



合益管理咨询（上海）有限公司

企业详情

企业官方注册名称：合益管理咨询（上海）有限公司

企业常用简称（英文）：Korn Ferry

企业常用简称（中文）：光辉国际

所属国家：总部位于美国

中国总部地址：上海市湖滨路222号领展企业天地21楼

网址：www.kornferry.com

所属行业类别：其他：管理咨询

在中国成立日期：2000年

中国雇员人数：280

业务详情

1、主要客户所在行业：快速消费品/汽车及零部件/互联网与游戏业/机械制造/化工与石化

2、曾服务过的客户案例

客户案例一：

所提供的服务类别	薪酬与福利咨询
客户公司性质	国有
客户公司行业	建筑业
客户当时的需求	<p>需求：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 增量基础上的企业与员工双赢 2) 匹配客户导向的组织机构转型的需要 3) 保留业务发展所需的核心群体与核心资源 4) 在企业内部创造一套自循环的基于价值贡献的分配体系 <p>性格：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 匹配组织转型，对激励总额的来源与提取方式、分配方式进行



	<p>转变，体现以横向为基础的组织型激励</p> <p>2. 配合组织转型的分步走落地，区别关键角色定位、调整绩效考核导向</p> <p>3. 在总额的内部分配中，体现不同角色的价值贡献、突出团队负责人在认可贡献过程中的作用</p>
具体服务内容	<p>一. 确立优势资源集聚的战区：形成以专项为主线的运营实体，内部构建经营队伍与规模结构合理的团队资源池</p> <p>二. 建立协同机构：短期围绕交付协同职能平台资源，中长期围绕窗口机会布局战略优势资源</p> <p>三. 重构关键角色的成长激励机制：角色分离、责任到位、深入市场，配套适配层级角色的绩效考核、激励分配与成长机制</p>
服务成果	<p>1 运营模式重塑 通过对未来发展愿景的理解与外部市场优秀实践的借鉴，确认了组织发展的愿景模式，并形成相应实施路线以及一年内的聚焦要点</p> <p>2 协同机制确立 综合考虑现状与愿景差异，采用“分步走”的方式，确立各个层面的横向协同机制</p> <p>3 关键角色设计 针对组织转型的运营模式，重新定义各类关键角色，明确其在价值链环节中的核心作用，构建人才成长的跑道</p> <p>4 考核激励优化 对关键角色进行考核与激励方式的优化，有利于人才活力激发、人员能力提升</p>

客户案例二：

所提供的服务类别	薪酬与福利咨询
客户公司性质	民营
客户公司行业	住宿与餐饮业
客户当时的需求	<p>1) 公司计划在2018年下半年完成A股上市，这对公司内部的管理要求提出了新的要求和挑战；</p> <p>2) 公司的业务形态呈现出多元化发展的特点，除现有的旅游景区管理、酒店与餐饮运营外，公司未来会在旅游小镇以及管理输出等领域进行快速扩张；</p> <p>3) 公司现有人力资源管理体系急需迭代升级，现阶段在解决人员流失、外部高端人才引入等方面缺乏制度层面强有力的支撑，一定程度上制约了公司人才战略的长期可持续发展</p>
具体服务内容	<p>岗位价值体系建立：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 基于现阶段岗位架构进行岗位梳理以及岗位职责的明确 ● 引入以价值贡献为导向的岗位评估体系 <p>薪酬体系优化</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 明确适配公司未来战略发展的付薪理念；



	<ul style="list-style-type: none"> ● 建立以市场导向的，以岗位价值为基础的薪酬体系，对各层级薪酬水平、薪酬结构进行优化设计；
服务成果	<ol style="list-style-type: none"> 1. 对客户现有岗位体系进行梳理，并通过全公司范围的培训实现了对岗位职责的明确与优化，从而加强了客户内部的岗位管理能力。 2. 通过一系列成功建立了以价值贡献为导向的岗位评估体系，实现了客户岗位管理能力的系统化升级 3. 通过对海南当地市场及行业领先企业的薪酬对标，明确了客户现阶段薪酬的市场定位。在此基础上结合客户现阶段的战略发展思路，建立了符合公司人才发展诉求、以市场为导向的岗位价值薪酬体系

客户案例三：

所提供的服务类别	薪酬与福利咨询
客户公司性质	合资
客户公司行业	电子电气
客户当时的需求	<p>需求：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 随着公司解决方案的复杂化，为了更加快速高效地应对客户需求，公司从原有的职能型组织结构开始向矩阵式组织架构转型，需要匹配相应的激励机制和管理机制； 2) 随着公司服务客户分布地域逐渐广泛，公司开始在全国各地区开设分子公司，为了发挥分子公司作为总部的业务延伸，在各区域市场实现客户开发、运营、服务的职能，需要匹配相应的激励机制管理机制；
具体服务内容	<p>一、 匹配全产品生命周期的横向激励机制</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 明确产品中心定位，并厘清产品中心和职能条线之间的职责切分 2) 明确产品中心与职能条线之间的矩阵模式 3) 优化管理机制，匹配相应的考核权、分配权和人事权 <p>二、 纵向总部与区域公司的激励机制</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 明确分子公司定位和与总部之间的职责切分 2) 明确分子公司的管控模式和各条线的管控模式 3) 匹配分子公司各条线的考核权、分配权和人事权。
服务成果	<p>一、 产品中心的考核机制</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 通过核心管理层研讨，共识产品中心与职能条线之间“弱矩阵”的矩阵模式，并澄清了在矩阵架构运行过程中存在的问题点； 2) 为产品中心匹配了合理的考核权限（包括考核指标设定、绩效反馈、绩效考核、绩效辅导等），促进职能部门对于产品中心的支持与配合 3) 为产品中心匹配了合理的奖金分配权，增设了“产品线特别奖”，引导员工加强对于产品线的重视与投入；



	<p>4) 为产品中心匹配合理的人事权，在人员晋升和淘汰过程中具有建议权，督促员工在产品线相关工作中卓越表现；</p> <p>二、 分子公司的考核机制</p> <p>1) 通过核心管理层研讨，共识了总部对于分子公司的管控模式与职责切分，以及各条线之间的管控模式</p> <p>2) 设计了匹配的考核机制、分配机制、人事机制，赋予子公司更大的责权，同时在分子公司的考核指标方面也进行体现，增加了财务指标和结果性指标，敦促其自主完成当地市场拓展、设备运营与客户服务的职责。</p>
--	--

档案内容更新2018年11月