只对精英店进行财务监管。此外,东风日产还会为“精英店”提供流动资金、管理咨询等全方位的业务运营支持。

不仅如此,“精英店”所有的经营利润将在“精英店”的公司账面积累,当“精英店”利润累积到一定的额度,创富精英就可以使用“精英店”的盈利所得回购东风日产在“精英店”中所占的部分股权,从而实现对“精英店”的控股,真正成为“精英店”的老板。

在创富精英实现股权回购后,东风日产仍将在“精英店”中

保留少量的股份,与创富精英继续保持战略合作的关系,并持续为“精英店”提供运营支持和保障,从而提高“精英店”的抗风险能力,确保“精英店”实现长期、稳定的发展。

杨嵩表示,“东风日产推出精英创富战略,是基于人才战略的考虑,三四线城市的开发需要大量人才去管理。”东风日产希望将企业打造成最具吸引力的精英平台,给业内精英提供职业发展捷径,携手精英,实现共同创富的理想。“精英店”的全新模式,为解决区域市场的人才问题和销售、服务问题提供了新的思路。在发展三四线城市网点的同时,更能吸引人才向三四线城市回流,有望真正盘活市场。

作为近年来增长速度最为迅猛的汽车企业,东风日产十分重视人才的综合能力,在精英创富活动的逐级严格筛选中,将综合考评挑战者的执行能力、思考与学习能力、团队协作与领导能力、专业技能等各方面能力。而在精英店的操作上,东风日产也将以最大的诚意,给予人才最大的自由,使其成为精英店真正的“老板”。

