

创新的人才培养模式 构建优质企业文化

——雅仕维人才管理之道

雅仕维传媒集团

随着中国户外广告的稳步发展，市场竞争愈加激烈，严峻的挑战和革新的机遇并存，如何运用科学及创新的方式培养人才，是许多企业重视的问题，在当今互联网及高新科技的背景下，时代也赋予了其新的含义。

雅仕维传媒集团始终坚信，人才是企业发展之源、成功之本，集团紧跟市场变化推出了若干新颖的人才管理模式。与传统培训不同的是，新模式具有很强的连续性、适应性、全员性，从各方面调动员工的积极性，激发他们的工作热情，使员工化被动为主动，加强自我学习的能力，为企业发展注入强大的生命力。

融合互联网和知识库，推出网络学习平台

如今，网络是最流行最便捷的交流方式，而企业的知识库是企业的核心竞争力之一，雅仕维将二者结合，创建网络学习平台以满足集团化的学习要求，持续推进雅仕维人才梯队。集团提倡员工随时随地学习和分享，以达到把员工理想纳入企业发展的目的，并营造良好的学习气氛。

建立网络学习平台对于雅仕维的人才管理有着重要的意义，25年来，雅仕维拥有19家分布在不同地区的分公司，以往的学习需要耗费一定的时间成本和人力成本。学习平台打破了时空界限，使信息的传递不再受限制，每位员工可以依据个人情况来安排学习的时间和地点。

在注意到网络学习个性化的同时，雅仕维也提倡资源共享，注重扩大学习主体间的多层次、多方位、多角度的交流与合作。为了确保学员获得全面、前沿和正确的信息，平台

的课程包罗万象，如地铁及机场学习内刊、市场资源宝库、各地优秀案例解析等。集团会根据不同的岗位类型设置必修课程与拓展课程，这种学习机制打破了部门及层级，让全体员工可以掌握与自己相关的专业技能，亦能了解其他部门精心分享的内容，促使每位雅仕维人成为复合型人才，使企业在市场竞争中拔得头筹。

此外，雅仕维还依托平台构建业务圈，通过开启话题的方式，增强全国各地的交流和互动，在交流中，每位员工对业务问题进行更深层的思考，与全国各地的同仁一起分享学习成果，共同努力打造户外媒体行业的专业团队。在后期



雅仕维网络学习平台界面

的反馈和跟踪上，雅仕维会定期对员工的学习情况、考试成绩进行统计，并将结果作为绩效考核的重要依据，促进员工积极、认真地参加学习。

全员拥抱互联网，持续开发最强大脑

过去，户外广告行业关注的更多是媒体类型是否新颖、覆盖人群是否细分；而现在，随着数字技术和互联网发展，户外媒体的新颖需要在互动性、创意场景等多角度去体现。雅仕维为了鼓励员工积极拥抱互联网，倡导大家对市场、产品、用户等进行重新思考，探讨如何通过新技术帮助业务增加价值与服务，由此提升客户媒体价值及广告效益。

去年第一季《最强大脑》在集团内引起热烈反响，在全员期待之下迎来了第二季。此次的讨论氛围比之前更为浓厚：就集团内部而言，大家除了会讨论最近接触到的技术和国内外的经典案例，更可以看到各地分享关于客户和运营等方面的经验，管理层和部门员工形成了自上而下的影响力；对集团外部而言，由于参赛成员均为雅仕维的中坚力量，能大量接触到大客户、潜在客户及业主，对雅仕维品牌的传播和维护有着强而有力的推动作用。

通过这类交流性比赛，雅仕维更加深入地了解在大数据时代下，户外广告更趋精准化、个性化，有助于员工掌握户外广告的整体趋势，能够在执行业务时更有效地提高媒体达到率。未来，集团还将推行更多期的《最强大脑》，激发大家的创意思维，更自信地迎接市场挑战。



扫码查看最强大脑第二季精彩视频

成立创新科技部，团队升级创引前行

近年来，户外广告的发展进入一个新的阶段，更残酷的竞争已经开始，市场的全面开发、市场成熟度的提高、媒介环境的复杂化，这些因素共同构成了新的背景，创新和新技术

的应用显得尤为重要。

为更好地迎接数码户外广告的新机遇，雅仕维与时俱进，在原有的市场推广、经营管理、运营及财务四大支柱的基础上，去年成立了集团创新及科技中心（英文全称：Central Innovation and Technology Unit，简称CTU），通过创新科技升级为五大支柱，全力推动媒体技术的进步，在产品到业务的模式上开创新局面，结合大数据运用、程序化购买等创新元素，将更多技术投放在广告方案上，这也预示着雅仕维从传统技术到创新技术的升华。



雅仕维五大支柱各司其职互相配合

多角度全方位培训，横向触达各部门

在开展培训活动中，雅仕维结合其资源优势、员工特点及培训内容，以交流、讨论、讲演、个案分析等多种培训方式，采用启发与引导的手段，寓教于乐，以此来增强培训效果，实现业绩的提升。

至今，雅仕维已成功举办了三届全国地铁培训交流会，启发员工用引导式的创意思维提升产品竞争力，市场部开设的脑力实践 Workshop 从“客户拒绝投放的理由”出发，分析客户实际需要，量身定做媒体策略，融合创意概念推行方案。

交流会上每个部门都从不同角度展开讨论：部门负责人分析宏观市场，讲述对广告行业的展望及开拓客户的方向；市场部剖析各地市场最新发展概况，深入了解各地媒体环境、加强产品卖点，借以提高市场专业能力。会上特设比稿

环节，精英团队发挥无限创意，秉承雅仕维创新精神设计出一系列极具深意的广告，带给大家创新思维的冲击。



第三届全国地铁培训交流会

除了市场相关的培训之外，雅仕维还注重对员工进行专项业务培训，以辅助他们的项目执行。随着国家对广告行业经营日益严格规范，对广告从业者提出了更高的业务要求，雅仕维去年邀请上海市工商局协助举办“雅仕维传媒集团广告法律法规培训会议”。自2015年新《广告法》颁布实施以来，经过两年的业务实践，集团已经积累了可供分析的实践经验，通过此次更具专业性的讲座，让大家对目前广告市场上存在的突出问题、违法广告的特点有了深入的认识，并以此为契机，进一步增强集团上下对广告板块的法务意识。



集团特邀专家举办广告法律法规培训会议

雅仕维针对其他非业务部门，同样进行全面的培训计划，作为五大支柱之一的财务部门，负责管理及安排集团的

投资、资金及现金管理活动，以确保财务申报、财务管理及成本控制措施符合政策。为加强财务人员财务风险的了解，集团特邀外部培训讲师进行发票风险管理的专题培训，使每位相关人员明确发票新政和稽查管理新手段，掌握各岗位发票管理的职责、规范和风险，了解违法违规行为所导致的后果，积极推进集团广告业务的健康发展。

深度理解空间管理，垂直系统化培训

面对互联网及手机应用程序广告的兴起，雅仕维通过“空间管理”模式维持其市场领导地位，其成功离不开集团围绕“空间管理”开展的系统化培训。

去年雅仕维在云南进行空间管理及一体化营销研讨会，旨在更好地贯彻空间管理及一体化营销策略，推动集团变革创新，与会人员积极讨论在国家“一带一路”及“长江经济带”两大战略形势下，雅仕维“空间管理”该采取哪些经营战略。各代表围绕“创新与变革”的主题，结合各公司实例，提出集团一体化营销发展的思路，进一步促进资源利用及价值转化。

雅仕维传媒集团董事长林德兴先生亲临现场指导解答，鼓励各分公司在一体化营销及广告和商业融合领域不断创新和进步，从户外广告1.0迈向户外广告2.0，从简单的销售广告牌成长为专业的户外广告职业人员，真正实现集团各分子公司资源大融合、客户大联动、成果大共享的发展新格局，以云南公司为试点，开创雅仕维传媒集团“一体化营销”的新局面。



雅仕维在云南举行空间管理及一体化营销研讨会



林德兴先生亲临现场给予指导建议

此外，市场团队还启动了“空间管理专题培训月”，在各分公司进行巡讲，强化分析空间管理的概念、执行推广与实践运用。每周由市场部拟定主题，协同行政部安排销售培训，从基础到时事，在充分了解自身媒体的基础上，增加销售间的交流，也借此机会分享雅仕维最新的地铁及机场等项目，员工了解后亦能进行二次传播，全面释放“空间管理”的能量。



集团市场部在上海公司进行空间管理培训

多维度关爱员工，焕发团队新活力

繁忙的工作之余，雅仕维开展一系列员工所需的关爱活动，激发热爱生活、热爱岗位的工作热情，以此增强员工对集团的认同感、归属感和忠诚度，促进团队焕发出新的活力。比如集合“寿星”进行全体庆生，组织集体出游踏青，开展各类运动比赛，节假日为员工送上祝福与礼物等，从而培养了良好的团队合作精神。

在活动中大家心相通、情相融，既丰富了员工的精神文化生活，同时也增进同事之间的沟通交流、相互了解，为以后的工作提供支持，更坚定员工与公司同步成长、同步发展的信心。



浙江分公司春季踏青聚会



深圳分公司参加马拉松比赛

雅仕维传媒集团深知，一个真正优秀的企业，会把员工的个人追求融入到企业的长远发展之中，为每位员工的发展创造条件，让每一个理想都在企业文化中得到升华。集团发展至今，不断通过各种创新的培训活动和实际工作的锻炼，提高员工的专业水平，提升个人素质。在未来，雅仕维依然会在人才管理的模式上不断创新、追求卓越，并在业务上结合创新与科技元素，充分发挥集团户外媒体资源的价值，继续占领户外广告行业的领先地位，砥砺前行。ACM

责任编辑：郑鑫，微信号：zaFSH1982