

精细化管理工作技能（沟通技巧）

——设计院运营管理改进专题咨询



慧朴管理概况

中国工程企业精细化管理和精益建造解决方案提供商



OVERALL SOLUTION
上海慧朴企业管理有限公司

主要业务

立足工程建设行业，为行业价值增值提供**精细化管理和精益建造**培训课程、管理咨询、信息系统等产品及服务。

公司愿景

致力于研究、发现、推动和实现工程建设行业的价值增值，成为最受行业欢迎的合作伙伴。

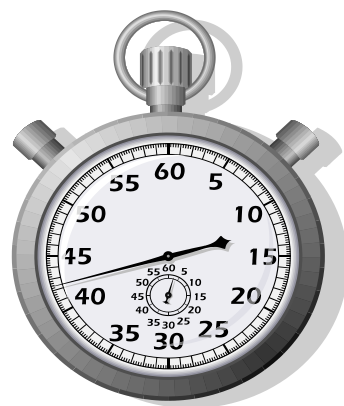
部分客户



培训注意事项



手机关铃



守时

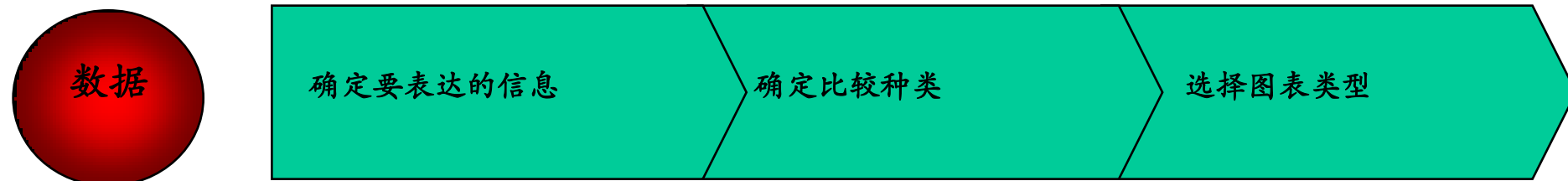


禁烟

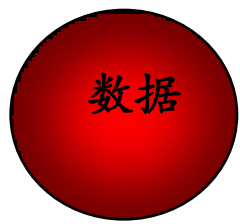


提倡互动

制作以数据为基础的图表分三个步骤

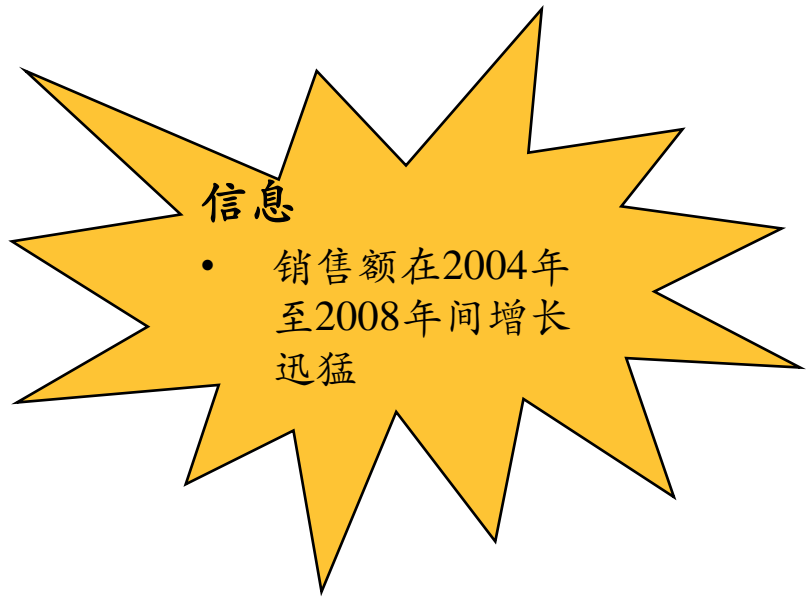


第一步：分析图表并确定要表达的信息

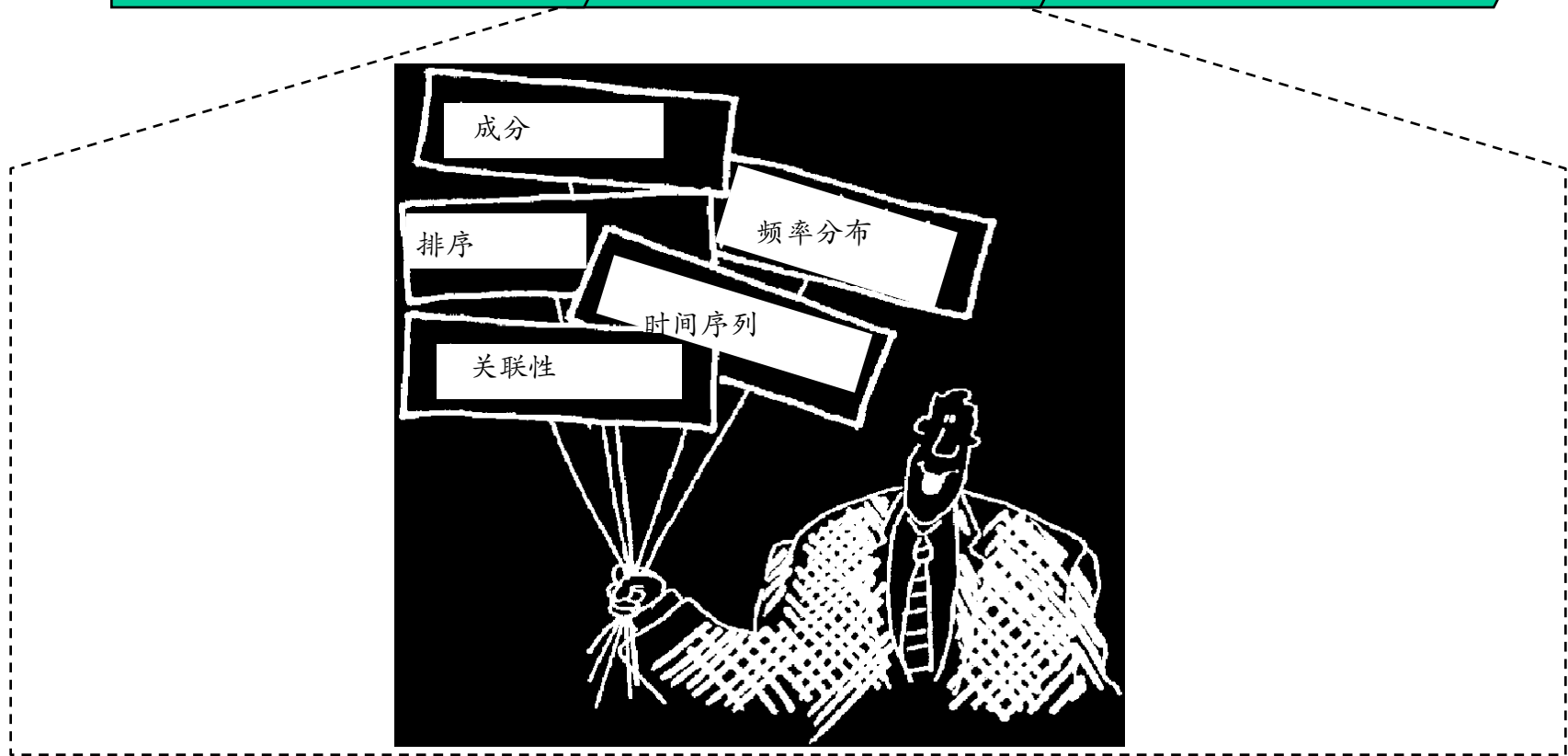
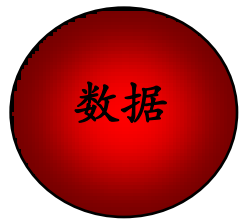


• 2003年-2008年销售额

| | |
|-------|-------|
| 2003年 | 4,244 |
| 2004年 | 4,368 |
| 2005年 | 6,291 |
| 2006年 | 6,989 |
| 2007年 | 8,412 |
| 2008年 | 9,213 |



第二步：确定比较对象



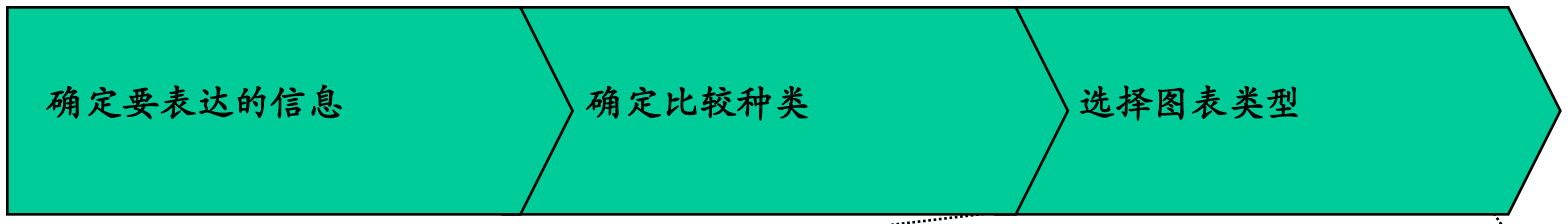
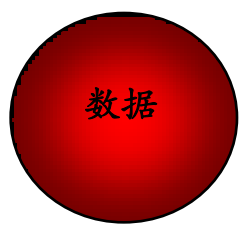
五种基本比较类型

| 对比性 | 比较类型 | 关键字 | 举例 |
|-------|---|---|---|
| 成分 | <ul style="list-style-type: none"> 各个部分占整体百分比的大小 | <ul style="list-style-type: none"> 份额、占有率、贡献率 | <ul style="list-style-type: none"> 5月份，甲产品占销售总量的最大份额 |
| 排序/项目 | <ul style="list-style-type: none"> 不同元素的排序（并列、高于/低于其它元素） | <ul style="list-style-type: none"> 排名、较多、较少、大于、小于、等于、相同 | <ul style="list-style-type: none"> 5月份，甲产品的销售超出乙产品和丙产品 |
| 时间序列 | <ul style="list-style-type: none"> 一定时间内的变化（在几周、几个月或几年间的变化趋势；上升、下降或保持稳定） | <ul style="list-style-type: none"> 趋势、改变、波动、上升、下降、增加、减少 | <ul style="list-style-type: none"> 销量自1月份以来稳步上升 |
| 频率分布 | <ul style="list-style-type: none"> 在渐进数列中的数量分布 | <ul style="list-style-type: none"> 分布率、发生率、集中状态、年龄群 | <ul style="list-style-type: none"> 5月份，大多数销售集中在1,000元和2,000元之间 |
| 关联性 | <ul style="list-style-type: none"> 两种可变因素之间的关系 | <ul style="list-style-type: none"> 相关性、与...有关、随...增加、随...减少、因...而定 | <ul style="list-style-type: none"> 5月份的销售业绩显示销量与销售人员的经验并没有联系 |

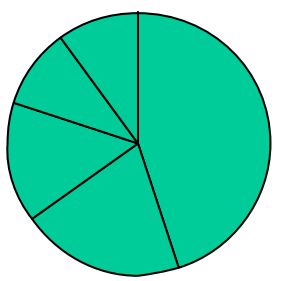
练习一 决定比较类型

- 在**2009**年，脚踏车在北京两轮交通工具市场的占有率？
- 在**2005**年和**2009**年之间，商船每年的产量如何变化？
- 摩托车及脚踏车每年的产量之间的关系如何？
- 在**2005**年和**2009**年之间，卡车及公共汽车每年产量的差异性如何？卡车与商船的产量差异性如何？
- 在**2009**年，北京生产最多的交通工具是那一种？卡车和公共汽车？轮船？摩托车？脚踏车？

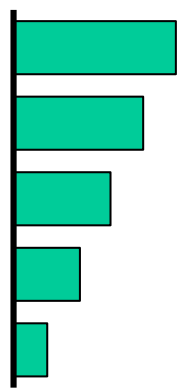
第三步：选择图表类型



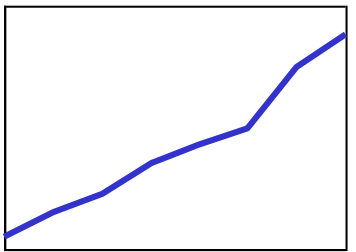
饼形图



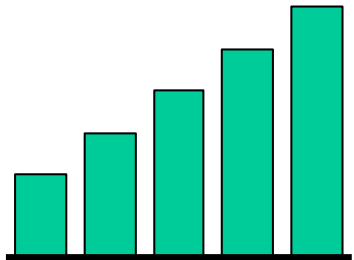
横条图



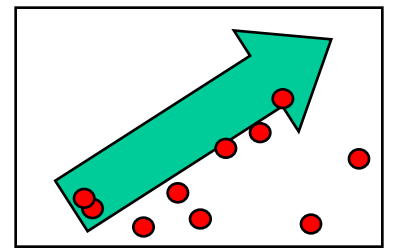
线形图



柱形图



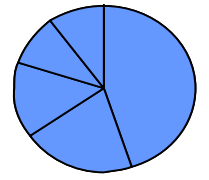
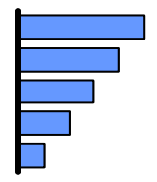
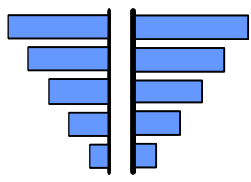
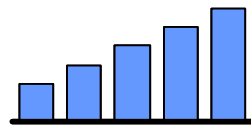
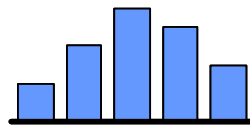
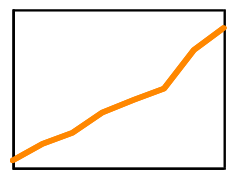
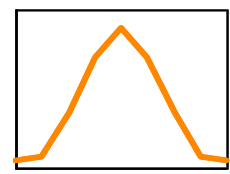
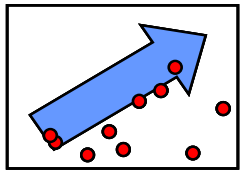
散点图



通过不同的图表表达特定的比较

比较种类

图表类型

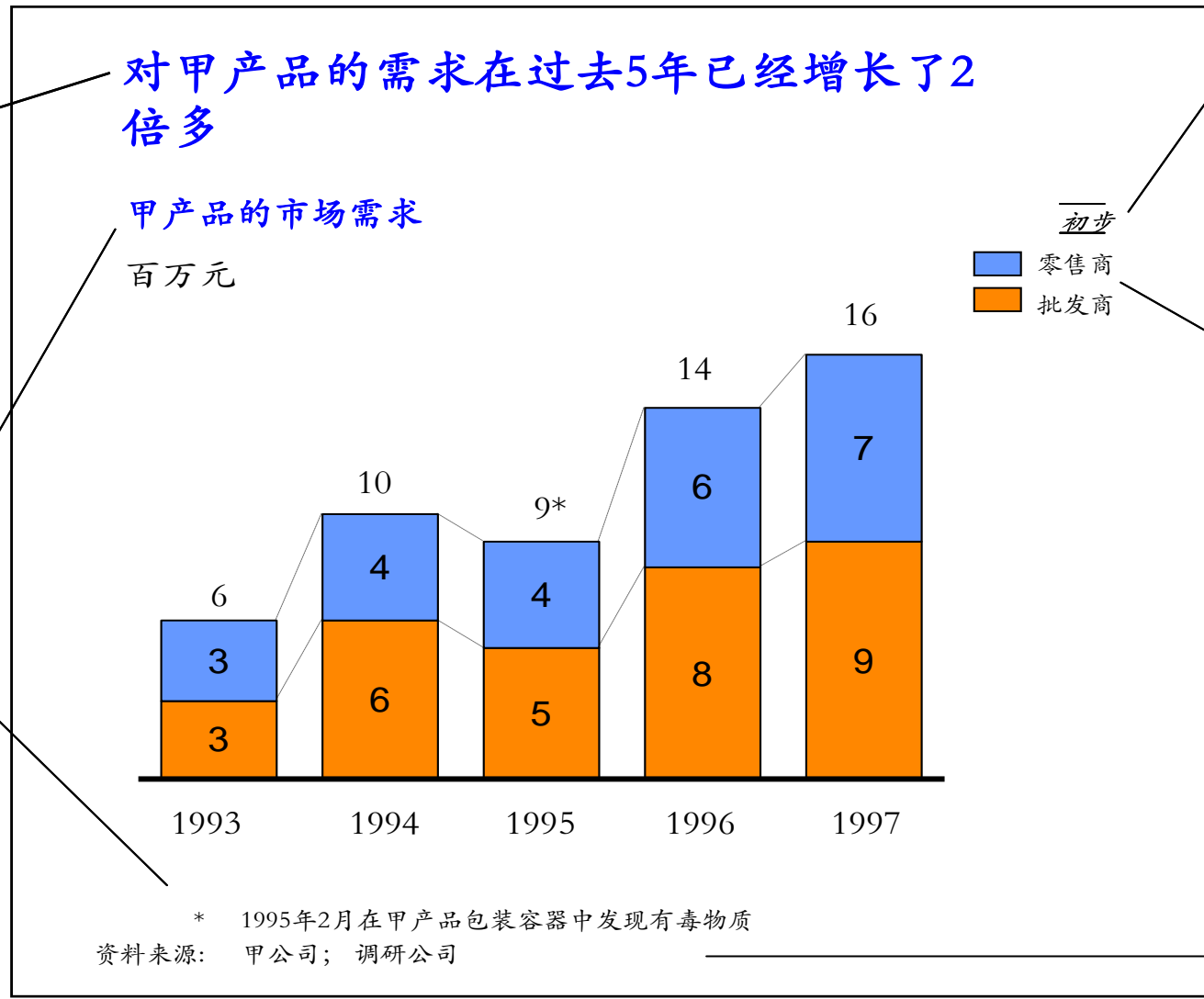
| | 成分 | 排序 | 时间序列 | 频率分布 | 关联性 |
|-----|---|---|--|--|---|
| 饼形图 |  | | | | |
| 横条图 | |  | | |  |
| 柱形图 | | |  |  | |
| 线形图 | | |  |  | |
| 散点图 | | | | |  |

咨询公司制作的图表都遵循标准的格式

信息标题陈述
对所列数据的
理解

图表标题介绍
图表的主题

脚注对图表中的
某一元素进行
评述



标签 (Sticker)
对图表内容
进行评述(随
选项)

图例 (Legend)
阴影部份进
行说明(随选
项)

资料来源
(Source) 赋予
数据可信
度, 使我们
可以用来作
为参考

练习一按比较类型决定使用何种图表

1. 某一位经理只花费**15%**的时间在客户身上
2. 价格的增加会产生较高的利润
3. 我们的市场占有率是产业中的第二位
4. **B**工厂的生产力是所有工厂中最差的
5. 我们过去在高波动市场中一直享有稳定的销售
6. 较贵的轮胎寿命较长
7. 去年大部份的销售金额是在**\$100-150**之间

练习



利用所提供的数据来表示

1. 玩具熊在一定时间内的销售增长
2. 客户在一定时间内市场份额的变化
3. 客户业绩的排名与竞争对手的对比情况
4. 出生人数与玩具熊销售的关系

练习：玩具熊行业，1988-1998

净销售额；百万元

玩具熊生
产企业

| | 1988 | 1989 | 1990 | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 1 | 232.6 | 256.6 | 292.6 | 269.4 | 252.2 | 248.7 | 247.0 | 204.2 | 242.8 | 278.4 | 312.7 |
| 2 | 134.1 | 142.0 | 163.6 | 151.0 | 204.6 | 241.3 | 270.4 | 342.3 | 422.8 | 468.7 | 524.8 |
| 3 | 61.0 | 65.6 | 69.0 | 61.6 | 82.5 | 89.7 | 93.2 | 105.5 | 137.1 | 167.1 | 170.2 |
| 4 | 59.3 | 64.5 | 71.4 | 52.0 | 89.3 | 97.1 | 108.7 | 114.8 | 146.2 | 158.3 | 163.9 |
| 5 | 394.8 | 404.9 | 430.1 | 399.5 | 510.4 | 536.5 | 589.6 | 607.9 | 761.2 | 879.9 | 957.5 |
| 6 | 128.3 | 134.7 | 144.1 | 130.0 | 176.1 | 194.0 | 209.6 | 212.2 | 254.9 | 281.6 | 353.4 |
| 客户 | 400.3 | 386.3 | 393.6 | 357.4 | 466.6 | 477.3 | 493.4 | 472.9 | 521.9 | 517.7 | 514.9 |
| 总额 | 1409.4 | 1451.6 | 1564.7 | 1420.5 | 1781.7 | 1884.6 | 2012.1 | 2059.5 | 2586.9 | 2751.7 | 2997.4 |

出生人数
(百万)

| | | | | | | | | | | | |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | 4.87 | 4.92 | 4.98 | 4.31 | 4.42 | 4.75 | 4.90 | 4.52 | 4.72 | 4.97 | 5.00 |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|

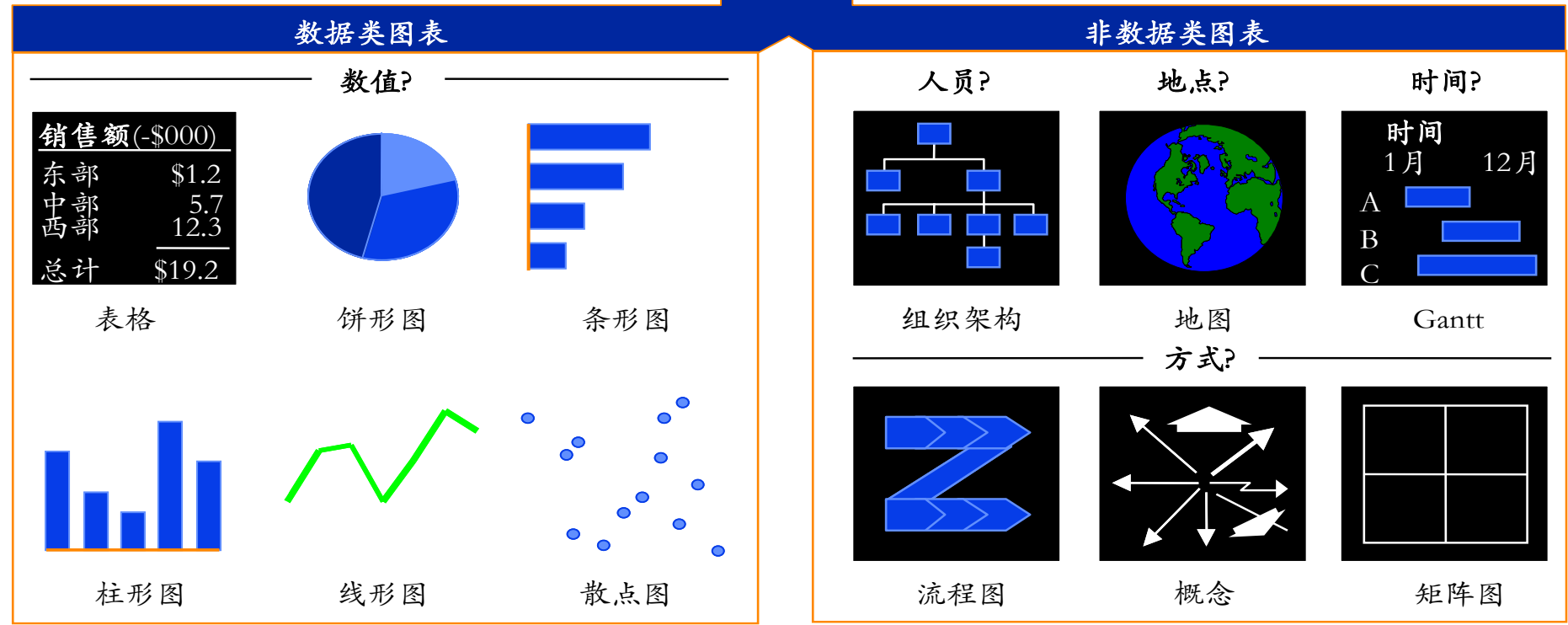
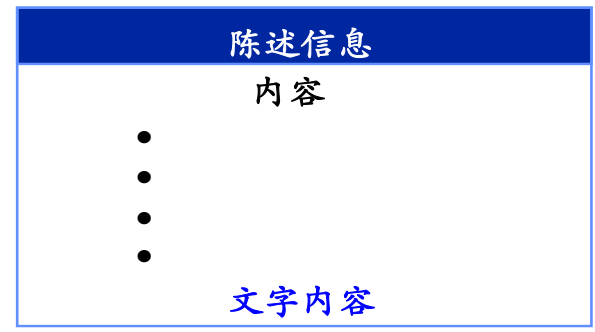
如何设计成功的图表

- 数据类图表

- 概念类图表

- 练习

图表类型



根据以下信息分别绘制概念草图

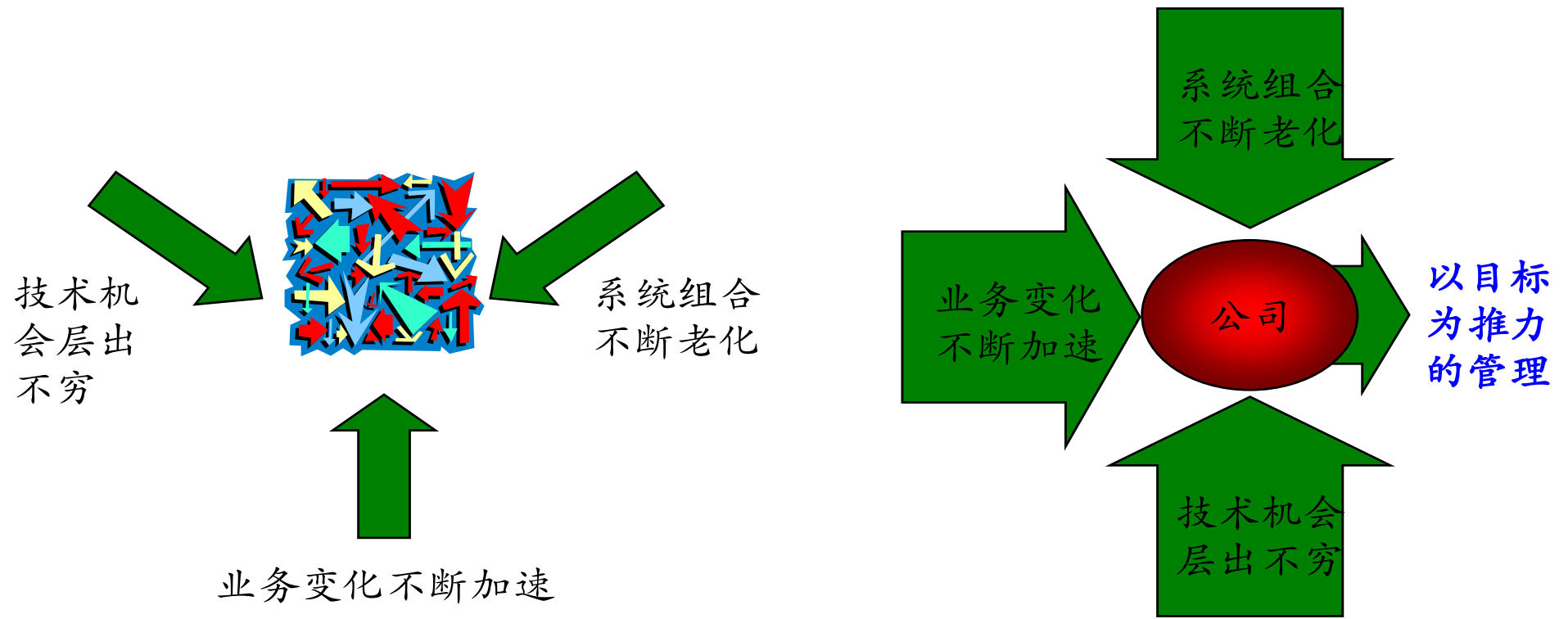
- 1 影响企业发展的作用力包括
 - 系统组合的不断老化
 - 业务变化不断加速
 - 技术上的机会层出不穷这就需要管理层要以远景发展目标为推动力

- 2 高绩效的组织应该
 - 以明确的目标作为推动力
 - 从员工中不断获得动力
 - 建立以业绩和客户为核心的组织架构
 - 通过由业绩驱动的核心流程进行组织整合
 - 以开放的沟通作为支持

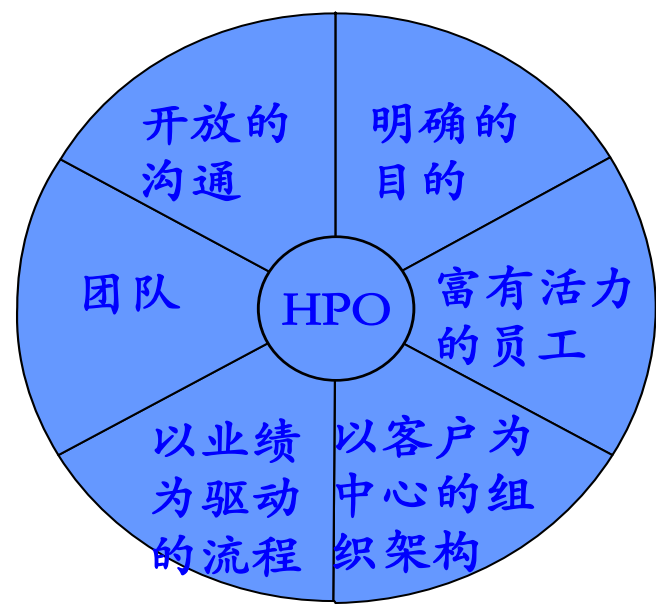
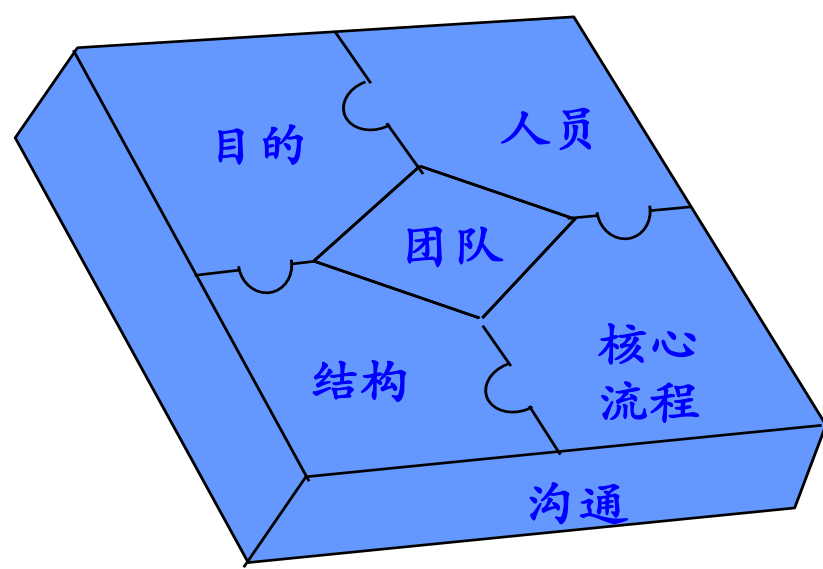
- 3 由于新招聘人员在行业和职能方面的经验不尽相同，我们的培训方案也必须因人而异

- 4 项目通常经历五个阶段：1) 初次接触 2) 项目启动 3) 制定解决方案 4) 提出建议 5) 实施改革

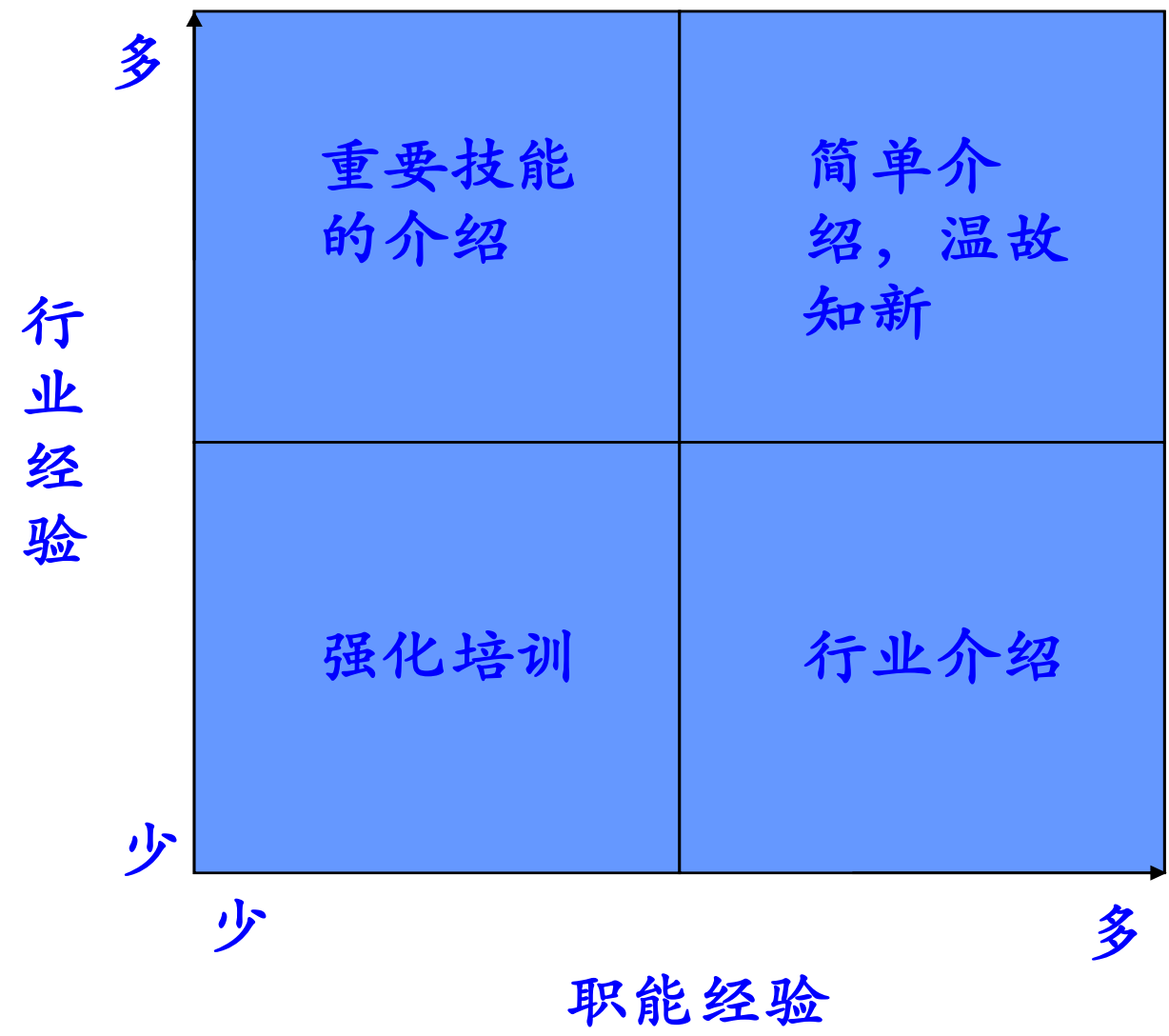
①影响企业发展的作用力



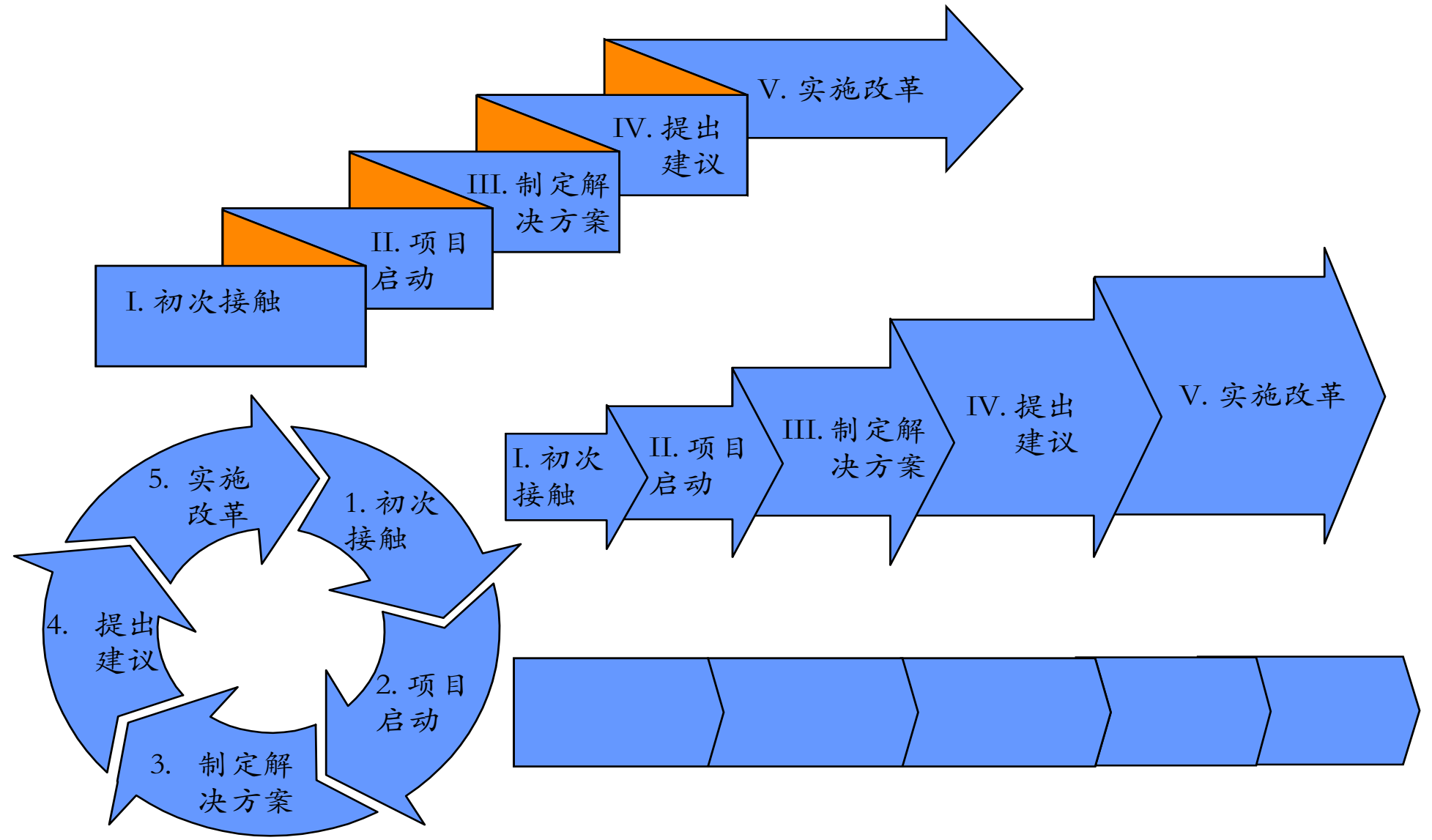
② 高绩效组织 (HPO)



③ 培训方案



④ 项目的五个阶段

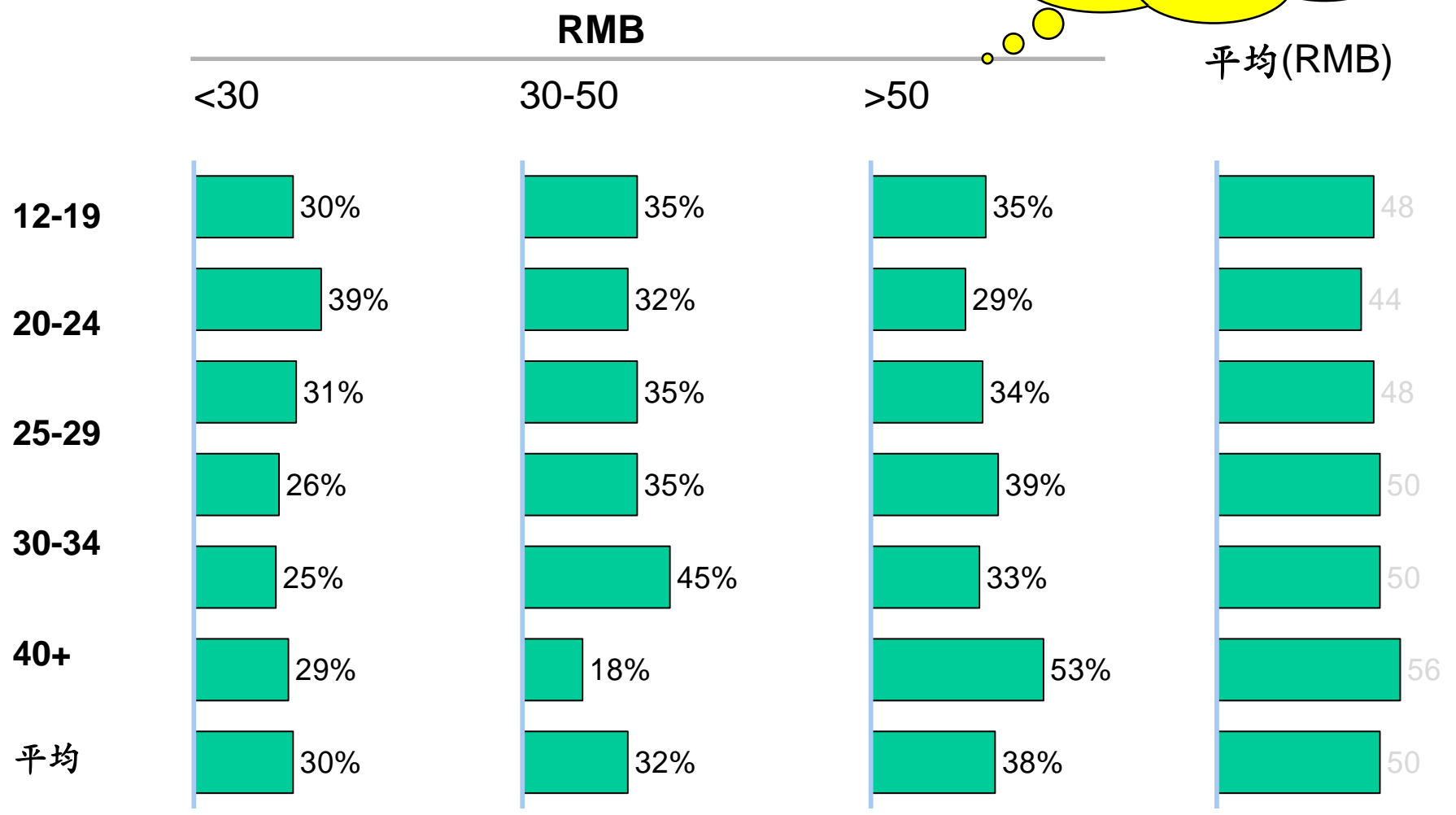


如何设计成功的图表

- 数据类图表
- 概念类图表

- 练习

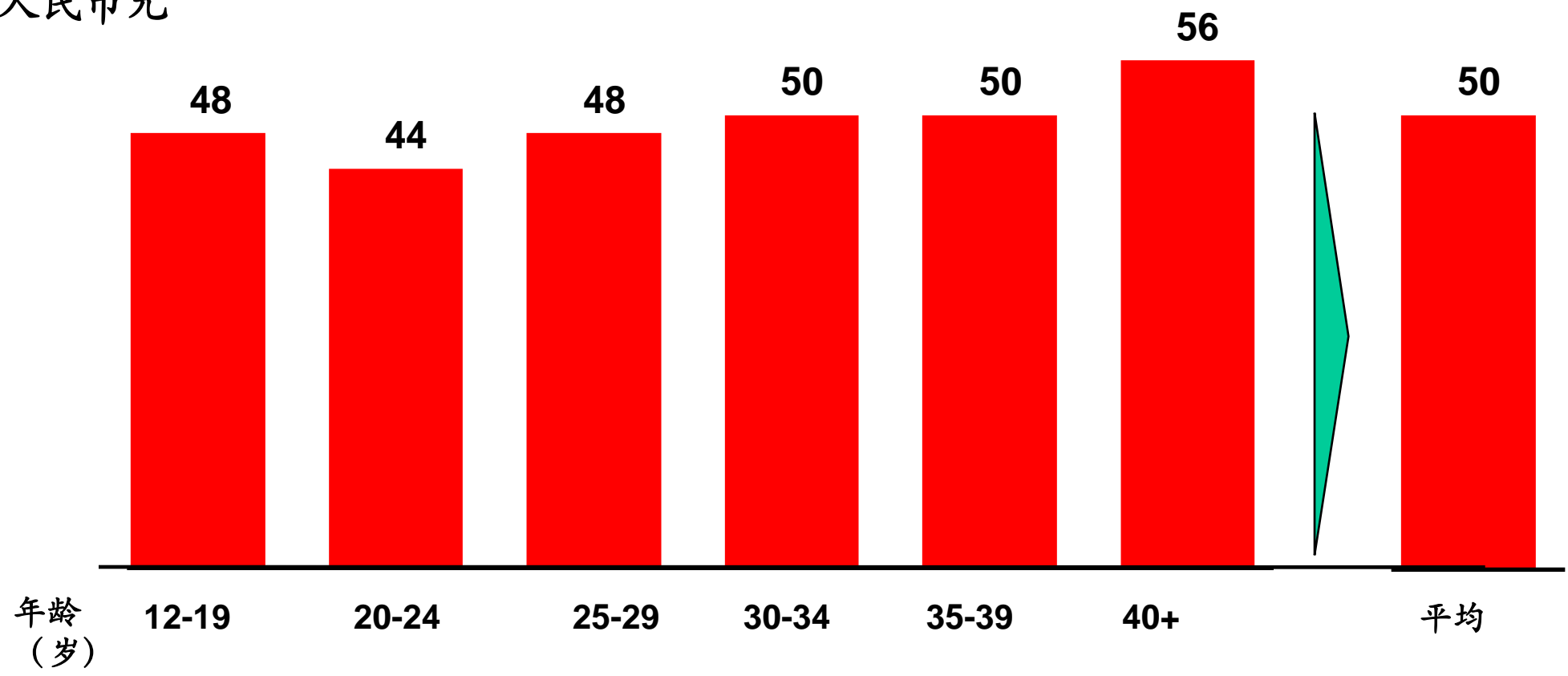
北京速食消费结构



Source: IMI

北京人平均每月速食花费在44到56元之间

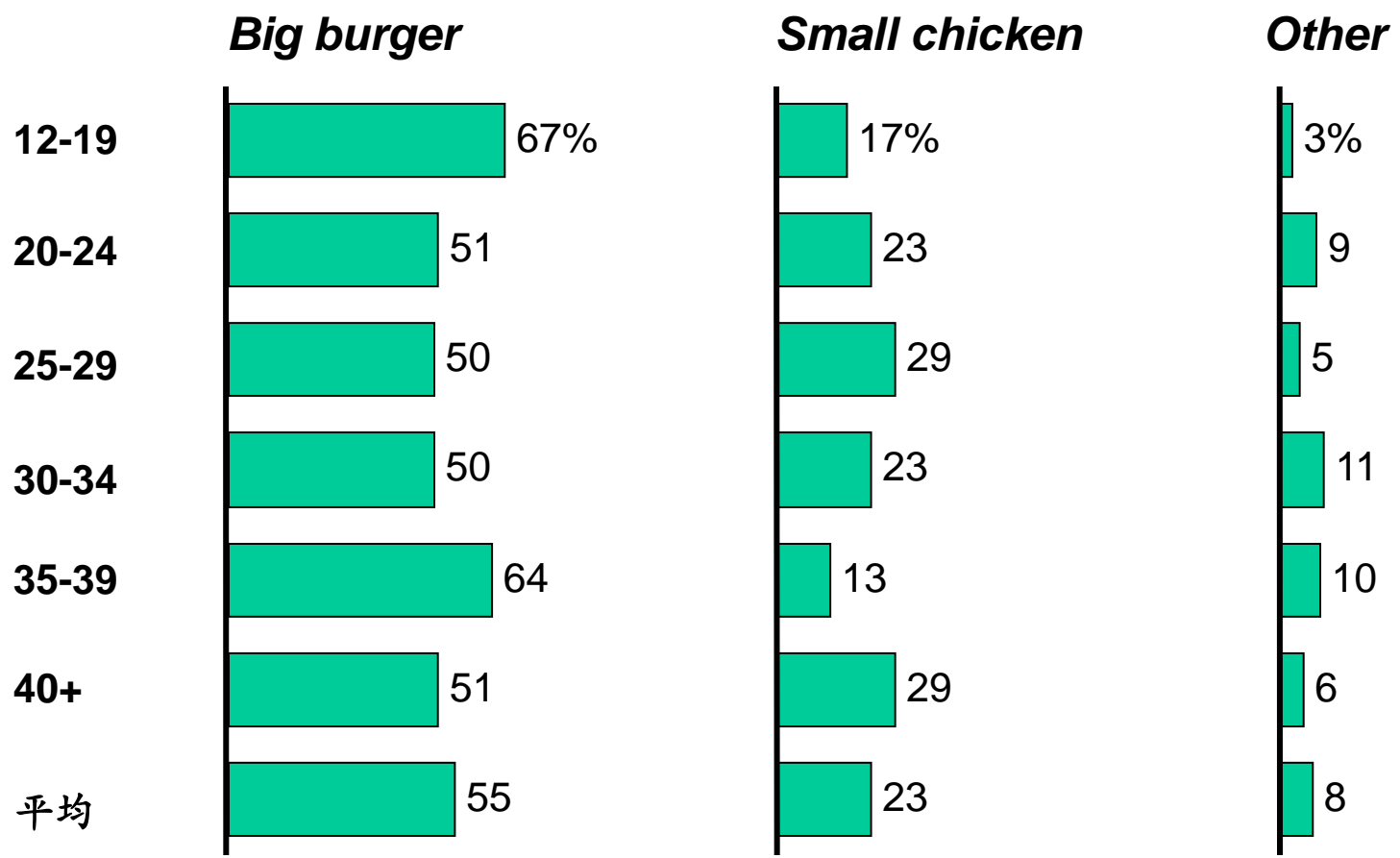
人民币元



哪家速食餐厅是你的首选餐厅？

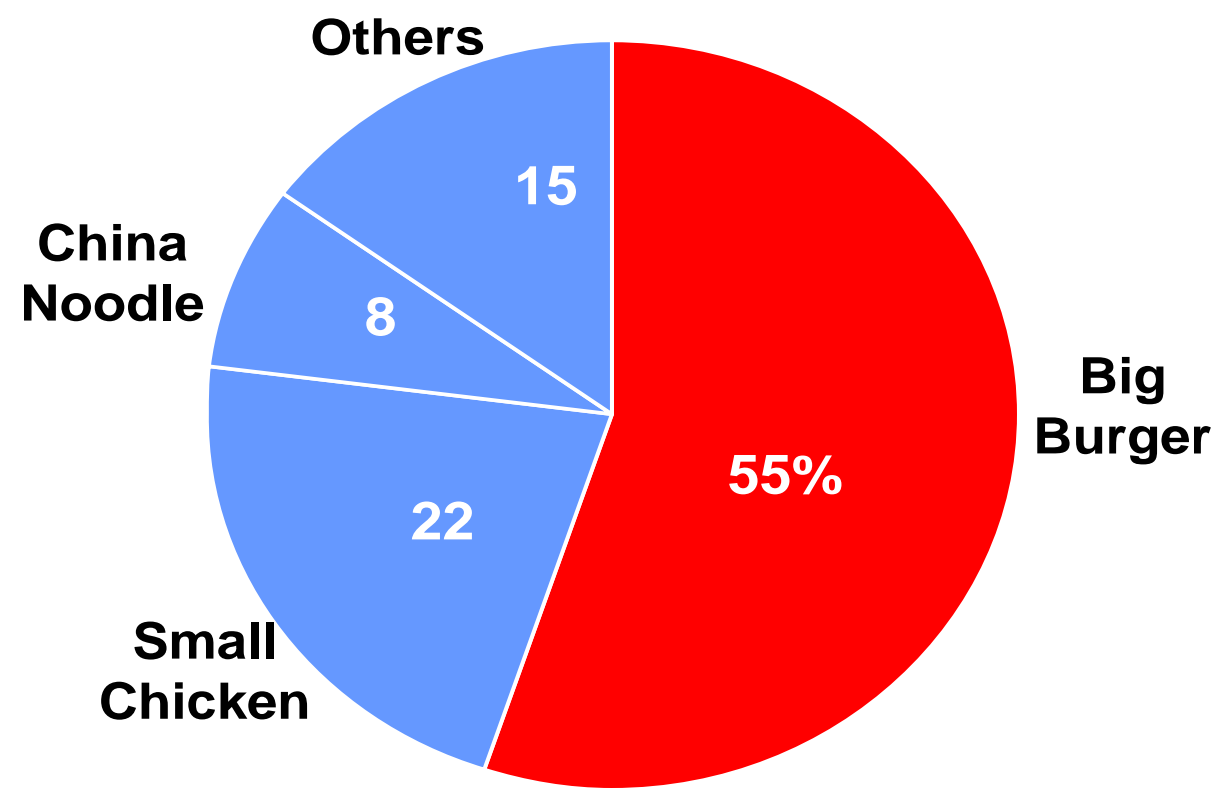


受访者的百分比



BIG BURGER 是北京最受欢迎的速食餐厅

100% = 485 受访者

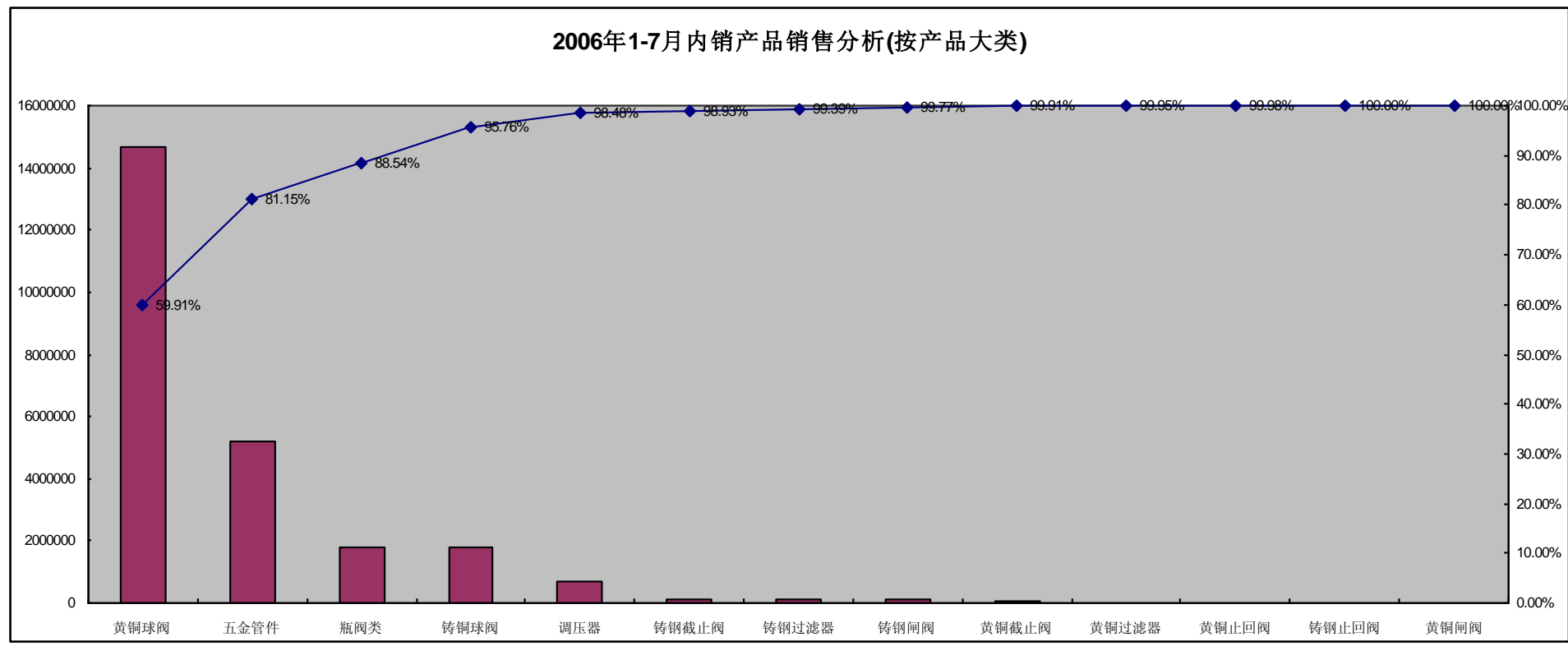


Source: IMI

2006年1-7月内销产品销售分析（按产品大类）

| 产品大类 | 销售额 | 占比 | 累计占比 |
|-------|-------------|---------|---------|
| 黄铜球阀 | 14646590.15 | 59.91% | 59.91% |
| 五金管件 | 5191773.53 | 21.24% | 81.15% |
| 瓶阀类 | 1806826.75 | 7.39% | 88.54% |
| 铸铜球阀 | 1764960.25 | 7.22% | 95.76% |
| 调压器 | 664465.89 | 2.72% | 98.48% |
| 铸钢截止阀 | 111280.38 | 0.46% | 98.93% |
| 铸钢过滤器 | 110677.90 | 0.45% | 99.39% |
| 铸钢闸阀 | 92796.37 | 0.38% | 99.77% |
| 黄铜截止阀 | 34196.69 | 0.14% | 99.91% |
| 黄铜过滤器 | 11048.05 | 0.05% | 99.95% |
| 黄铜止回阀 | 7155.96 | 0.03% | 99.98% |
| 铸钢止回阀 | 4675.99 | 0.02% | 100.00% |
| 黄铜闸阀 | 248.39 | 0.00% | 100.00% |
| 合计 | 24446696.30 | 100.00% | / |

2006年1-7月内销产品销售分析（按产品大类）



主要内容

1. 解决问题的基本方法——七步成诗
2. 文字表达——金字塔原理
3. 商业图表——让数据说话
4. 日常工作管理工具

应用MECE思想建立EPC总承包项目WBS

| 项目运营流程分类 | 一级活动进程 | 二级活动进程 | 三级活动进程 | | | | 说明 | 建议制度目录 |
|----------|--------|--------|--------|----|------|----|----|--------|
| | | | 提供者 | 输入 | 活动进程 | 输出 | | |

| 项目运营流程分类 | 一级活动进程 |
|----------|----------|
| 项目设计流程 | 初步设计及审查 |
| | 施工图设计及审查 |
| | 设计交底 |
| | 工地服务 |
| 项目采购流程 | 竣工图设计 |
| | 制定采购计划 |
| | 采购管理 |
| | 监造管理 |
| | 催交管理 |
| | 运输管理 |
| 项目施工流程 | 采购验收管理 |
| | 仓储管理 |
| | 施工前期管理 |
| 项目开车流程 | 施工分包管理 |
| | 施工过程管理 |
| | 施工验收管理 |
| | 开车准备管理 |
| | 开车分包管理 |
| | 开车实施管理 |
| | 开车验收管理 |

一级活动进程汇总

| 项目运营流程分类 | 一级活动进程 | 二级活动进程 |
|----------|----------|--------|
| 项目设计流程 | 初步设计及审查 | |
| | 施工图设计及审查 | |
| | 设计交底 | |
| | 工地服务 | |
| 项目采购流程 | 竣工图设计 | |
| | 制定采购计划 | |
| | 采购管理 | |
| | 监造管理 | |
| | 催交管理 | |
| | 运输管理 | |
| | 采购验收管理 | |
| | 仓储管理 | |
| | 施工前期管理 | |
| | 施工分包管理 | |
| 施工过程管理 | | |
| 施工验收管理 | | |
| 开车准备管理 | | |
| 开车分包管理 | | |
| 开车实施管理 | | |
| 开车验收管理 | | |

二级活动进程汇总

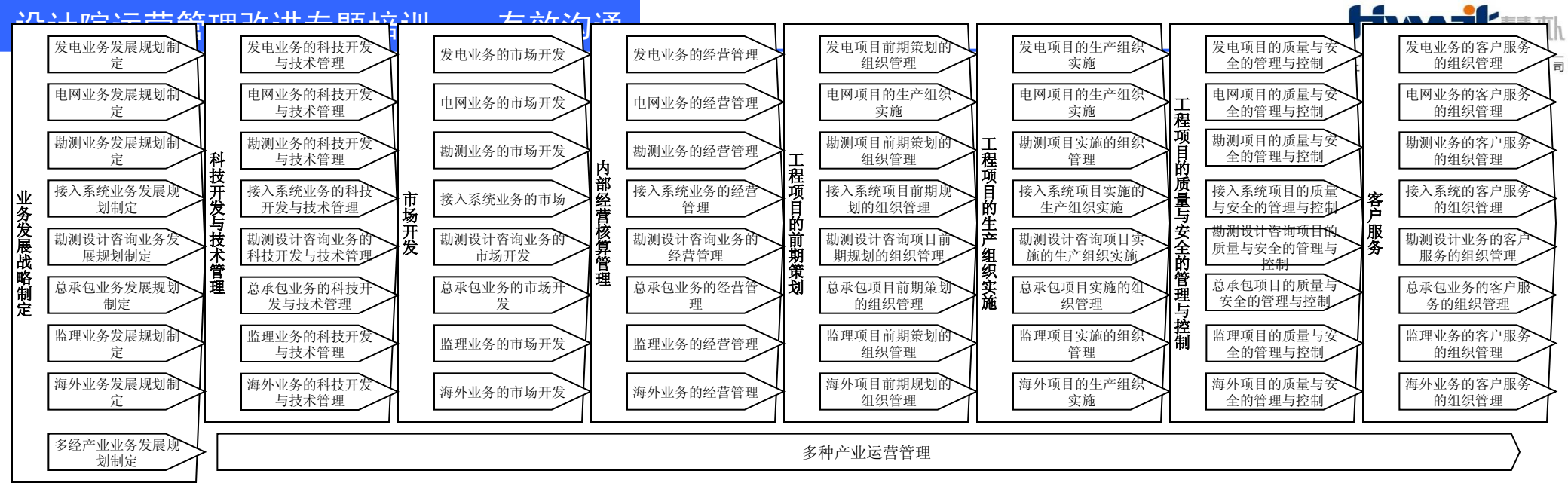
| 项目运营流程分类 | 一级活动进程 | 二级活动进程 | 三级活动进程 | 提供者 | 输入 | 活动进程 | 输出 | 接收者 | 说明 | 建议制度目录 | |
|----------|---------|----------|-------------------|-----|------------|-------------------|------------|-----|------------|----------|------------|
| 项目设计流程 | 初步设计及审查 | 施工图设计及审查 | 初步设计 | 设计部 | 设计任务书 | 初步设计 | 初步设计说明书 | 设计部 | 初步设计说明书 | 初步设计说明书 | |
| | | | 施工图设计 | 设计部 | 初步设计说明书 | 施工图设计 | 施工图设计说明书 | 设计部 | 施工图设计说明书 | 施工图设计说明书 | |
| | | | 设计交底 | 设计部 | 施工图设计说明书 | 设计交底 | 设计交底记录 | 设计部 | 设计交底记录 | 设计部 | 设计交底记录 |
| | | | 工地服务 | 设计部 | 设计交底记录 | 工地服务 | 工地服务记录 | 设计部 | 工地服务记录 | 设计部 | 工地服务记录 |
| 项目采购流程 | 制定采购计划 | 采购管理 | 编制/调整项目采购计划 | 采购部 | 项目采购计划 | 编制/调整项目采购计划 | 项目采购计划 | 采购部 | 项目采购计划 | 项目采购计划 | |
| | | | 编制/调整现场物资管理规划 | 采购部 | 项目采购计划 | 编制/调整现场物资管理规划 | 现场物资管理规划 | 采购部 | 现场物资管理规划 | 采购部 | 现场物资管理规划 |
| | | | 制定设备、材料用款计划 | 采购部 | 项目采购计划 | 制定设备、材料用款计划 | 设备、材料用款计划 | 采购部 | 设备、材料用款计划 | 采购部 | 设备、材料用款计划 |
| | | | 建立合格供应商名录 | 采购部 | 项目采购计划 | 建立合格供应商名录 | 合格供应商名录 | 采购部 | 合格供应商名录 | 采购部 | 合格供应商名录 |
| | | | 询价采购 | 采购部 | 合格供应商名录 | 询价采购 | 询价记录 | 采购部 | 询价记录 | 采购部 | 询价记录 |
| | | | 集中采购 | 采购部 | 合格供应商名录 | 集中采购 | 集中采购记录 | 采购部 | 集中采购记录 | 采购部 | 集中采购记录 |
| | | | 项目现场招标采购 | 采购部 | 合格供应商名录 | 项目现场招标采购 | 项目现场招标采购记录 | 采购部 | 项目现场招标采购记录 | 采购部 | 项目现场招标采购记录 |
| | | | 采购合同签订与执行 | 采购部 | 项目现场招标采购记录 | 采购合同签订与执行 | 采购合同 | 采购部 | 采购合同 | 采购部 | 采购合同 |
| | | | 监造单位成立项目监造机构 | 采购部 | 采购合同 | 监造单位成立项目监造机构 | 监造机构成立文件 | 采购部 | 监造机构成立文件 | 采购部 | 监造机构成立文件 |
| | | | 制造商制定生产计划 | 采购部 | 监造机构成立文件 | 制造商制定生产计划 | 制造商生产计划 | 采购部 | 制造商生产计划 | 采购部 | 制造商生产计划 |
| 项目施工流程 | 采购验收管理 | 仓储管理 | 将监造合作情况通知制造单位 | 采购部 | 监造机构成立文件 | 将监造合作情况通知制造单位 | 监造合作通知单 | 采购部 | 监造合作通知单 | 监造合作通知单 | |
| | | | 向监造单位提供设备订货合同相关资料 | 采购部 | 监造合作通知单 | 向监造单位提供设备订货合同相关资料 | 设备订货合同相关资料 | 采购部 | 设备订货合同相关资料 | 采购部 | 设备订货合同相关资料 |
| | | | 编制监造作业计划 | 采购部 | 设备订货合同相关资料 | 编制监造作业计划 | 监造作业计划 | 采购部 | 监造作业计划 | 采购部 | 监造作业计划 |
| | | | 组织监造 | 采购部 | 监造作业计划 | 组织监造 | 监造记录 | 采购部 | 监造记录 | 采购部 | 监造记录 |
| | | | 催交管理 | 采购部 | 监造记录 | 催交管理 | 催交记录 | 采购部 | 催交记录 | 采购部 | 催交记录 |
| | | | 运输管理 | 采购部 | 催交记录 | 运输管理 | 运输记录 | 采购部 | 运输记录 | 采购部 | 运输记录 |
| | | | 采购验收管理 | 采购部 | 运输记录 | 采购验收管理 | 采购验收记录 | 采购部 | 采购验收记录 | 采购部 | 采购验收记录 |
| | | | 仓储管理 | 采购部 | 采购验收记录 | 仓储管理 | 仓储记录 | 采购部 | 仓储记录 | 采购部 | 仓储记录 |
| | | | 施工前期管理 | 采购部 | 仓储记录 | 施工前期管理 | 施工前期记录 | 采购部 | 施工前期记录 | 采购部 | 施工前期记录 |
| | | | 施工分包管理 | 采购部 | 施工前期记录 | 施工分包管理 | 施工分包记录 | 采购部 | 施工分包记录 | 采购部 | 施工分包记录 |
| 项目开车流程 | 施工过程管理 | 施工验收管理 | 不符合项处理单 | 采购部 | 监造记录 | 不符合项处理单 | 不符合项处理单 | 采购部 | 不符合项处理单 | 不符合项处理单 | |
| | | | 编写设备出厂合格证 | 采购部 | 不符合项处理单 | 编写设备出厂合格证 | 设备出厂合格证 | 采购部 | 设备出厂合格证 | 采购部 | 设备出厂合格证 |
| | | | 编制催交计划 | 采购部 | 设备出厂合格证 | 编制催交计划 | 催交计划 | 采购部 | 催交计划 | 采购部 | 催交计划 |
| | | | 催交管理 | 采购部 | 催交计划 | 催交管理 | 催交记录 | 采购部 | 催交记录 | 采购部 | 催交记录 |
| 项目开车流程 | 开车准备管理 | 开车分包管理 | 催交管理 | 采购部 | 催交记录 | 催交管理 | 催交记录 | 采购部 | 催交记录 | 催交记录 | |
| | | | 运输管理 | 采购部 | 催交记录 | 运输管理 | 运输记录 | 采购部 | 运输记录 | 采购部 | 运输记录 |
| | | | 采购验收管理 | 采购部 | 运输记录 | 采购验收管理 | 采购验收记录 | 采购部 | 采购验收记录 | 采购部 | 采购验收记录 |
| | | | 仓储管理 | 采购部 | 采购验收记录 | 仓储管理 | 仓储记录 | 采购部 | 仓储记录 | 采购部 | 仓储记录 |

三级活动进程汇总

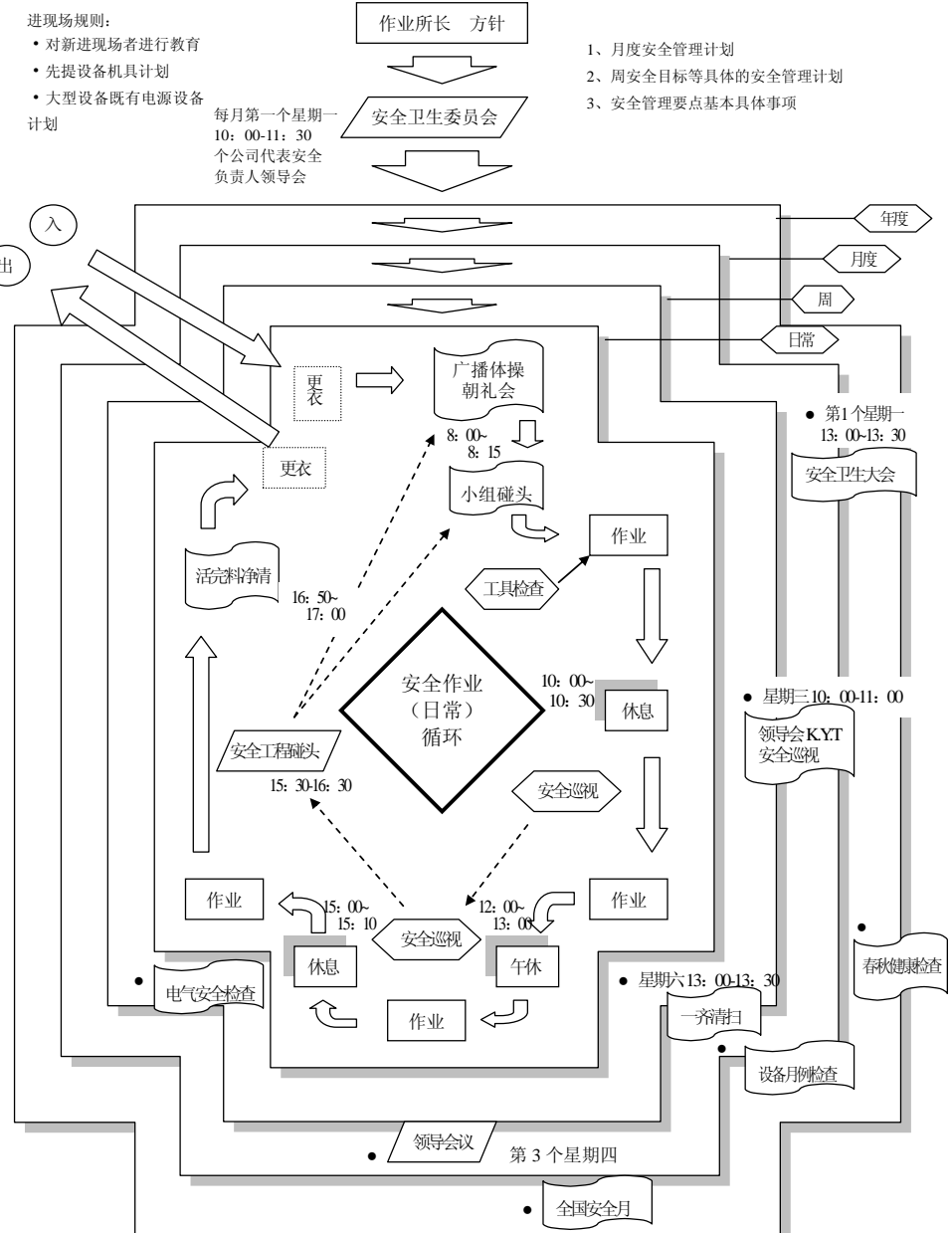
MECE



Microsoft Excel 工作表

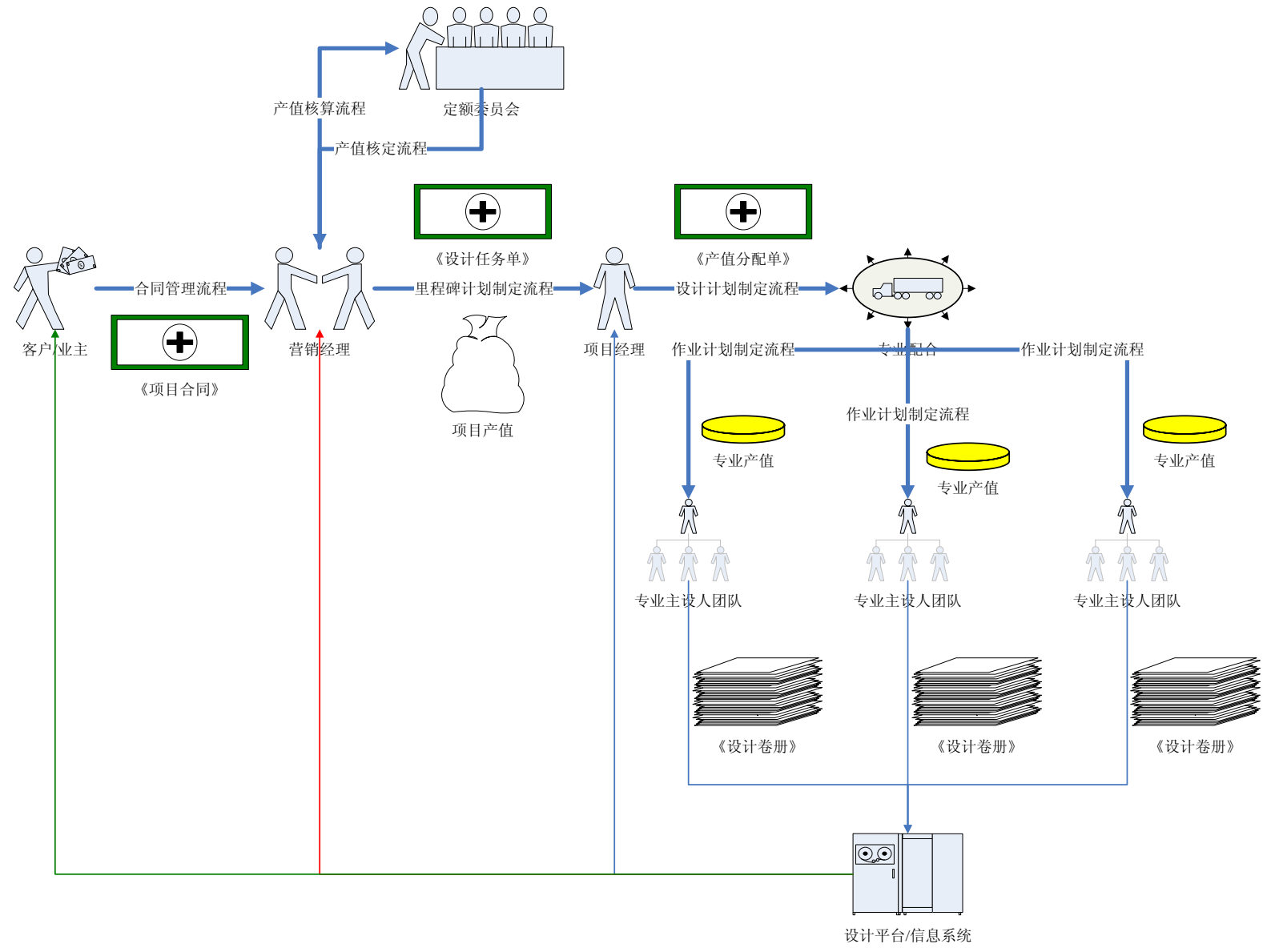


日本竹中工务店北京前门饭店工地现场安全管理程序



MECE

设计院业务运营流程简图



【备注1】如果能够为客户/业主开放设计平台/信息系统端口，允许其远程登录，随时了解项目进展和《图纸卷册》成果，则有利于：1) 加强对客户/业主的服务，提升客户/业主的满意水平；2) 生产部门的设计工作实现网上流转，便于推广设计成果的电子化；3) 营销经理、项目经理、专业主设人之间共享项目信息，当然，考虑客户/业主滞压项目费用问题时，也需一定的控制手段；4) 便于营销经理根据客户/业主认可的工作成果兑现项目产值及奖金，也便于项目经理确定生产部门的绩效奖金分配方案。

【备注2】实施三级计划管理：由营销经理根据客户/业主的工期要求编制“里程碑计划”，由项目经理根据“里程碑计划”编制“设计计划”，由专业主设人编制“设计计划”。计划有效满足上述计划执行时，由业务分管院领导调改进。

【备注3】营销经理可在合同价上下8%且不超过200万的基础上核算项目产值并据此向项目经理下达《设计任务单》，如超过上述约定，则需经定额委员会确认。项目经理必须严格按照下达的产值进行专业内分配，不允许超过既定产值限额。

部门内部日常管理工具：工作日志

| Microsoft Excel - 慧朴管理工作日志_zhz_20110510 | | | | | |
|--|------------------------|---|---|--|---|
| 文件(F) 编辑(E) 视图(V) 插入(I) 格式(O) 工具(T) 数据(D) 窗口(W) 帮助(H) Adobe PDF(B) | | | | | |
| 键入需要帮助的问题 | | | | | |
| Arial 10 B I U | | | | | |
| A | B | C | D | E | F |
| 1 | 工作日志/工作周报 | | | | |
| 2 | 日期 | 当日/周工作总结 | 次日/周工作计划 | 备注 | |
| 3 | 2011/5/10 | 1) 了解三局十二五规划修改需求 2) 向山西院领导汇报薪酬及绩效方案 | 1) 制定山西院薪酬及绩效管理办法修改工作计划, 必要的话需同步考虑软件开发 2) 调研三局市场经营部 | | |
| 4 | 2011/5/9 | 1) 与山西院高院长讨论设计院内部管理改进 | 1) 向三局了解十二五规划修改意见 | 山西省建筑业协会初步认可合作举办研讨会 | |
| 5 | 2011/5/3- 2011/5/8 | 1) 召开公司春季培训 2) 进行咨询业务推广 3) 优化市场部内部分工 4) 明确月度市场部工作目标 | 1) 山西院项目汇报 2) 参加中建协会议 3) 修改中铁三局十二五规划 4) 拜访潜在客户 | 中铁三局精细化管理年活动策划被延期了 | |
| 6 | 2011/5/7 | 1) 调研广通路桥高层领导咨询需求 2) 向广通路桥提出咨询建议 | | | |
| 7 | 2011/5/6 | 1) 调研广通路桥各职能部门 2) 中铁三局提出十二五规划修改需求 3) 预约陕建三公司劳人部孙海峰 | 1) 调研广通路桥高层领导咨询需求 2) 向广通路桥提出咨询建议 | 5月12日需要到西安参加中建协会议 | |
| 8 | 2011/5/5 | 1) 与市场部同事进行逐一沟通 2) 制定市场部月度工作计划 3) 出差邯郸(广通路桥) | 1) 调研广通路桥咨询需求 | 初步确定5月14日召开第二次董事会 | |
| 9 | 2011/5/4 | 1) 跟进北京交通大学SMBA项目合作细节 2) 梳理浦东建设IT规划投标材料提纲 3) 与清科锐化无锡公司经理钱勇林探讨合作 4) 与多家建筑企业咨询需求潜在客户沟通 | 1) 继续联系咨询潜在客户 2) 推广研讨会 3) 准备广通路桥拜访事宜 | 中建六局基础部凌少林、崔涛有报名意向 | |
| 10 | 2011/5/3 | 1) 召开公司春季培训 2) 咨询业务推广, 联络7家客户企业 | 1) 继续联系咨询潜在客户 2) 梳理研讨会推广手段 | 中铁三局精细化管理年活动策划被延期了 浦东建设IT规划投标材料优化被延期了 | |
| 11 | 2011/4/25- 2011/5/2 | 1) 修改山西院薪酬、绩效管理方案 2) 与昊瑞科技史坦磊沟通浦东建设投标工作 3) 市场部工作分工 | 1) 咨询业务销售推广 2) 研讨会推广 3) 河北广通路桥调研 | | |
| 12 | 2011/4/29 | 1) 研讨北京交通大学SMBA推广方案 2) 市场部管理权责调整优化, 五一后张何之整体负责市场部工作, 崔向登负责咨询销售 3) 与任蓉面谈 4) 研讨会推广研讨 | 1) 整理咨询潜在客户需求 | | |
| 13 | 2011/4/28 | 1) 拜访攀成德 2) 讨论研讨会筹备 | 1) 编写中铁三局精细化管理年活动策划方案 2) 讨论确定北京交通大学SMBA推广方案 | 培训代理业务一定要想办法推起来 | |

部门内部日常管理工具：工作日志

- （第1列）日期：按自然日历顺序列出各工作日，且近日的信息排在前面；周总结和周计划的行以特殊色标突出显示；当出现周末加班时，可在（第1列）“日期”中将周六、周日等时间如正常工作日列写。
- （第2列）当日工作总结：描述本人当天的工作内容，以1）、2）、3）条目列写，一般采用动宾语法结构，如“2）制定XX管理办法（初稿）”；尽量与前一天的“次日工作计划”中的内容对应。
- （第3列）次日工作计划：描述本人第二天的工作计划，以1）、2）、3）条目列写。
- （第2列）当周工作总结：针对本周完成的各项主要工作内容进行总结，以1）、2）、3）条目列写。并不仅限于对每日工作总结的重复描述；尽量与前一周“次周工作计划”的内容对应。
- （第3列）次周工作计划：描述下一周的工作计划，以1）、2）、3）条目列写。
- （第4列）备注：可对当期发生的特殊情况或者完成某项工作过程中的经验、教训做记录；也需要对计划在当期完成但尚未完成的工作做出说明；也可作为备忘记录。
- 每日下班前，完成“当日工作总结”和“次日工作计划”；每周末下班前，完成“当周工作总结”和“次周工作计划”。
- 建议各位部门主管领导的“工作日志/工作周报”在部门范围内公示，以便全体同事了解部门最新工作情况；更可对照部门主管领导的工作进行群众监督。

项目组内部日常管理工具：项目组工作日志

- 设计项目的项目经理可组织项目组人员每天填报项目组工作日志，并对相关问题进行总结和讨论。

| 项目组工作日志 | | | |
|----------|---|---|--|
| 20090603 | 本日主要工作 | 发现的问题 | 次日工作计划 |
| 程冬 | 和张军讨论调研提纲，看BOT资料，整理下一步调研计划 | 担心问卷质量，工作太多 | 上午制作问卷、参加汇报 |
| 冯为 | 看资料，整理调研报告的提纲 | 按照生命周期来分的种类太多，是否能涵盖所有类型 | 上午制作问卷、参加汇报 |
| 王楠 | 参加个别访谈、看路桥资料、整理其集团资料、整理访谈记 | 目录没有统一的情况下，看资料时候内容粘贴和整理缺少针对性 | 上午参加市场部访谈、参加汇报 |
| 章进 | 参加个别访谈、调研安排讨论、内部讨论、落实合同 | 1) 调研前期准备的东西需要再分配 2) 交付品定位理解仍不清晰 3) 调研问卷的意义和形式 | 上午参加市场部访谈、参加汇报 |
| 总结及讨论 | 林建 1) 问卷各个项目要统一，时间统一在访谈中间发放，只要保证访谈结束的时候问卷能回收上来。 2) 调研人手不够可以加人，但是加的人只能起记录作用，这样目前的人每个人都需要能做组长 3) 目录框架第一部分应该是基于战略的业务特点的分析，按照下面三个维度分析，排除一部分不会有的，分出已经在做的和未来发展。根据这个特点的职责分配有什么差异。报告的形式前面再加个总则 | 张何之 1) 启动会材料制作好之后，章进需要彩排。 2) 项目调研不会剂量很大，应该每天都有时间填充报告。 3) 下项目之前文件泛读、下项目之后每个人对文件进行分工，每个人都有专业（BOT-冯、EPC-程、管控-王、手册-章）。 4) 保证随时从项目调研工作中抽调人手来集团访问，所以要做好前期的准备。 5) 要做好和梦龙的协调，控制调研节奏和方法，必须在和甲方协调之前把梦龙这边的口径统一。 | |
| 20090601 | 本日主要工作 | 发现的问题 | 次日工作计划 |
| 王楠 | 1) 上午讨论基础设施业务管控 2) 下午拟定管控交付品目录 | 1) 对管控报告的思路理解还不清晰 | 参加项目管理部访谈；准备项目部访谈 |
| 程冬 | 1) 上午市场营销访谈、下午铁路一二三访谈； 2) 看了一下营销中心的功能规划 | 1) 大概弄清楚了项目的划分 | 参加项目管理部访谈；准备项目部访谈 |
| 章进 | 1) 上午讨论基础设施业务管控 2) 下午参加铁路一二三访谈； | 1) 晚上继续讨论框架方案 | 参加项目管理部访谈；准备项目部访谈 |
| 冯为 | 1) 上午市场营销访谈； 2) 下午铁路一二三访谈； | | 参加项目管理部访谈；准备项目部访谈 |
| 总结及讨论 | 关于总承包部和项目公司 1) 项目公司本身是集团公司主导的 2) 项目公司不自己运作项目 3) 路桥公司是投标方之一，必定中标 4) 针对不同的项目，调研的深度应该有一些区别 | 关于路桥资质 1) 工程局用路桥资质接的项目和路桥资质接的项目收取的管理费和管理方式类似，都是收取一定比例管理费，管理深度类似 | 林建 1) 路桥公司对于项目的管理深度问题，是否会考虑建立自己的施工能力，这个要关注； 2) 五大中心，两种方式：一个平台，其他人作为专家临时参与；做实五大中心，充实人员及职能； 3) 是不是会在项目期间有变化，对项目的影响比较大 |
| 20090531 | 本日主要工作 | 发现的问题 | 次日工作计划 |
| 程冬 | 1) 上午参加投资部访谈，做访谈记录。 2) 下午设计第二天的访谈提纲。 3) 晚上设计项目部调研工作计划。 | 访谈之前应该做好准备，提前阅读访谈对象的相关资料 | 参加财务、综合的访谈。资料阅读。交付品框架、内容设计 |

市场营销日常管理工具：销售漏斗

| 潜在客户销售漏斗管理清单 (截至20110515) | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|-------------------|-------------|---------------------------|---|-------------|--|--|---|-----------------|-------------|----|--|
| 客户名称 | 需求 | 联系人 | 联系信息 | 更新时间 | 0% (获取需求信息) | 0-25% (沟通, 面对面) | 25-50% (提交项目建议书或方案) | 50%-75% (确认合作已进入议事日程) | 75%-100% (签署合同) | 100% (进场工作) | 备注 | |
| 24 | 河北广通路桥工程有限公司 | 流程、绩效 | 总经理助理赵新旺, 兼任副总经理 (主管人事行政) | 13603104071; 总经理王咏梅 13932093995; 常务副总经理宋继增 (主管生产) | 2011/5/8 | | 2011/5/6-5/7张何之到广通路桥调研, 与9个部门主管人员及各位副总进行深入交流, 提出改进建议 | 计划2011/5/9提交项目建议书 | | | | |
| 26 | 吉化集团吉林市北方建设有限责任公司 | 信息化前端管理模式梳理 | 邱鹏, 企管部信息化主管 | 13394400911 di_p@jjhbj.com | 2011/5/2 | 2011/5/3张何之与邱鹏联系, 企业正在进行信息化建设的前期工作, 但强调企业地处东北, 与南方企业的项目管理差异很大, 每年只有9个月 | 2011/5/3张何之发送IT规划材料、清科锐化资料 | | | | | |
| 38 | 陕西省第三建筑工程公司 | 风险管理培训 | 孙海峰 | 13909286446@139.com | 2011/5/2 | 2011/5/4孙总已收到PSD何老师的培训材料, 已发送“业主风险管理”、“海外项目风险管理”、“风险与内控体系建设”等资料 | | 2011/5/13张何之拜访孙海峰, 近期有流程管理培训需求 (张何之可讲), 7-8月份有信息化培训需求 (张何之可讲), 9-10月份有运营管理培训需求 (张何之可讲), 已提供课件 | | | | |
| 43 | 苏州苏明装饰有限公司 | 全面培训 | 郁鸿伟 | 企管部0512-65799680 人资部0512-65799677 传真号0512- | 2011/5/2 | 2011年是苏明装饰的培训年 | 2011/5/3张何之发送精益管理推介材料及金螳螂调研材料 | | | | | |
| | | | 董事长葛德法 | | | 今年是利越集团成立二十周年, 2011 | 2011/5/2张何之联 | | | | | |

市场营销日常管理工具：销售漏斗

- 每位营销项目经理将会占有有一部分自己的客户和自己的重要商机，通过对客户关系的持续维护，把握每一个重要的商业机会，营销项目经理将逐步将潜在订单转化为销售合同。
- 针对“设计项目”的销售，需要通过“资格预审”、“需求分析”、“价值陈述”、“辨识决策者”、“感觉分析”、“建议/出价”、“谈判/成交”等一系列销售流程。只有部分潜在订单会不断随着销售流程的推进，最终转化为合

| 商业机会名称 | 金额 | 完成日期 |
|---|-------------|------------|
| Kitty Kat Inc 866565 - 1000 units | \$75,000.00 | 10/28/2009 |
| JBC Banking Inc 65687 - 1000 units | \$10,000.00 | 01/23/2010 |
| Start Over Trust 929390 - 1000 units | \$25,000.00 | 02/01/2010 |
| Overhead & Underfoot Ltd. 366440 - 1000 units | \$75,000.00 | 02/05/2010 |
| JAB Funds Ltd. 312566 - 1000 units | \$75,000.00 | 03/09/2010 |

| 客户名称 | 电话 | 输入日期 |
|----------------------------------|----------------|------------------|
| JAB Funds Ltd. 312566 | (951) 085-6518 | 05/20/2009 10:18 |
| Kitty Kat Inc 866565 | (645) 645-3639 | 05/20/2009 10:18 |
| Overhead & Underfoot Ltd. 366440 | (334) 949-0077 | 05/20/2009 10:18 |
| Start Over Trust 929390 | (783) 264-1528 | 05/20/2009 10:18 |
| Smallville Resources Inc 610729 | (342) 810-1237 | 05/20/2009 10:18 |



市场营销日常管理工具：销售漏斗

- （第1列）客户名称：营销项目经理个人占有的业主方信息。
- （第2列）需求：业主方潜在的项目需求信息，可在备注中对需求信息做进一步的描述。
- （第3列）联系人：业主方潜在项目的决策人、影响人等相关联系人信息。
- （第4列）联系信息：上述联系人的联络方式（手机、固定电话、电子邮件），也可将业主方的通信地址等信息记录在这里。
- （第5列）更新时间：最近一次与联系人进行联络、跟进潜在订单的时间。
- （第6列-第10列）销售进度：可根据设计项目销售特点，将销售进度划分为若干阶段，当每次跟进销售信息的时候（需要将联系时间、我方联系人、对方联系人、联系要点等信息记录下来）对照每一阶段的特点进行判断，相关联系过程记录在对应的销售进度列中。
- （第11列）销售完成：销售进度为100%，表明此设计项目已经推进到实施阶段。
- （第12列）备注：对业主方的详细需求信息、项目的预期合同金额、实际合同金额等信息记录在此列。如因特殊原因未在项目实施前签订正式合同，也仍需将预计的合同金额记录下来。汇总各挡销售进度对应的项目预期合同金额，则为该营销项目经理在未来一段时间可签订的合同金额；汇总销售进度为100%的项目合同金额，则为该营销项目经理累计完成的合同额。

销售漏斗中的客户需求信息来自市场部员工周工作报表

市场部员工周工作述职表

填表人：_____ 填表时间：_____ 本周为： 月 日至 月 日

| | | | |
|--------------|----------|--------|------|
| 本周主要工作和目标综述： | | | |
| 日期 | 本日工作内容 | 次日工作计划 | |
| 周一 | | | |
| 周二 | | | |
| 周三 | | | |
| 周四 | | | |
| 周五 | | | |
| 周末 | | | |
| 本周工作小结 | | | |
| | 单位/联系人信息 | 客户需求 | 跟进措施 |
| 本周拜访客户 | | | |
| 意向客户促进 | | | |
| 新开发客户 | | | |
| 下周跟进客户 | | | |
| 合作伙伴沟通情况 | | | |
| 建议与心得： | | | |
| 下周工作计划： | | | |

（注：其中意向客户主要针对已提案，和已拜访的目标客户）

举办重要会议及接待活动可事先制作查检表以监控细节

- 会议及接待活动的特点是：短时间内需要完成很多细节操作，有效的做法是按照事先制作的查检表将各项工作分工给相关人员负责。
- 通过不断优化完善查检表，可针对各类会议和接待活动制定出专项的查检表，用以指导相关单位开展活动准备

| 时间 | 内容 | 负责人 | 备注 |
|------------------|----------------------|-----|--|
| 第一天 9月24日 | | | |
| 10:00 | 到达苏州酒店 | 刁XX | 提前和酒店联系人约好时间。 |
| 10:00—12:00 | 会场布置及资料准备 | 刁XX | 相机等提前检查电池，注意电脑等插线口位置，自备两个插线板。灯光、幕布拉下、投影大小、话筒调试。注意大堂及电梯口指示牌的摆放、席卡摆放、接待台摆放、请赐名片处、空调打开、资料袋中准备讲义、白皮书、笔记本、水笔。 |
| 13:00 | 欧阳老师一行人接待 | 刁XX | 在酒店等候，陪同登记入住。了解客人需要并及时与酒店沟通。 |
| 14:00 | 和欧阳老师、路桥公司及酒店方沟通会议细节 | 刁XX | 几家一起沟通，分工，确认西餐的用餐细节。 |
| 15:00 | 会议通知 | 薛XX | 将后两天的会议时间安排发给每个参会人员。 |
| 17:00 | 安排讲师的免费房入住 | 薛XX | 2夜免费房，早餐 |
| 第二天 9月25日 | | | |
| 8:30 | 到达会场 | 刁XX | 着正装 |
| 8:30—9:00 | 设备准备及调试 | 刁XX | 相机等提前检查电池，注意电脑等插线口位置，自备两个插线板。灯光、幕布拉下、投影大小、话筒调试。 |
| 9:00—10:30 | 讲课 | 讲师 | 课前准备简单的讲师简介给到主持人 |
| 10:30—10:45 | 茶歇 | 薛XX | 水果等锦锦负责提前洗好，茶歇时摆放在桌子上。准备两包抽纸。 |
| 10:45—12:00 | 讲课 | 讲师 | |
| 12:00 | 安排午餐 | 刁XX | 订一桌餐。老师陪同客人共同用餐 |
| 12:00—14:00 | 午休 | 刁XX | 工作人员外出用餐，留一人看守会场。 |
| 14:00—15:45 | 讲课 | 讲师 | |
| 15:45—16:00 | 茶歇 | 薛XX | |
| 16:00—16:50 | 研讨及问答 | 薛XX | 薛XX注意给发言人传递话筒，并对重要问题做记录。记录人：陈XX |
| 16:50—17:00 | 会议总结发言 | 刁XX | |
| 17:00以后 | 送会 | 刁XX | 送讲师，车票由宏艳负责，提前预定。 |

设计院某部门正在使用的会议准备工作查检表

会议准备确认表

| 必要项 | 检查项 | 完成情况 |
|-----|--|------|
| * | 确保会议室周围没有噪音（如装修施工、婚宴） | |
| | 确保会议室光线充足 | |
| | 会议室具有足够的空间 | |
| | 准备好参会人员桌牌（印有每个参会人员名称），主席台桌牌的排放符合商务礼仪要求 | |
| * | 准备好主席台领导桌牌，主席台桌牌的排放符合商务礼仪要求 | |
| | 确保投影机能正常工作 | |
| | 准备无线麦克风 个 | |
| | 确保音响工作正常 | |
| | 确保能够使用笔记本电脑连接音响播放音乐（准备音频线、有源音箱） | |
| | 准备白板、白板笔 | |
| * | 下发会议通知，并反馈参会人员情况 | |
| * | 准备会议议程 | |
| | 会场布置图 | |
| | 电子屏欢迎词 | |
| | 参会领导派车接送 | |
| | 确保每个参会人员有笔、笔记本 | |
| | 提前下发会议研讨文件，要求参会人员提前阅读 | |

注：1、必要项以“*”表示本次会议需要确认

2、项目完成情况化以“√”表示完成

设计院人力资源部正在使用的培训准备工作查检表

SXED员工MS Office Word培训准备工作确认表

培训时间：2011/5/5 培训地点：六楼大会议室 参训人员：各部门约70人 组织者：人力资源部 负责人：江东洁 更新日期：2011/5/5

| 必要性 | 检查项 | 配合部门 | 当前进展 |
|-----|---------------------------------------|------|----------------|
| * | 联系培训师，确定培训时间包括老师的接待、食宿安排等 | 汉庭酒店 | 已联系好，预定汉庭 |
| | 取得培训讲义，确认纸介或电子版讲义是否需要发放 | | 已收到讲义电子版 |
| * | 确定培训方式及参加人数（如有小组讨论则桌椅按棱型摆放） | | 自带笔记本电脑，人数70左右 |
| * | 培训师的接送安排 | 车队 | |
| * | 发培训通知，通知上确定参加人员反馈时间，开课统计参加人数 | | 通知已发 |
| * | 会标的制作 | 会议中心 | 已做好 |
| * | 电子屏通知 | | |
| * | 教室预定,确保授课日教室周围没有噪音（如装修施工、婚宴） | 会议中心 | 已预定六楼会议室 |
| | 确保教室光线充足 | | |
| | 教室具有足够的空间 | | |
| * | 投影幕布 | 会议中心 | 已调试好 |
| * | 确保投影机能正常工作 | 会议中心 | 已调试好 |
| * | 准备有线麦克风1个、无线麦克风3个 | 会议中心 | 已调试好 |
| * | 确保音响工作正常 | 会议中心 | 已调试好 |
| * | 电源线 | | 准备备用插线板2个 |
| * | 确保讲师能够使用笔记本电脑连接音响播放音乐（准备音频线、有源音箱） | 会议中心 | 已调试好 |
| * | 准备好桌牌（印有每个学员名称） | | |
| * | 准备白板、白板笔（多支，确保每组一支供小组讨论用）、翻页白纸 | 会议中心 | 已准备好 |
| * | 翻页白纸可选择1开大白报纸，把长报纸夹用胶带贴在白板上 | | |
| * | 讲义每页打印两张PPT，保证每个学员都有教材(乙方提前发给甲方电子版讲义) | | |
| * | 讲课用笔记本电脑 | 老师自备 | |

慧朴管理简介

致力于“精益生产及精益建造”的理论研究和实践推广

上海慧朴企业管理有限公司是一家专注为工程行业提供“精细化管理与精益运营”系统解决方案的专业服务机构。

慧朴管理的愿景：

致力于研究、发现、推动和实现工程行业的价值增值，成为最受行业欢迎的合作伙伴。

慧朴管理的使命：

履行管理实践，促进科技应用；助推客户发展，成就精彩人生。

慧朴管理的价值观：

精益运营，推广最佳实践，满足客户需求；

尊爱伙伴，激发团队潜能，实现财富理想；

积极奉献，勇担社会责任，创建美好生活。

慧朴管理简介

立足工程领域，客户包括投资建设、勘察设计、建筑施工、房地产开发、工料机供应商等中等规模以上企业

慧朴管理已经为中国建筑、中国中铁、中国铁建、中国电建、中国能建系统内多家局级单位，港珠澳大桥管理局、上海电力、万科地产、复地集团等多家业主单位，国家电网、中国石化系统多家甲级设计单位，以及多家民营企业提供了涵盖战略规划、组织管控、人力资源管理、绩效管理、薪酬激励、流程优化、信息化建设等内容的专业的常年咨询服务。

慧朴管理是中国建筑业协会建筑企业经营和劳务管理分会的理事单位，参与协会“中国建筑企业管理网”（网址<http://www.jzqygl.org>）的运营管理，慧朴管理还是美国精益建造协会（网址<http://www.leanconstruction.org>）在国内的第一家分支机构。慧朴管理与清华大学继续教育学院、同济大学EDP联合举办“建筑工程总裁研修班”、“交通工程总裁研修班”，已在国内举办数十场工程行业高层管理者研讨会，每年服务千余名行业高管。

慧朴管理凭借为数十家工程建设企业提供的“精细化管理与精益运营”管理咨询服务，深刻理解行业、企业管理改进需求，完全有能力为企业定制开发“咨询式培训解决方案”。

专业培训简介

咨询式内训——面向行业的专业培训服务提供机构

慧朴管理整合优秀企业的管理实践经验，深入分析房地产企业、建筑施工企业、勘察设计企业不同岗位员工的能力素质模型，开发出符合企业个性化需求的培训课程体系。每年，在慧朴管理举办的各类培训、研讨活动中，数以千计的管理者收获了最新的管理理念及实用的工作方法。

高层论坛与研讨

工程行业“精细化管理与精益运营”公开课

咨询式内训

培训需求分析
人才测评
企业运营分析
岗位能力分析



培训体系与课程设计
培训主题设计
师资匹配
案例筛选



培训实施
课程精要讲解
案例分析及研讨
管理游戏
沙盘模拟



培训评估转化
培训总结
效果量化评估
跟进辅导
改进建议

工程行业管理者能力模型

专业讲师介绍

师资包括公司内部合伙人、清华大学及同济大学教授、住建部及行业协会专家顾问、大型工程建设企业高管等



包老师, 项目管理



陈老师, EPC



陈老师, 精益专家



陈老师, HR 绩效



揭老师, 项目管理



李老师, 工程质量



林老师, 项目成本



林老师, 项目管理



刘老师, IPMA



马老师, 项目策划



潘老师, 商务谈判



孙老师, 工程法务



谭老师, 工程法务



田老师, 人才培养



王老师, 领导力



王老师, 国际工程



项老师, 国际工程



张老师, 精细化



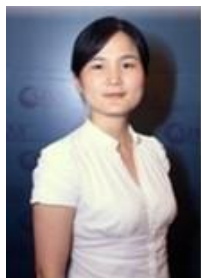
张老师, BT/BOT



王老师, 工程成本



王老师, 标准化



葛老师, 流程管理



张老师, IPMA



周老师, 精益运营

慧朴培训思路

慧朴管理制定了一整套的关键员工“人才梯队建设方案”及“人才梯队培训方案”

基于关键员工人才梯队建设方案的系统化的能力提升是工程建设企业培训的出发点，也是关键点。

▶慧朴管理认为在企业中，可以将各类关键员工划分为A类、B类及B潜类、C类及C潜类共五类，分别属于企业中高层、中层、基层三个层级中的部分员工。企业里的关键员工可以创造一般员工3-10倍的生产力。

慧朴管理“人才梯队建设方案”的设计思想如下——

▶A类关键员工包括在职的高层管理者；B潜类关键员工是指部分有培养潜力、有可能成长为高层管理者的中层干部；B类关键员工是指专业领域的营销经理，项目经理，业务部门负责人，以及职能部门负责人；C潜类关键员工是指部分有培养潜力、有可能成长为中层干部的基层专业工程管理、技术管理骨干人员，职能管理骨干人员；C类关键员工包括基层专业工程管理、技术管理骨干人员，职能管理骨干人员。

▶每年，在B类关键员工中挑选优秀的20%作为B潜类关键员工予以重点培养，以便在业务扩张阶段及出现职务空缺时担任A类职务；同样，每年挑选20%的优秀C类关键员工作为C潜类关键员工进行系统培训，为企业储备B类管理力量。

慧朴培训思路

慧朴管理制定了一整套的关键员工“人才梯队建设方案”及“人才梯队培训方案”

基于关键员工人才梯队建设方案的系统化的能力提升是工程建设企业培训的出发点，也是关键点。

▶慧朴管理认为在企业中，可以将各类关键员工划分为A类、B类及B潜类、C类及C潜类共五类，分别属于企业中高层、中层、基层三个层级中的部分员工。企业里的关键员工可以创造一般员工3-10倍的生产力。

慧朴管理“人才梯队培训方案”的设计指导思想如下——

▶以企业的战略和员工的职业发展规划为导向。指导员工根据个人的能力和意愿建立符合企业发展战略的职业规划，提出类员工所需培训的范围及内容。慧朴管理可协助企业进行战略规划设计和员工职业发展通道管理体系设计。

▶以提升组织和员工绩效为焦点。聚焦企业、部门和员工的工作目标和绩效指标达成，注重培训课程的实用性和效果性。慧朴管理可协助企业设计覆盖部门及岗位的绩效考核与薪酬激励管理体系。

▶以解决问题和缩短员工能力差距为驱动。分析员工个人能力与岗位任职要求之间的差距，调研员工在工作中遇到的问题，提供提升“知识、技能、态度”等胜任力培训课程。慧朴管理可协助企业设计不同岗位员工的胜任力模型。

▶以履行员工岗位职能和要求为基础。梳理企业各岗位员工的工作职责，细化工作内容与要求，提出工作标准，明确权责配置，为员工能够顺利履行职责提供基础技能培训。慧朴管理可协助企业优化设计组织结构及岗位管理体系。

慧朴培训思路

慧朴管理制定了一整套的关键员工“人才梯队建设方案”及“人才梯队培训方案”

基于关键员工人才梯队建设方案的系统化的能力提升是工程建设企业培训的出发点，也是关键点。

▶慧朴管理认为在企业中，可以将各类关键员工划分为A类、B类及B潜类、C类及C潜类共五类，分别属于企业中高层、中层、基层三个层级中的部分员工。企业里的关键员工可以创造一般员工3-10倍的生产力。

慧朴管理“人才梯队培训方案”的体系框架如下——

- ▶针对A类和B潜类关键员工，慧朴管理设计了《中高层管理者高级管理研修培训体系》；
- ▶针对B类和C潜类中专业工程管理和技术管理关键员工，慧朴管理设计了《职业项目经理研修培训体系》；
- ▶针对B类和C潜类中职能管理关键员工，慧朴管理设计了《职业职能经理研修培训体系》；
- ▶针对C类中专业工程管理和技术管理关键员工，慧朴管理设计了《专业工程技能提升培训体系》；
- ▶针对C类中职能管理关键员工，慧朴管理设计了《专业管理技能提升培训体系》；
- ▶针对新入职员工，慧朴管理设计了《新员工入职培训体系》。

培训案例介绍

师资包括公司内部合伙人、清华大学及同济大学教授、住建部及行业协会专家顾问、大型工程建设企业高管等

| 客户列表 | 培训合作简介 |
|--|--|
|  山西省电力勘测设计院 SHANXI ELECTRIC POWER EXPLORATION & DESIGN INSTITUTE | 勘察设计公司精细化管理与精益运营系列培训，2009年-2012年，讲师团以慧朴管理讲师为主 设计院中高层管理者 40 余人，已完成 10 余次授课，累计培训千余人次 |
|  江苏省交通规划设计院 JIANGSU PROVINCIAL COMMUNICATION PLANNING AND DESIGN INSTITUTE CO., LTD. | 勘察设计公司中高层管理者能力提升系列培训，基层管理者能力提升系列培训，2012年，讲师团以慧朴管理讲师为主 设计院中高层管理者 40 余人，基层管理者 60 余人，已开展年度培训体系咨询，每月按计划实施 |
|  BAOSTEEL 宝钢 | 工程公司项目管理系列培训 公司中高层管理者及部分项目 |
|  北京燕山玉龙石化工程有限公司 Beijing YanShan YuLong Peo Co., Ltd. | 工程公司人力资源管理系列 公司中高层管理者及部分项目 |
|  山西省工业设备安装公司 ShanXi Industrial Equipment Installation CORP | 工程企业组织管理与项目管理 公司总部及各子分公司中高 |
|  清华大学 职业经理训练中心 | 联合举办交通工程高级管理及慧朴管理讲师为主 已累计培训交通建筑施工企 |
|  中铁三局集团有限公司 China Railway No.3 Engineering Group Co., Ltd. of China Railway | 建筑企业客户风险管理，20 集团总部及各子分公司中高 |
|  中国中铁二局集团有限公司 China Railway No.2 Engineering Group Co., Ltd. | 职业项目经理与有效项目管 公司总部及各项目部项目经 |
|  中国水利水电建设集团公司 SINOHYDRO CORPORATION | 建筑企业集团基础设施建设 讲师为主 集团及各工程局中高层管理 |
|  中国水利水电建设集团公司 SINOHYDRO CORPORATION 水电十五局 | 建筑企业中高层管理者“职业 公司中高层管理者及部分项目 |
| 其他 | 慧朴管理已为数十家工程建设企业提供优质的管理培训服务，并与多家行业协会合作，举办多场专题高层研讨会 |

慧朴管理认为，企业开展员工培训的本源目的只有一个，那就是结果！

更多培训课程，欢迎来电、来函索取清单！

慧朴管理可定制开发满足您个性化需求的培训课程！

万老师

手机：18930471508；18930481508

邮件：[wanxuehong@hywit.com](mailto:w anxuehong@hywit.com)

QQ：444175512

办公地点：上海市徐汇区斜土路2601号T3幢11D室（200030）

办公电话：021-64262151

办公传真：021-64262151-8005

公司网址：<http://www.hywit.com>