

最新公司人员管理有哪些方面 疫情期间 人员管理方案(实用6篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。相信许多人会觉得范文很难写？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

公司人员管理有哪些方面篇一

- 1、学校进出管理实施专管负责制，指定专人负责。
- 2、学校进出管理制度，张贴在校门口醒目位置，确保全体师生遵照执行。
- 3、学校门卫保安确保双人在岗，规范佩戴口罩和疫情防控红袖标，熟练掌握“津门战疫”扫码系统操作方法，严格执行出入口测温、登记。
- 4、学校门卫室备齐配足测温仪器（红外线测温仪2—5支、水银体温计2—5支）和消毒用品（酒精、消毒棉球、含氯消毒液）等。
- 5、学校门口设置消毒地垫，定期喷洒含氯消毒液。
- 6、学校教职工进出校门时均须严格执行“津门战疫”扫码进出。
- 7、学校开学后，校门口要分别设置教职工自己扫码专门通道，安排足够的工作人员为师生提供扫码服务，尽量减少扫码排队时间，避免出现因扫码产生新的聚集。
- 8、学校在开学前原则上只开放一个出入口，其余出入口一律关闭。开学后，根据单位实际情况开放出入口，每个出入口

必须配足配齐安保力量和防疫设施设备，确保工作标准同一，工作流程统一。

9、学校在开学前及开学后均须严格控制外来人员进入校园，如遇确需进入校园的，门卫保安人员应首先确认来访人身份并问清来访原因，第一时间通知专管责任人，在征询专管领导同意后对接相关受访部门和受访人员，核实无误后，门卫保安人员履行相关扫码、测温、登记手续，确认来访人员符合防疫要求后，通知受访人员到校门口进行接待。来访人员离开校园后，门卫保安要第一时间向专管领导汇报相关情况，并及时做好记录。

10、绝不允许车辆进入校园。

公司人员管理有哪些方面篇二

先对事后对人，明确责任，事事有人负责、人的管理是最难的，尤其对有一定阅历的销售人员、销售团队管理的目的是做好事情，达成公司的目标，也就是说管理好事情，让销售人员达成公司期望的目标就达到了销售团队管理的目的、所以包括销售目标在内的所有目标必须分解到责任人，人人对自己的目标负责、通过对事的管理来达到管人的目的。

以结果为导向，量化管理、销售目标进行月度分解到门店为基本单位，各级销售人员对自己的目标负责、导购负责所促销的门店，业务代表负责自己管理的片区，城市经理负责整个城市，省级经理负责全省，大区对整个大区销量负责，销售总监则对全国负责、前提是销售目标的制定和分解科学，可执行性强、可以通过设立较高的目标充分挖掘销售队伍的潜力，进行目标完成率排名考核，处罚下游，鼓励中游，奖励上游、就像学生考试，试题很难，对每个学生是一样的，也同样能根据分数的高低排出名次、另外一种设立较低的目标，大多数人超额完成，能鼓舞士气，同样进行完成率排名、总之不管考试题的难易，最终优胜者是排名靠前的、一

定要考试，不然就不知道好坏了、所有的销售人员都参加数字化的目标考核、销售团队的管理就以结果为导向，对自己的销售目标负责。

销售同比增长率排名的考核公平简单的反映出销售团队的业绩、对人员管理的大忌就是不公平，如果销售目标设置的不公平就先天造成销售队伍的不稳定，比如说2导购的门店基础不同，而目标任务设置一样，就造成基础较差门店导购的离职等、销售同比增长率就是大家都和自己的过去比，比的是进步的速度，落后就要挨打了、整体平均增长300%，为什么你的区域只有30%呢？针对这种市场就要分析原因，对症下药了。

对特殊需要整改的市场，可单独设立目标考核、往往需要大力调整的市场，参加一刀切的考核时雪上加霜，更不利于市场的培育和调整，只能造成进一步恶化和业务队伍的频繁换人、这种市场可单独报备公司审批独立考核。

以门店管理为基础，所有的管理考核落脚点在终端门店、解决了终端门店的问题，销售就形成了良性的循环、终端门店的销量提升分解点有：单品分销条码执行、零售价格管理、陈列执行、导购管理、缺货、赠品管理、特殊陈列、促销活动执行等，每项管理进行细化，设立；神秘人；检查，反馈到总部在下发到当地整改，再检查，再反馈，再整改，如此循环、公司的稽核部可下设一个终端门店稽核小组，；神秘人；可聘请当地的在校大学生，费用基本为10元/店，以顾客的身份检查，同时可以检查所有项目、该神秘人的设置能有效规避当地经理弄虚作假，加强对终端门店的管控力度，对经销商也能发挥监督作用。

对导购的管理可设置费用销量占比的形式考核当地各级销售人员、快速消费品行业导购人数基数大，工资成本很大，加上促销员管理费每月支出很高，如果管理失控，对公司损失很大、比方我们设置8%的费用比例，导购工资占销售的8%以

内，作为一项硬性指标考核当地经理、能有效规避乱上导购和虚报的现象发生、同时用；神秘人；来检查门店有无导购虚报十分有效，抽查几次就能发挥很好的威慑作用。

建立导购培训及认证的体系，打造一支专业、高效、稳定的终端铁军、对导购以销售能力的提高为核心，总部加强促销话术的开发，高效传递到一线导购，力求做到点到位、口语化、傻瓜化、实战化、安排；神秘人；以顾客身份检查导购话术的执行情况、对导购实行初中高三级认证，让导购有提升空间，给予不同的物质精神双奖励。

每月安排全国性主题终端营销活动、主题性营销活动的好处是全国一盘棋，相互造势，提升终端势能，也能比较各地的执行效果，进行全国对比、主题性营销活动能拉动消费者对品牌的持续关注，避免长期特价和堆码对消费者的刺激疲劳、对特价实行最低限价制度，活动形式多样化，严禁同一单品持续特价活动、通过对主题性活动的执行和管理，特别是效果的评估，能有效的管理销售团队。

销售队伍的热情和士气是高效团队的基本条件、打造一支士气高涨的团队是一个系统工程、首先需要招聘具有乐观精神、勇于挑战、积极进取的员工、二则树立典型和样板，激发销售团队的潜能，别人能做到的你一定能做到、三则选好团队的领导，领导都无精打采就不要指望下属能生龙活虎了、四则做好培训，培养一种赢文化、五则做好激励和处罚，表扬先进，鞭策后进，整体提升。

为了强化培训效果，营销管理者可以组织业务人员设置场景演练，从市场调查到方案制作，再到客户谈判，一个环节一个环节地模拟进行，然后总结经验和教训、通过这种现场模拟演练，能明显提高业务人员的实际操作技能、另外，为了减少业务人员的工作失误，销售团队管理者可以针对业务人员写好的方案，组织讨论、沟通，确定后再让其拿着方案拜访已锁定的目标客户。

公司人员管理有哪些方面篇三

广告公司薪酬体系管理中，普遍存在着薪酬激励体系不够健全，绩效考核模式不够全面，职业规划工作未能开展以及公司培训活动较为匮乏等问题。

1. 薪酬激励体系不够健全

当前我国很多广告公司在实际发展的过程中，普遍存在着员工工作积极性较差、责任心不强等问题，这些因素均成为了限制广告公司发展的关键性因素。构建全面的广告公司薪酬体系优化方案，有助于提升广告公司人力管理的效果。

有效的薪酬管理制度能够增强员工的企业归属感，提升员工的工作质量，转变员工的工作态度，为广告公司的发展奠定良好的基础。反之，则会阻碍广告公司的发展，造成人才大量流失的问题。全面的薪酬激励体系，是广告公司发展中考需要考虑的重要问题。基于大量的实践调查研究能够看出，当前广告公司薪酬体系管理不够健全这一项问题中，具体表现在薪酬管理不够公平，薪酬对外影响力较小，薪酬制度模式不够科学以及薪酬激励效果不够突出等方面。

(1) 薪酬管理不够公平。大量的实践调查研究中显示，当前很多员工认为薪酬管理中存在着不公平的现象，很多员工提出了质疑，这些质疑会直接影响员工的工作热情、工作积极性。

(2) 薪酬对外影响力较小。薪酬管理中，需要结合公司的实际管理情况进行综合分析，提升广告公司薪酬管理中的对外影响力，吸引更多的广告人才。但是实际管理中，广告公司的薪酬管理方式对外影响力却相对较小，易于造成人才流失等问题，无法真正发挥广告公司薪酬管理的实际价值。

(3) 薪酬制度模式不够科学。基于大量的实践调查研究能够

看出，广告公司中的层级管理方式会直接影响员工的工作热情度，但是当前很多广告公司人力资源管理中，却存在着职业之间的层次划分不够清晰等问题。员工的实际工作能力、工作年限等没有和其薪资相互联系，这些问题会在一定程度上影响员工的工作质量、工作态度等等。

（4）薪酬激励效果不够突出。薪酬激励的价值在于最大限度提升员工工作质量、工作积极性与工作效率，但是当前实际的广告公司薪酬管理中，实际的薪酬激励效果却不够突出，没有切实展现工作效率与工作能力对员工薪资的较大影响，进而也会降低广告公司员工工作的积极性。

2. 绩效考核模式不够全面

绩效考核对现代企业的发展能够产生重要的影响，科学的绩效考核管理方式能够保证考核的公平性与有效性，促进广告公司的全面发展。但是当前广告公司在实际管理的过程中，虽然很多公司已经认识到绩效考核的重要性，但是实际的管理效果仍然不够理想。产生这种问题的原因主要在于绩效考核模式不够健全，没有基于广告公司的实际需求进行管理方式的创新，难以真正展现广告公司的实际发展需求，影响着广告公司员工工作的积极性，不利于广告公司的全面发展。

3. 职业规划工作未能开展

每一位员工的实际的公司活动中，均希望能够得到晋升与发展，但是当前的广告公司管理过程中，却普遍存在着职业规划工作未能开展的问题。广告公司比较注重经济方面的管理，企业文化管理，但是对员工的个人价值、个人发展规划关注程度不足，具体问题表现在两个方面。

（1）优秀人才发展受到阻碍。优秀人才是广告公司的巨大财富，但是广告公司实际管理过程中却存在着忽视优秀人才发展规划的问题，没有为广告公司的优秀人才制定明确的个人

职业生涯发展规划，这些问题会直接影响广告公司人才的发展与人才的管理效果。

(2) 公司晋升制度不够健全。晋升管理的制度，会直接影响广告公司员工工作的热情度，但是当前广告公司中晋升制度没有直接与人才发展相互联系，一些广告公司中甚至存在着晋升制度不公开透明问题、对于员工个人的晋升国家职称问题单位零管理等，长此以往则会对广告公司的发展产生较大影响。

4. 公司培训活动较为匮乏

知识经济时代下，每一个企业都需要认识到培训的重要价值，通过积极的`培训活动，增强员工工作的能力与工作的质量，为广告公司的全面发展奠定良好的基础。但是在广告公司实际管理的过程中，却普遍存在着广告公司管理人员比较关注员工工作的能力、绩效考核的情况，但是却忽视公司培训活动的的问题。缺乏有效的培训活动，会直接造成员工知识、能力与其实际工作、发展难以有效搭配的问题，不利于广告公司的全面发展。

知识经济时代下，广告公司可以通过明确公司发展客观需求，设计薪酬管理模式，通过公司绩效考核方式的创新等策略，全面提升管理质量，不断促进公司发展，满足广告公司的实际发展需求。

1. 明确公司发展客观需求，设计薪酬管理模式

薪酬管理制度的设计，需要基于广告公司的实际发展需求、未来发展需要，结合员工的特点进行针对性管理。在广告公司薪酬体系设计的过程中，需要遵循着公开、公平与公正的原则，保证薪酬管理的透明度，使每一位员工都能够认识到薪酬与个人能力直接的密切联系，使员工保持良好的工作态度与工作积极性，保证广告公司内部管理的公平性。

在绩效管理的过程中，可以基于广告公司各个部门的实际工作要求、岗位特点进行综合分析，引入绩效考核等相关管理要求。比如广告公司对员工销售人员的实际销售能力、绩效水平要求较高，则可以将广告公司员工销售人员个人的工作能力、工作态度以及工作质量等直接与其薪资水平相互联系。积极创新薪酬管理制度，将员工的工作年限等与其薪资水平同样保持联系，比如某员工工作年限高于1年，底薪则可以增加100元，员工工作年限2年，则可以底薪增加200元等，保持员工的职业稳定性，降低员工离职等问题为广告公司带来的直接损失。薪酬体系的设计，还需要适当增加员工的带薪休假、定时体检等内容，比如可以为工作高于1年的员工，每年开展一次身体检查活动，工作年限高于5年则可以拥有一次公司出资的旅游或者是外出学习活动等等，使员工能够对公司保持一定的归属感，感受到公司对他们的关心与支持。薪酬管理的过程中，可以适当增加员工之间的薪酬差距。比如绩效水平相对较强的员工，则其薪资水平也会显著高于绩效水平相对较差的员工，通过拉开薪资水平的方式，留住更多的优秀人才，为广告公司的全面发展奠定良好的基础。

在此基础上，广告公司还可以适当增加一定的对外竞争优势。比如可以基于其他广告公司的薪资待遇，增加本广告公司中的福利待遇，使更多的优秀人才能够涌入到广告公司当中，促进广告公司的发展。

2. 创新公司绩效考核方式，全面提升管理质量

公司绩效考核管理的方式，也是直接影响公司发展的关键性因素，基于当前广告公司的特点以及广告公司绩效考核中普遍存在的问题，广告公司可以通过基于实际发展需求，创新绩效考核模式，全面提升绩效考核管理的质量。

(1) 构建完善的绩效考核管理指标。基于需要特征的广告公司绩效考核管理目标，需要包含针对性、个性化以及发展性的特点，明确各项管理要求，从实际出发，从细节人手，将

广告公司实际管理中的各项事物引入其中，制定完善的绩效考核管理指标，全面展现员工的实际绩效水平。例如可以将员工的工作能力、工作态度、合作能力、独立完成工作能力等等相关因素融入到综合考核活动中。比如在为员工位置某项广告设计工作后，员工个人设计的总体时间、客户满意度等等，将这些元素融入薪资体系管理过程中。

(2) 及时反馈绩效评价的具体情况。及时反馈绩效评价的具体情况，有助于深入分析问题、及时解决问题，真正展现绩效考核的实际价值。在当前的广告公司发展过程中，需要制定完善的公司绩效考核评价反馈制度，基于广告公司的绩效考核评价情况进行针对性分析，提升广告公司的整体竞争能力，使广告公司能够在激烈的市场竞争环境下保持良好的发展态势。

(3) 制定针对性的绩效考核管理方法。针对性的绩效考核管理方法，主要是基于不同的部门发展需求、工作需求，进行制度的设计与全面管理。广告公司实际发展的过程中，不同的部门也会具有不同的员工管理需求，比如市场部门需要重点考察员工的语言沟通能力、表达能力，市场部门则可以将员工销售能力引入绩效考核中；设计部门则比较注重员工的设计能力、思维能力以及合作能力等等，设计部门则可以将员工的广告设计数量、客户满意度等融入总体绩效考核中。通过针对性的绩效考核管理办法，提升广告公司的整体考核效果，增强广告公司团队凝聚力。

(4) 开展奖惩结合的绩效考核模式。奖惩结合的绩效考核方式，能够在激励员工的同时，保持良好的公司管理模式，及时惩处具有不良工作态度的员工，发挥激励的价值，保证公司的全面发展。

3. 注重员工职业生涯规划，减少优秀人才流失

职业生涯规划是一个人职业发展过程中的目标，对人才的发

展能够产生重要的影响。缺乏有效的职业生涯规划，会使人才的发展出现一定的盲目性特点，不利于人才个人的发展，同时也对公司的发展产生了一定的阻碍性影响。在当前知识经济时代下，广告公司需要注重员工职业生涯规划的重要意义，通过职业生涯规划，为员工提供发展的舞台，将员工个人的发展与广告公司的愿景密切联系，为每一位优秀人才制定职业生涯规划，实现优秀人才与广告公司的全面、同步发展。

比如广告公司可以结合公司的战略发展计划，为优秀人才打造个性化的职业发展路径，比如可以在优秀人员进入公司1年以内，制定成为公司优秀员工的计划；优秀员工进入公司3年内，成为公司的骨干；优秀员工进入公司10年内成为业界精英等等，使每一位优秀人才都能够明确自身的职业生涯规划，积极参与各项公司管理与发展活动，提升员工工作的积极性与职业自豪感。

4. 开展员工培训教育活动，不断促进公司发展

全面的员工培训活动能够不断提升员工的知识与技能掌握能力，对员工综合工作质量的提升能够产生重要的影响。当前知识经济时代下，广告公司相关管理人员需要充分认识到员工培训的重要价值，基于广告公司的实际需要特征，开展各式各样的教育与培训活动，并使培训活动能够具有针对性、层次性特点，使培训活动能够成为常态。

比如广告公司可以基于不同部门的员工发展需求，开展各式各样的教育与培训活动，注重培养员工的职业道德，深层次提升员工个人素质，使员工接受企业文化和先进技术的熏陶。可以采取培训效果评估与内训讲师工作改进方法即：针对培训内容吸收的中期培训效果评估，以内容回顾及直接领导评价为主，针对培训后行为改善程度的长期效果评估，以培训内容内部分享与转化，业绩提升的考量为主，目的是为了充分发挥培训的最终效用。可以采用激励机制即：在公司建立

内部讲师制。公司内部选拔业务优先的员工作为内部讲师，推行激励包括按课时发放的月度培训津贴及依据年度工作考核授予的年终工作奖励考量。培训结束后，高管要做好后续反馈、跟踪工作，为以后的培训提供参考。这种方式有助于不断提升广告公司综合管理的效果，切实发挥员工培训教育活动的价值，同时也对员工的全面发展能够产生重要的影响。

综上所述，知识经济时代下薪酬管理的价值与绩效考核的作用越来越突出，在当前激烈的市场竞争环境下，每一个广告公司都需要充分认识到人力资源管理的重要性。在实际的管理过程中，可以通过明确公司发展客观需求，设计薪酬管理模式；创新公司绩效考核方式，全面提升管理质量；注重员工职业生涯规划，减少优秀人才流失以及开展员工培训教育活动，不断促进公司发展等方式，改善当前广告公司薪酬管理与绩效考核中所存在的问题，制定完善的公司绩效考核评价反馈制度。在未来的广告公司人力资源管理过程中，需要基于广告公司的绩效考核评价情况进行针对性分析，注重管理方式的持续性完善，使每一位广告公司员工都能够明确积极参与各项公司管理与发展活动，提升员工工作的积极性与职业的自豪感，在科学、规范性的广告公司发展理念下，构建良好的广告公司人力资源管理模式，提升广告公司的整体竞争能力，使广告公司能够在激烈的市场竞争环境下保持良好的发展态势。

公司人员管理有哪些方面篇四

餐饮部前台主管、客户关系主管、餐饮部后台厨师长

1、问题发生率(月)

(1)范围：凡不符合酒店《员工手册》相关规定、不符合酒店标准(如：卫生检查不达标、服务质量下滑、菜品质量不稳定等)视为问题，经餐饮部管理人员早会上指出的、酒店质检单通知的、部门及班组填报黑单的情况，视为问题发生。

(2) 计算方法：计算问题发生率时以月为单位，每月进行统计。

计算公式：班组问题发生人(次) × 100% / 班组当月总人数

注：班组月人均人数，取当月最高人数和最低人数的平均值。

(3) 应达标准：10人以上的班组不超过20% (不足1次按1次计算)，10人以内的班组不超过2人(次)。

2、工作落实情况(月)

餐饮部总监和经理交办的、或办公室督办的、以文字形式明确期限完成的、人力资源部以质检通知单的方式督办的一切工作未按规定时间完成的，每次扣2分，每月进行一次统计，每月扣分超过8分的，当月对班组主管或厨师长作出处理。

3、全员销售(月)

(1) 餐饮部为加大销售力度，明确到各班组以及个人下达的各项销售任务指标。

(2) 计算方法：每月进行一次统计，每少完成任务20%扣1分，每超额任务20%加1分。

4、经营指标达标率(月)

(1) 为明确责任，加强经营及内部管理，按部门年初明确给各班组的各项经营指标(营业收入、食品综合毛利率、酒水香烟综合毛利率)。

(2) 计算方法：每月进行一次统计，未完成以上经营指标扣3分，每超额完成经营指标任务加3分。

5、员工满意率(季)

(1) 员工满意率：由部门用问卷方式征求员工意见，员工对所在班组所有管理人员在德、能、绩、勤等方面的满意程度。

(2) 计算方法：每季度进行一次

计算公式：员工满意项目总数%项目总数

项目总数=参与问卷人数×项目数

注：员工参与问卷调查按班组人数的30%比例进行

(3) 应达指标：员工满意率不低于85%

(4) 奖罚规则：员工满意率在85%—76%扣1分，85%—90%加1分，依此类推。

6、员工流失率(年)

员工在酒店工作一个月以上，然后离店视为员工流失。(病退、酒店开除除外)

(1) 计算方法：以年为单位，每年进行一次统计。

计算公式：班组员工流失人数%部门年平均人数

注：每月取一个最高人数和一个最低人数，然后12月相加，再除以24，算出的人数即为年平均人数，计算结果四舍五入取整数。

(2) 应达指标：10人以上的班组流失人数不超过15%(不足1人按1人计算)，10人以内的班组不超过2人。

(3) 奖罚规则：每超标流失1人扣1分；每少流失1人加1分。另：所管辖班组的员工或本人受到客人的书面表扬、优秀事迹登报或在各种比武、竞赛中获得前3名的，加0.5分/人(次)，其

他奖励红单加0.5分/人(次)。

每名管理人员基分为100分，餐饮部办公室依据考核内容和标准逐日为管理人员打分，每月进行一次统计并通报，年底进行一次总的统计。并将考核结果月平均分值作为核发年终奖以及评优评先的主要依据，月平均分值低于80分，工资下浮一档，月平均分值低于70分，职务下降一级(即由主管降为领班，厨师长降为领班，由部门竞聘产生新的班组负责人)。

公司人员管理有哪些方面篇五

展会项目经理管理团队的十种方法

古语云：“工欲善其事，必先利其器”。这个“器”就是工具。

在企业管理中，这个“器”是管理方法。而“利器”指的是好的管理方法。所谓“先利其器”，自然是提前或者比别人领先掌握到好的管理方法。

展会项目经理管理团队的方法，依据个人经验和借鉴别人经验，总结归纳有十种，罗列如下：

一是，确认经营目标，接受业绩考核。

展会项目的经营目标，一般包括营业收入（由展位收入、广告收入和其它收入构成）、营业利润和登记观众人数（好的消费类展会虽有观众统计，但多不采取登记流程）三个方面的指标。

这些指标由公司下达，其根据是项目财务预算。项目经理须参与财务预算，深入了解经营目标形成的依据。

公司通过与项目经理签署协议的形式，确认项目的经营目标和项目经理的管理责任。签署协议的项目经理，将接受公司的业绩考核。完成或超额完成指标，将获得相应的薪资（包括与指标挂钩的佣金）或超额奖金；若未完成指标或出现重大经营管理失误，个人收入将被扣罚，或遭到降薪甚至免职等处罚。

二是，细化经营目标，在团队中分解落实。

项目经理须将公司下达的经营目标逐一细化，按照团队成员的业务分工逐人落实。

如展位收入指标，需要细化为展览面积、展位数、展位销售定价（光地和标准展位的销售定价又有区别）。之后，再根据销售代表拥有的客户资源，分解为每个销售代表的销售指标。

又如登记观众人数指标，需要分解为专业观众信息采集总量（数据库信息数）和展会现场登记专业观众数两个层次的指标，因为前者是后者的基础。这两项指标须由营销代表（客服推广人员）负责实现。

在展会项目团队中，所有成员都应该知道项目的经营指标，也必须明了自己承担的经营指标。此谓“人人头上有指标，个个肩上有责任”。

项目经理落实指标的方法，同样是与团队成员分别签署经营责任协议。

有经验的项目经理，一般会在团队内偏高下达指标，即团队内下达的指标高于公司指标，以利确保实现公司指标。

三是，制定工作计划，掌握各项业务工作进度。

以表格模式编制工作计划。工作计划以工作项目、子项、工作要求、完成时间和责任人作为表格主题栏目。

工作计划中的工作项目一般按营运、营销、销售与其它分为四大项。每个大项之下再按具体业务细分事项即子项。

如营运项目之下一般细分为展馆租赁（确定展会档期）、展位图布置、展位搭建、特装展位搭建审查、物流、展会现场服务、行政许可办理等子项。

通过制定工作计划，项目经理将督促各项工作按要求、按时间推进。

四是，明确团队成员分工，坚持规范的业务流程。

团队成员一般按营运、营销、销售三个环节分工。每个团队成员都应明确具体的业务岗位及其职责。中小型项目的团队成员业务岗位分工有交叉或兼职，也需要事前明确。

每个岗位的业务流程应由公司统一制定。团队中的每个成员均应按规范的业务流程，开展自己负责的业务工作。

团队成员的分工和规范的业务流程，属于公司管理制度的组成部分，项目经理是执行者。在执行过程中，项目经理可以加以优化，使之更加合理，更有效率。

五是，严格团队管理，树立制度权威。

依靠制度管理团队，而不以“人治”方式管理。在管理中要坚持原则，赏罚严明，不徇私情。

项目经理应带头遵守制度。树立制度的权威，就是树立项目经理自身的威信。

六是，养成沟通习惯，保持团队内部信息通畅。

保持团队内部的信息通畅，旨在发现工作中的存在问题，以求及时解决。

会议是制度化的沟通方式。一般有周会和专题会议。项目经理须主持会议。

周会主要是调度业务工作进度。专题会议则是针对项目经营管理中重要问题的专项研讨。周会需要团队成员全体参加。专题会议可根据需要确定参加人员。

七是，既控大局，又抓细节，有效推动项目经营克难进取。

经营展会项目不可能一帆风顺。在困难面前，项目经理须从全局出发，针对重点工作或工作中的关键环节，采取强而有力的具体措施，带领团队突破难局，实现目标。而改进业务或服务工作中的弊病或不足，则需要抓细节。不会抓细节，工作措施就无法落实。

能否抓重点、抓关键，抓细节，是考验项目经理有没有洞察力、判断力和执行力的重要标准。

八是，善借公司资源，强化自身管理地位。

在经营管理中，任何项目经理都会有自身的“短板”，或需要借助外力摆脱困境的时候。项目经理应首先利用公司资源，包括借用公司高层拥有的影响力和政商人脉资源。

如展会项目需要对外提供重要的文本，而项目经理不善写作。此时，项目经理就应商请公司内的专家帮忙。如公司内专家难以胜任，可请求公司领导商请外面的专家相助。

又如，项目团队中的骨干员工发生思想上或工作上的问题，对项目经营管理造成了不利影响，项目经理虽与其沟通但效果不佳。有的甚至是直接与项目经理发生的冲突。此时，项

目经理可商请公司领导出面做工作，使矛盾化解。

不善于利用公司内部资源的项目经理，何谈利用公司外部的资源。

九是，关心团队成员，营造和谐工作氛围。

只关心指标而不关心人的管理者，其所管理的团队是不会有向心力的。而只讲赚钱而不讲情感的团队，是冷漠、松散和缺乏合力的组织。

项目经理应该关心团队成员的思想、工作和生活及其家庭，注意帮助员工理顺情绪，排忧解难，提升团队凝聚力。

项目经理处事公平正直，有公担待而不过于计较个人得失，保持乐观向上的精神，往往是促使团队和谐、战力充沛的核心元素。

十是，更新知识、技能，乐于带领团队业务创新

项目经理一方面要加强自身的学习，不断提升业务能力和经营管理水平；一方面要引导团队学习进步，促使员工整体素质改善。

在当前，掌握互联网营销技术、熟悉计算机管理工具，是项目经理更新知识与技能的重点领域。

具有培训员工能力的项目经理，易于赢得员工信任，尤其是青年员工的'欢迎。而且，这样的项目经理，在业务上可以做到“提得起，放得下”，不会因业务骨干离职或“拿一把”而无从应对。

项目经理的作用

项目经理是团队的灵魂，是决定项目成功与否的关键人物，

同时作为团队的领导者，他的管理素质、组织能力、知识结构、经验水平、领导艺术等都对团队管理的成败有着决定性的影响。在一个特定的项目中，项目经理要对项目实行全面的管理，包括制定计划、报告项目进展，控制反馈，组建团队，在不确定环境下对不确定性问题进行决策，在必要的时候进行谈判及解决冲突等。其中组建团队是项目经理的首要责任，一个项目要取得好的成绩，一个关键的要素就是项目经理应该具备把各方人才聚集在一起，组建一个有效的团队。在团队建设中，要确定项目所需人才，从各有关职能部门获得人才，定义成员任务和角色，把成员按任务组织起来形成一个高效的团队。要建立并使团队有效运行，项目经理需要起关键的作用。主要体现在整体的规划，组织，协调和控制等方面。

团队成员选拔原则

团队成员的选择是组建团队的第一步，也是决定这个团队是否能有效工作的关键因素，整个团队的未来业绩将直接取决于选拔到的成员的努力。在选拔过程前，可以先通过心理测评、专业考察、查阅档案等方式获取有关人员的可靠数据，包括专业能力、性格特征、个人经历、人际关系等方面，建立备选人员人才库。

成员选择的基本原则除了要求具有基本的专业素质外，还要求具有较宽的专业知识面，对产品具有整体意识和系统集成的思想，并具有较强的合作精神。而团队领导则要求具有多专业的协调能力及处理团队与其他部门关系的能力，并能够营造好的团队文化。作为一个整体，团队的专业技能组合要达到必要的高度和广度，同时要求团队成员必须具有很好的人际关系能力，注意角色配置，以利于相互交流、彼此理解与通力合作。在挑选团队成员的过程中，既要考虑他们的性格、能力，更要遵循自愿的原则。团队成员还应该包括团队顾问或专题顾问，他们来自各职能组织部门，不直接参与产品的开发，但提供技术和知识上的支持。

团队成员角色定位

在形成团队时，首先根据任务的需要，确立团队成员的工作对象和工作方式，定义团队成员的工作对象和工作方式，定义团队成员的角色，形成各角色成员的来源、权利、义务及行为规则，确定各角色成员的选拔方式和评判标准，然后通过挑选和考评，并通过授权的方式形成整个工作团队，开始工作。团队成员的角色定位首先要根据团队的角色设计，主要考虑专业的需要，成员要从技术角度能够对团队做出贡献，要注意区分专才成员和通才成员，对于专业化越强的角色，越需要专才成员，对于系统集成工作，则通才更为适合。同时要在成员性格特征的基础上，应用团队角色理论，给成员一个合适的团队角色。

团队成员职业发展和培训

为增加团队的凝聚力和向心力，增强成员对团队的归属感和责任感，项目团队可以通过帮助成员设计职业发展方向，来帮助成员适应多方面的工作和未来发展的需要，同时使成员为自己的良好发展前景而不愿轻易离开团队。成员加入团队后，根据成员个人的条件和背景，由成员和项目经理共同协商，结合项目特点，研讨一套切实可行的个人职业生涯发展体系，协助成员开发其各种知识和技能，尤其是专业性知识和技能，为成员提供实现个人专长的契机。通过个人职业生涯发展计划，使每位成员对自己目前所拥有的技能、兴趣及价值观进行评估，接着考虑项目的变化需求，使自己的特长及发展方向符合团队的需求。通过团队为成员设计良好的个人发展计划和职业发展阶梯，就会促进团队和成员的发展，降低成员的流动率和流动倾向。对于那些看重学习和愿意获得新技能的成员，由项目团队提供培训机会，鼓励他们，以增加他们的满足感和责任感。

(一) 整体规划:计划安排项目工作，使各项目工作形成有机整体。

(二)组织:同有关部门联络,选择并确定项目团队的职责。

(三)协调:确定职能专业部门和其他项目参与者之间的分工,有效的调用项目团队和每个成员。

(四)控制:监控进度,鉴别问题,并开创和调节正确的行为。

公司人员管理有哪些方面篇六

本方案适用于xx公司或分支公司董事会董事会聘用的下列员工: - §

- 1、各分支公司总经理;
- 2、各分支公司副总经理;
- 3、其他经董事会聘用的经营层高管人员

1、收入形式

以上人员均实行年度薪酬制度(以下简称年薪制)。

2、收入构成

高管人员年薪收入由基准年薪、风险收入两个部分组成。

1、考核指标

考核指标以净资产收益率为主,结合考核发展进度、职工收入等指标。

2、指标基数

- (1)净资产收益率:7%;

(2) 发展进度：当年实现主营收入高于上年主营收入；

(3) 职工收入：职工当年人均收入比上年增加5%

在完成以上考核指标基数的前提下，各类高管人员基准年薪标准如下：

1、总经理：12万/年

2、副总经理：7、2万/年

3、其他：6万/年

风险收入=净资产收益率对应计提的风险收入×（1—复合指标扣减率）

1、总经理考核办法

(1) 净资产收益率：低于7%折算所产生的利润率按0、6%的比例扣减基准年薪；超过7%部分折算所产生的利润率，超过额度在1000万元之内的，按0、5%的比例计提；超过额度在1000万元以上的，按1、2%的比例计提。

(2) 发展速度：若公司当年实现主营收入低于上年实现主营收入，扣减风险收入的5%。

(3) 职工收入：若职工当年人均收入比上年增长低于5%，扣减风险收入的10%。

2、副总经理及其他经董事会聘用的经营层高管人员考核办法

上述人员的风险收入根据各人工作绩效情况在总经理实得风险收入总额的比例幅度内由董事会进行评估考核计提（或扣减）。

各人比例幅度如下：

(1) 副总经理：50%——60%

(2) 其他经董事会聘用的经营层高管人员：45%——55%

六、单项奖罚考核办法

xx公司系统经营层高管人员在任期内实现了公司效益显著或贡献突出的（如重大投资、招商引资、配股成功等），可由董事会确定对相关人员进行一次性单项特殊奖励；如投资、经营决策、招商引资等事项造成重大失误或损失，则予以单项扣罚。

3、董事会根据测评意见对评估对象进行评估审议后，确定各人风险收入金额；

4、董事会对评估考核结果按规定予以说明。

3、经营层高管人员年薪在计提的工资总额（效益工资）中列支；

10、本方案的基准年薪可考虑地域和物价差异，但上下浮动控制在8%之内，并必须由董事会审议通过，方可实行。