

激勵不同世代的人群

XYZ 世代之在零售商店工作的人群，包括嬰兒潮世代(生於 1946 年至 1960 年)、X 世代(生於 1961 年至 1979 年) 和 Y 世代 (生於 1980 年至今)。因為每個世代的員工成長環境不同，他們需要的管理和激勵也不同。

嬰兒潮世代的員工是在經濟成長下長大的，這使得他們對於成功有較高的預期。因此，他們樂觀且自我動機強。他們認為，如果夠努力，就會獲得獎勵。(這些 Y 世代的員工希望能參與對商店績效有影響的行銷決策，藉此獲得自身的成就感。)

X 世代的員工認為公司不太支持，主要是因為當他們的父母在經濟出現問題時的工作經驗。他們對於公司抱持懷疑的態度，對於雇主的忠誠度也有限。取而代之的是，他們更關心就業安全與受到公平待遇。另一方面，他們更渴望非正式和靈活的工作環境，而非階層式職權體制。

Y 世代是歷史上第一次完全生活在資訊科技之下的人。若不以資訊科技來了解世界，對他們而言是不容易的。他們的童年十分舒適和繁榮，使得他們比以前幾世代更傾向個人主義。雖然他們需要意見和行為上的自主，但也依然非常樂於和他們的經理與同事維持關係。

年輕的人對於雇主較缺乏固有的忠誠度，對自身有很高的期望，並希望替可以幫助他們成長和發展專業技能的管理者工作。因此，這些年輕的員工由 1990 年代「快速致富」的態度，轉變為賦權與貢獻的文化。在一天結束時，他們希望感覺自己是不可或缺、具有貢獻的。因此，管理 Y 世代的關鍵在於，創造對於公司成就的興奮感，但更重要的是，要讓他們意識到在公司使命下他們所扮演角色的重要性。

Y 世代員工想要進一步參與決策過程。會議不應只是宣傳已完成的決策而已。會議除了是單向傳播決定的途徑，也應被視為雙向交流的論壇，要求員工貢獻自己的想法，並讓他們知道，他們的貢獻不僅會收到歡迎，也會被重視以及認真考慮。

Y 世代的員工也希望他們的管理者是導師，而不是監工。不同於他們的父母只期待穩定的工資收入，新世代員工希望與理解他們和其目標的人產生關係。年輕人不想要每天工作只是做些相同的事情。他們追尋意義——工作、生活、和他們老闆互動的意義。督導有個很重要的要素，經理人必須了解員工與其目標。一個人的目標可能在工作上極具創意地表現出來，而某些人則是要在特定組織或行業中才會被激勵。