

# 2023年工作计划团队打造 打造精英团队 心得(优秀10篇)

计划是指为了实现特定目标而制定的一系列有条理的行动步骤。通过制定计划，我们可以更好地实现我们的目标，提高工作效率，使我们的生活更加有序和有意义。下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

## 工作计划团队打造 打造精英团队心得篇一

执行力一直是企业非常关心的问题，导致执行力缺乏的原因有很多，文化上、制度上、心态上、团队配合上的各种原因都会导致执行力的缺失。

本课程就是从团队执行力锻造的角度，讲述从文化上、制度上、领导方式上、团队沟通协作上如何打造一个拥有执行力的团队。

也可以让员工了解到身在团队之中应该如何配合同事和上级很好地完成工作，体现出一名职业化员工应具有的执行力。

### 一、什么是“精英”团队

#### 1. “精英”团队的特点：

- (1) 互相信任
- (2) 有共同的信念和目标
- (3) 有统一的规范
- (4) 沟通良好

(5) 彼此配合、互相帮助

(6) 同欢喜、共患难

(7) 不断成长

## 2. “精英”团队的必要架构

(1) “共事”与“共识”

(2) 效率团队的生命周期

(3) 团队没有执行力之关键原因

### 1. 文化导向的执行

(1) 团队执行文化的建立

### 2. 任务导向的执行

(1) 确定目标

(2) 角色定位

(3) 价值观

(4) 人际关系

### 3. 制度导向的执行

(1) 可执行、可考核

(2) 过程控制

(3) 细节管理

(4) 奖惩措施

(5) 合理反馈

(6) 考核评估

(7) 经验分享与总结

4. 让成员有效执行的基本步骤

5. 团队执行的七大法则

三、“精英”执行团队长效建设

1. 团队的发展周期

2. 不同时期团队的特点

3. 不同时期团队的管理方法

四、沟通——有效执行的重要保证

1. 团队沟通的误区

(1) 他应该知道了

(2) 沉默未必是金

(3) 解除心理上的沟通枷锁

(4) 忽略对方的性格特质

(5) 跨部门“管理”

(6) “钦差大臣”

## 2. 同事间沟通的基本理念

## 3. 如何与同事沟通

(1) 了解你的同事

(2) 同事间沟通的原则

(3) 同事间沟通的基本方式

(4) 处理好同事间的冲突

## 4. 如何与上司沟通

(1) 与上级沟通的基本技巧

(2) 与上司沟通的高级技巧

## 5. 如何与下属沟通

(1) 正确认识你的下属

(2) 与下属沟通的正确方式

(3) 与下属沟通的技巧

# 工作计划团队打造 打造精英团队心得篇二

## 物业经理人如何打造正能量团队

很多物业经理人都在探讨一个问题?怎么样才能够带出健康团结、勇者无敌的团队?带领团队有没有秘诀?以下8条或许能让你有所借鉴。

## 1. 以身作则，同甘共苦

以身作则要做到带头作用，例如：言谈举止，诚信，工作中的行为规范，带头遵守公司的规章制度，带头承担员工犯下的错误，让员工明白即使她们错误了，不仅仅是她们的责任，作为管理者也是同样有责任的，这就叫有功是大家的，有错误需要管理者一起共同承担，让员工感受到安全感。管理者要有与员工同甘共苦的精神，要在员工最需要帮助的时候第一时间出现在员工身边，及时对员工进行工作及私事的一些力所能及的帮助。

## 2. 诚信待人，公平公正

以真诚的心对待每一个人，哪怕是一个最基层的员工，以信立威，信用的承诺代表了你在工作中的一诺千金，说出的话即使在困难都要想尽办法做到。公平公正对待团队成员每个人，坚决做到王子犯法与庶民同罪，做到不包庇，制度面前人人平等，即使管理者自己犯了错误要勇于站出来承担责任并向大家致以真诚的歉意，并承担错误带来的损失。

## 3. 以人为本，拒官僚作风

以人为本就是管理者多真真切切关心到团队每一个员工，管理者可以拟定一个员工关心计划表，每一个月定期对所有团队成员进行仁怀的关心与问候，定期对她们进行思想的沟通，让她们感受到领导对她们的关心及存在感，特别是团队成员如有生病的员工，管理团队要组织成员去慰问及给予工作情怀的鼓励！拒官僚作风就是让员工感受到领导的亲和力，管理者既要让员工感受到彼此之间没有距离的同时又让员工感受到一种敬畏之心的距离感，既感受到人性化的关怀又感受到领导的人格魅力，这需要管理者深厚的管理基础功底，需要在管理挫折中不断积累沉淀才能够达到一定的高度。

## 4. 有功大家的，有过管理者需要反思

很多管理者喜欢与下属争功劳，有过错都是相互推诿，还找了诸多理由与借口，这是管理大忌，试想一下，哪个员工愿意跟谁这样的领导，这样的领导肯定要让员工当面顶撞，在当今90后员工遍地的情况下，不骂你个狗血淋头，不炒你鱿鱼马上要工资就已经很不错了；一句话说得好：无私是最大的人格魅力，心底无私天地宽。这句话包含很深的哲理与管理之道，是管理者修行“无为之治”最高管理境界的敲门砖。管理自私是最大禁忌，切记切记……功到自然成，团队健康和-谐了，业绩自然就好。

## 5. 不抛弃，不放弃

管理者要拥有一颗强大的内心，要时刻提醒自己对团队成员不抛弃一个人，不放弃任何人，用行动去感染每一个人。记住一句话：人上一百形形色色，每个人的性格各异，是你去适应她们大家，而不是让大家来适应你，很多时候不需要讲太多大道理，而是要实际行动。

## 6. 工作中的战友，知识上的老师

战友是什么？是一起攻坚夺城排除万难的生死兄弟，是一起完成工作使命患难之交。所以要学会感恩，学会相互尊敬！相互珍惜！记住员工在最困难的时候最需要你管理者出现的时候，你不要躲闪徘徊。一个管理怎么吸引你的团队员工？知识是一把尚方宝剑，员工的知识来自你这个管理者，你要努力学习，然后源源不断把知识传授给团队所有成员，要相信一句话：兵熊熊一个，将熊熊一窝。

## 7. 树立榜样的力量

自古都是，榜样的力量是无穷无尽的，任何团队都有积极向上的员工，管理者注意随时发现并按照奖励激励制度进行团队集体表扬，并标榜上员工文化墙去表扬他让她在工作中有成就感，要尽可能的按照奖励激励制度去多挖掘充满正能量

的优秀员工，管理者要做到多培养多言传身教、因材施教去教化哪怕进步很慢的员工，要相信一句话：没有不优秀的员工，只有不优秀的管理者；用人之长天下无无用之人，用人之短天下全是无用之人。

## 8. 创新的能力

工作没有创新就是在退步，这就需要管理者博览群书，多向做的好的竞争对手去学习，管理者千万不要闭门造车，一定要利用一切所有的机会和时间走出去学习，参加培训，去竞争对手哪里观摩学习等，特别最重要的是学会因地制宜，学以致用，把学习的知识做到落地能够接地气不打折扣地去执行。

愿你的团队在你的带领下都是积极、充满正能量的！

在现代日益激烈的商战中，商家的成败不在于你拥有多少产品，而在于你拥有多少或是否拥有知名的品牌。对一个企业而言，品牌是企业发展的生命力，是在市场上立于不败之地的动力，是对外扩张的利器。没有品牌的企业是不会有大的发展的。而物业管理企业的品牌对其发展就更为重要。品牌是企业宝贵的无形资产，特别是对物业管理这一新兴产业来说，品牌有着重要的作用。在物业管理市场竞争日趋激烈的今天，很多物业管理企业逐步认识和重视品牌的效应，着手制定品牌策略，打造物业管理品牌，全面提升企业的品牌形象和知名度。

物业管理是伴随着社会生产力的发展和现代市场经济体制的确立而产生并发展起来的一个行业，是一个国家、一个城市经济发展水平、居民生活状况和文明素质高低的综合体现。随着我国经济发展和城市开发进程的加快，物业管理已形成规模，其效益也越来越明显，但在管理质量、信誉、服务等多方面离业主要求还有一定的距离，为此，物业管理企业必须提高物业管理的综合实力，完善物业管理的服务和管理

体系。作为一个服务型企业，物业管理企业必须正视发展中存在的问题，建立自己优秀的企业文化，树立良好的企业形象，在相关行业的产业链中丰富自身的内涵，提升企业的价值，塑造自身的品牌。

## 一、明晰物业管理内涵，给企业正确定位

任何事物的价值只有清楚了解它的本质属性，才能充分发挥作用。物业管理是一个服务型行业，它没有有形的产品，它是通过给业主（或住户）提供优质的服务使物业发挥出最大的使用价值和经济价值。

1、物业管理是指物业管理企业接受物业所有人的委托，依据物业管理委托合同，对物业的房屋建筑及其设备、市政公用设施、绿化、卫生、交通、治安和环境容貌等管理项目进行维护、修缮和整治，并向物业所有人和使用人提供综合性的有偿服务。物业管理活动是依照国家有关法律规范，按照合同或契约行使管理权，运用现代管理科学和先进的维修养护技术，以经济手段对物业实施多功能、全方位的统一管理，并为业主提供高效、周到的服务，使物业发挥出最大的使用价值和经济价值的过程。

2、物业管理企业既不能牟取高额利润，又要为业主提供优质的服务，它的特点是“保本微利，服务社会”。如何使企业生存和发展，创立自己的品牌，只能企业自己正确定位。由此，物业管理企业只有充分利用人力、物力资源，降低成本，才能使企业形成规模效应。形成规模的同时，要进一步树立正确的服务理念，制定完善的规章制度，培养一支过硬的专业人才队伍，并运用各种资源优势扩大经营服务范围，只有规模越大，企业获利才能越丰厚。

## 二、建立优秀文化，提升企业价值

物业管理企业在市场竞争中要谋求生存与发展，不但要有一



支技术精良、服务意识强烈、团队合作精神强的管理队伍，更重要的是要有一套科学的人性化的培训和管理体系，建立起优秀的企业文化。

1、一个建筑物质量的好坏，往往取决于内在含钢量的多少；一个企业寿命的长短，则取决于企业文化的优劣。同样，物业管理企业需要精心培育自己独特的企业文化。企业文化要通过对员工进行培训，规范内部管理，激发公司每个成员的活力，才能使整个公司保持整体创新能力，进而确立新型的经营理念、价值观。优秀的企业文化必须符合给业主提供优质服务的要求、企业员工自身发展和适应市场经济发展要求相结合的特点。只有优秀的企业文化，才能促进对内管理与对外服务的协调发展，才能提升企业的价值并促进企业的可持续发展。

2、挖掘企业潜力，拓展企业发展空间。随着物业管理的迅速发展，物业管理走向社会化、市场化、专业化已成为一种必然趋势。物业管理行业与房地产业、商品零售业、信息产业、金融保险业、旅游业、物流业、家政服务业、教育业、文化娱乐业等行业充分交融，构筑了合理的多链条式物业管理产业结构，从而前所未有地产生与放大了物业管理行业的社会效益和经济效益。

3、创新是一个企业的生命，是企业发展的原动力，是企业超越自我的必然选择，是提升企业竞争力的重要手段。物业管理企业要挖掘和发挥民族文化的内涵和作用，注重以人为本，建立科学的管理体系，重视企业精神、经营境界、职业道德，创造出企业文化的诱人魅力，给物业服务带来最高附加值和高品质。

### 三、树立良好形象，打造企业品牌

品牌就是消费者的肯定，品牌建立的过程就是消费者认知和肯定的过程。每一个品牌都有其特定的消费者群体，如果失

去这个群体，则品牌无从谈起。优秀的物业管理企业，凭借其良好的信誉和形象可以散发企业的魅力，并形成强大的发散力和文化力，赢得消费者和社会公众对企业的认同，可以在激烈的市场竞争中占据主动。

1、物业管理公司在成功的创建品牌，要点、硬件、软件设施，对物业综合利用，充分发挥其功能，为小区的业主提供方便、快捷、优质的服务，最大限度地满足业主在生活、学习和工作上的需要，在住户群体中树立良好的形象，实现创建物业管理品牌的战略。

2、在行业内部树立良好形象。物业管理企业在苦练内功、提高物业管理水平、使业主满意的基础上，要规范企业的行为，守合同重信誉，不侵犯业主的权益，积极维护企业的形象。另外要注重宣传和引导，特别要抓住政策、市场和宣传上的契机进行集中突破。通过一个长期的计划，逐步提高企业的综合实力和规模，使企业在行业中树立良好的形象，为企业品牌的建设打下坚实的基础。

3、物业管理企业的声誉、形象是物业管理企业在社会上树立良好的形象的重要条件。它包括物业管理公司的特殊名称（如响亮、引人注目、涵义深刻、来历特殊等）、注册资金、管理业绩、装备水平、社会评价、业主委员会的反映、政府意见等；负责人的管理经历、社会地位与影响力；管理层的素质；专业技术人员的职称或技术等级等等；此外，还包括物业管理服务的项目、收费标准、服务态度、服务深度等方面。

#### 四、拓展品牌价值，修正行业标准

太平洋集团公司董事长严介和先生说，一流的企业做文化，做标准；二流的企业做品牌、做资本；三流的企业做产品、做项目。物业管理在有计划、有步骤，积极稳妥地建立企业品牌的基础上，充分利用品牌所带来的巨大的市场效应和市

场信誉，拓展品牌的价值，不断修正行业标准，逐步做大做强，成为一流的企业。

1、物业管理品牌是信任与承诺。名牌企业、优秀物业管理小区表达着产品或服务与业主之间的相互关系，是一种体现互利互惠、友好合作和信任的关系。名牌企业、优秀物业管理小区是一种无形的资产和力量。品牌企业能构筑合理的多链条式物业管理产业结构，产生与放大物业管理行业的社会效益和经济效益。

2、品牌的效用是任何广告都不能比拟的。物业管理品牌形象所形成的口碑效应不仅能给物业管理公司带来超额利润，而且有利于其经营规模的扩大。各物业管理公司应该结合实际情况，积极探索，大胆实践，按照塑造品牌的高标准、严要求，以创建整洁、文明、高雅、安全、方便、舒适的人居环境为目标，通过严谨、高效的科学管理，倡导随时随地、尽心尽力的服务理念，为业主提供优质服务。

3、任何一个企业都必须顺应市场经济发展的规律。一个名牌企业、优秀物业管理小区应该有适度的超前意识，根据业主的工作、生活要求和市场经济发展的规律修正企业服务标准，修正企业培训和管理制度，深化企业文化，拓展企业品牌的隐含价值，使物业管理企业在时代潮流中立于不败之地。

但需要明确的是，我们不能重视了物业品牌的打造，就忽略了物业服务团队的管理，因为对物业管理企业来说，一个优秀的管理团队，是至关重要的。

物业管理服务是一个人力密集型的行业，服务质量的优劣都是以人为基础，如何打造一支优秀的服务团队是一个优秀经理人所必须具备的基本能力。它是我们成功做好一个项目、一个企业的根本。特别是在人力资源不断变化的今天，物业管理行业需要我们用自己手中资源的创造更高的效率和更大的价值。

目前物业管理状况分析：1、整体素质偏低，对于操作层面的人员对文化、专业要求比较低。2、流动性强、归属感不强，企业对员工只是简单的雇佣关系，员工缺少安全感。3、社会对行业的认识不足，体现了在社会地位、经济价值和关注度。4、行业法制规范需要一个过程等。行业的现状让每个物业经理人在如何打造一个优秀团队上需要着重考虑的问题，我总结几年工作经验，从以下几个方面来浅谈如何打造优秀服务团队。

注重团队的内部沟通，针对物业管理企业的特性，一定要注意与内部员工的沟通，特别是要对于基层员工的情况，公司、项目负责人要定期或不定期的去进行沟通和了解员工的实际情况，对于基层员工反映的问题要给予合理解决和回复。避免出现一些物业公司出现的集体罢工或辞职现象，从而影响这个公司的形象和服务品质。

注重全员的品质管理，物业服务品质的好坏是企业的根本，要学让全体员工有良好的品质管理意识，学会从工作中一点一滴的去要求。陈总、余总每到项目来督导，都亲自捡起地上的每个烟头、纸屑，他们的行动让我深深的认识到品质管理是需要靠全体员工去工作做好的工作，也只有全员的真心行动才能真正让业主、顾客满意。

注重提升执行力，团队的执行效率决定企业的发展，在面对社会化、市场化、专业化的物业环境，需要我们更加注重整个团队的执行能力。需要领导着者不断去提升整个团队的执行能力，使整个团队形成一体，在关键的时刻，都能围绕公司战略目标去完成各自的工作任务，去提高工作效率和达成良好的管理目标、经验目标。

注意适当的授权，要做好服务那就需要员工真心的服务每个业主、顾客，如果光靠制度要求去规范员工所有的言行，那我们的服务就变得死板，其结果往往就刚好相反。所以我们物业管理中也要适当的给予下属进行授权，让他们感受到自

已是工作的主人，自己的价值需要通过自己的服务不断得到认可。

注意培训方式，基层员工的培训内容和方式一定要让他们能够理解，简单易懂的实例和现场直接的模拟形式。要用我们工作的实际案例去教育员工，用简单的操作方式让员工进行实际操作培训，他们接受的情况和理解的情况都比坐在培训室内的效果要强。对于培训要求反复强化，突出重点。

注意管理风格，每个经理人都有自己的管理风格，但是队伍物业管理需要注意要对与基层员工的交流，关注员工的思想动态，制度管理是基础，人性化管理是升华，要处处体现企业对员工的关怀，增强员工的归属感，让员工从被动到自动，从自动到主动的不断提升的过程。

## 工作计划团队打造 打造精英团队心得篇三

组织部门作为党委重要部门，承担着上传下达的重要作用。组工干部的形象好坏，直接决定着组织部门在公众当中的形象。

余世维指出：

职业化的工作形象就是看起来像那个行业的人。那么我们组工干部就是力求让外面的人看我们像个组工干部的样子，做到讲党性、重品行、作表率，努力树立可信、可靠、可亲、可敬的新形象。讲党性，就是要自觉把实现好、维护好、发展好最广大人民的利益作为毕生追求，与群众真交深交，以心换心，在农村经济结构调整上帮助群众建“聚宝盆”，在排忧解难上送群众“及时雨”，在开拓市场上给群众栽“摇钱树”，在减轻农民负担上给群众吃“顺气丸”，最大限度的锤炼自己的党性。重品行，就是要经常反思自己在言行举止上有无不妥、不适之处，有什么闪失或过错；经常按照党

章和上级党组织对组工干部的要求，自我检查、剖析和反思自己的言行举止，明是非，辨善恶，分美丑，使自己永远处于洁净而清新的状态。作表率，就是要做勤奋好学、学以致用表率，做真抓实干、求真务实表率，做心系群众、服务人民表率，做艰苦奋斗、勤俭节约表率，做顾全大局、令行禁止表率，做发扬民主、团结共事表率。

认真做事只能把事情做对，用心做事才能把事情做好。一个能力再强的人，如果没有良好的工作态度，没有用心做事，也一定无法将事情做好。

余世维讲述了做事情不用心的四种表现：

一方面每个组工干部每天都要坚持审视自我：

我有哪些优点？我有哪些强项？我有哪些缺点？我有哪些不足？我该如何发挥我的优点和强项去弥补不足？我为组织部可以做些什么？我怎样可以实现更好地为群众服务？另一方面，组工干部做事要雷厉风行。要坚持今日事今日毕，不和稀泥，坚持把每件事情都处理到位，坚持每件事情事前有规划部署，事中有反馈，事后有总结。

欲胜人者，必先自胜；欲知人者，必先自知。组工干部是管干部的干部、管党员的党员、管人才的人才，我们的理论素质不强、业务水平不高，不仅影响工作大局，而且制约组织工作对象的成长和进步。因此，要在平时的工作中注重提升工作技能。

一要善于学习提高。要坚持学用结合，武装业务本领，把学习作为终身追求，融入工作，融入生活。要少一些应酬，多一些阅读；少一些娱乐，多一些思考；少一些空谈，多一些调研。既要学理论，又要学业务，争做一名政治理论的“研究员”、精通业务的“政策通”、熟悉情况的“活字典”。

二要勤于实践探索。勤于搁下面子，甘当小学生，向群众学习；勤于在实践中掌握新知识，积累新经验，增长新本领；勤于针对问题学、带着问题学，真正做到武装头脑、指导实践、推动工作的高度统一，作学用结合的表率。

三要力争成为“多面手”。在精通组工业务专业技能的同时，要尽量多学些相关知识和技能，如电脑操作、公文处理、待人接物、摄影、演讲等，成为“多面手”。

组工干部的工作道德归结起来就是16个字，即对己清正、对人公正、对内严格、对外平等。对己清正就是要时刻绷紧廉洁自律这根弦，坚定理想信念，增强党性修养，自觉管好自己的心、自己的嘴、自己的手；守得住清贫，抵得住诱惑，经得住考验，管得住小节，用一颗责任心做事，以一颗平常心对人；勿以善小而不为，勿以恶小而为之，慎笃行、戒骄躁、弃奢侈，不为权所诱，不为名所累，不为利所动，老老实实做人，干干净净做事。对人公正就是要把“公道正派”作为立身之本、为人之基、处世之道，认真履行组织工作职能，努力提高选人用人公信度。在识人察人中要看能力、看业绩、看民意、看品行，真正把政治上靠得住、工作上有本事、作风上过得硬、群众信得过的优秀人才选拔到领导岗位上来，形成见贤思齐的良好用人导向。对内严格就是坚持从严治部，严格要求、严格管理、严肃纪律，严把“入口关”、疏通“出口关”。对组工干部个人来说就是要严格按照市委组织部自身建设十二条要求，从严要求自己，绝不给部机关丢脸，绝不给部机关抹黑。对外平等，就是要胸襟开阔，海纳百川，谦虚谨慎，平等待人，用组工干部特有的人格魅力增强党员之家、干部之家、人才之家的凝聚力和亲和力。

## 工作计划团队打造 打造精英团队心得篇四

团队就是队员的家，要让每一位队员感受的家一般的温暖，让队员可以尽情的倾诉一天的喜怒哀乐，缓解她们一天的疲劳，在团队中的领导者既要办演好父母的角色，也要当好教

练的角色，在生活上要像父母一样关心爱护好自己的队员，其实每一位领导都是从基层员工一步步走过来的，最能体味到队员工作中的辛酸，要体谅队员的难处，并给予及时的解决，在工作上要发现队员的成绩并及时发现并积极给予认可和表扬，多换位思考，对每一名队员都要做到不抛弃不放弃，对症下药，根据他们的特长因材施教因材施用充分激发他们的潜能让他们走出暂时沉沦的泥潭，多鼓励员工积极发表自己的想法，共同交流，引领团队形成一种积极向上，互助协作、温馨和谐的团队氛围，在团队中形成“我为团队而自豪，团队以我为骄傲”的团队主人翁文化理念，让队员真正把团队当成自己的家。

## 2、要有严格的组织纪律，严格的执行力：

纵观历史没有哪知纪律涣散的队伍能够成为胜利之师的，只有具备了严格的纪律作保障，其实队长的一举一动队员都在时时关注和效仿，在遇到困难时要及时调整好自己的心态，做到镇定从容，处变不惊，要有“泰山崩于前而不慌，无故加之而不怒”的那种境界，要用自己的行动给队员以足够的勇气和信心，工作上也要对队员严格要求，注重每一细节，并对其出现的问题进行及时诊断并找出其问题症结，指导其修正方向，帮其消除隐藏的地雷隐患。

## 3、要有严明的激励奖惩措施：

## 4. 要培养团队精英：

## 5. 要量化团队目标，进行合理的时间管理：

清晰的制定团队目标以及每一队员的目标，并将其量化到每一天，分清主次，分清轻重缓急，合理分配时间，既要做到高效率，也要做到高效果。

## 6. 要多倾听客户的意见，并对队员进行不间断的培训，帮其



增加一些实用的业务技能，打造其优良的业务素质，要让队员敢于积极尝试，在实践中练兵，只有实践才能造就出真正的战士；其次要树立“客户至上的服务理念，服务好客户”，并且也要时时刻刻保护好自已的队员，帮队员避免不必要的投诉。

## 工作计划团队打造 打造精英团队心得篇五

听了许多培训，《如何打造自动自发的卓越团队》对我触动很大，写了这篇感想，以做自责、自勉。

一、做为一个信息化管理团队，团队概念狭隘，本位主义严重；

就如何打造卓越团队而言，我认为“管”团队不如“带”团队，“管”是手段，“带”才是目的；“管”的立足点是在“管理”上，是通过管理制度的严格执行，达到管理制度的自动履行，需要不断的监管，稍有疏漏或一个点没有管到就会出现问題，越管越累，越难管，根源就在于团队成员处于被动执行，而非主动自律，优势在于“见效快”。“带”的立足点是在“带领”上，是通过管理精神(包括管理制度、方式、方法、责任心、以身作则等)的引导，传递，使每个团队成员在工作中潜移默化的接受管理思想、精神，并做为自身的行动准则，无论有无监管，自动执行，自动修正，我即是团队，团队就是我(体现荣誉感)，这是我的工作，我要对我的工作负责(体现责任心)，并作为核心团员(具备这种精神)，不断传递给新的团员，这就是精神的传递，最基本的要求：“需要团队领队即是制度，代表公司，以身作则，言传身教”。

而在实际工作，信息化管理团队与其它管理团队进行合作时，我们只管做好自己的事情，而不关注事情的最终结果，本位主义严重，团队概念狭隘，只有自己的团队，而将参与合作的“团队”排除在外，培训中讲到“成功的团队中，没有失败

的人;失败的团队中,没有成功的人”,我想信这里的“团队”不是指一个小团队,不是一个工序、一个部门,而是一个广义的团队,只要合作,就是一个团队,所有人即是团队成员。

二、就“不断提升自己的能力”而言;

管理能力提升,周三的管理培训起了决定性作用,近两年的vcd培训,从管理的方方面面充实了我对管理的理解和认识,以前不知道管理是什么,更不知道如何去管理,听到的更多的管理就是“一起去吃饭”,对此我不以为然,可是又没有更好的办法,周三的培训使我逐渐明白,“管理”是仁者见仁,智者见智的事情,达成管理目标是鉴定管理成功的唯一方法,为了达成管理目标,有许多的管理思想和方法,适合自己的方法,并能帮助自己达成管理目标的方法就是最好的管理方法,是需要加以总结和提炼的,这就是“管理经验”。周三的培训更使我明白,我最适合的管理方法,就是快速学习管理思想并使用各种管理工具进行科学管理;“三人行,必有我师,择其善者而从之”,以袁经理为例,就人力资源管理,她很专业,她对于企业人力资源管理的方法,用于团队管理,效果更好,比如:员工岗位职责——岗位目标——岗位考核——岗位评估——岗位培训,结合团队实际情况,将以上五个步骤应用于自己的团队,则团队的工作责任心、工作效率、执行力、自律性、持续改进性会大有进步,这就是“与成功者一起工作”。

培训中讲到“对公司有价值的事情,要尽可能的多做”,发现对公司有价值的事情是重要的,但更重要的是主动协同其它团队解决这些事情。

总而言之,感谢公司组织的培训,我相信我们可以做得更好!

## 工作计划团队打造 打造精英团队心得篇六

笔者因为项目接触到国内成功的商业企业——医药股份有限公司（以下简称“股份”），一个2001年销售不足20亿，流动资金仅2000万元的国有企业，成功实现现代化企业体制改革，九年后的今天的已发展成为年销售规模近100亿，利润超亿元，职工接近5千人，销售额进入全国医药商业前七的医药商业旗舰，创造了复合增长率达到20的销售奇迹。

过去的九年，股份所处的医药商业是一个竞争异常激烈的行业，自2001年来，经过发改委调控下的20多次连续药品降价，医药商业出现大面积亏损（30以上的企业亏损），股份的成功很大程度上应归功于拥有一只令竞争对手胆寒的高绩效管理团队，以及最终成就了这支高绩效团队的高效、专业、执行能力极强的团队文化。

股份的团队文化，源于2001年完成的现代化企业体制改革，改革初的股份是单一国有股份，2001年企业改制后，形成国有、社会以及经营者持股的多元化的股权结构，经营者持股把物质激励和精神激励结合起来，是形成“新北医”团队文化的源动力。成功的整合，把来自于21个分公司的不同层次、文化、级别的员工凝聚起来，确实非常困难，但是北医股份就是完成了。

股份倡导“换脑优于换人”，保留党的先进思想教育组织体系，把党组织建设到班组上，保持员工思想教育的长期性，实现员工思想的高度统一；策略性应用信息化的手段，打造了“学习型”团队，实现行动统一。

### 提炼团队价值观

股份团队价值观是从“新北医”企业文化中提炼和升华出来的价值观：

卓越：追求卓越；

诚实与正直：在工作中信守正直与诚实的原则；

确立团队使命与愿景

一个成功团队的愿景和使命应该是具有前瞻性的、激动人心的、清晰的和可最终实现的。

清晰的：团队愿景必须简单、清晰、容易理解；

可最终实现的：团队愿景应该是一个通过努力可最终实现的目标，只有这样的目标才具有激励作用。

股份团队的愿景：

愿景：成为服务最专业、创新型、高效率、领先的中国医药商业企业旗舰

真正的人才才会把拥有共同的愿景和价值观做为选择雇主的重要标准，管理者会把团队愿景、使命和价值观做为留住人才和激励人才的最重要的工具，依靠“事业留人、感情留人、适当待遇留人”，而不是单纯依靠金钱激励。

营造团队氛围

团队氛围就是团队成员在日常工作和生活中形成的对团队的总体感受的总和。好的团队氛围就好象是一种催化剂和润滑剂，它可以激发团队成员的斗志，增进团队成员间的默契，最终提高团队整体的运营效率。团队领导能否在团队成员间营造一种和谐、愉快、彼此信任、奋发向上的团队氛围是打造高绩效团队的重前提。

在股份这个成功团队里，团队领导高瞻远瞩，胸怀远大；团队领导管理有方，身体力行；团队领导是非分明，纪律严明，

奖罚有据；团队领导积极倡导建立学习型组织。

一支优秀的营销团队首先需要有一个灵魂人物，这就是所谓的精神领袖，如亮-剑中的李云龙。因为只有优秀的领导才能成就优秀的员工。然而，一个团队的灵魂人物是需要企业花时间和金钱打造的，就是企业要自己培养，认为随便引进来的行业精英就是灵魂人物那就大错特错了。

有了团队核心然后就是需要不断的开展公司内训，现在很多企业都缺乏内训，甚至只注重外训不注重内训，其实外训很多是理论，真正有实战经验的培训人员少，即使你能有幸遇到有理论有实践的培训师，那他也是放之四海皆准的方法，时间、地点、背景已经发生了非常大的变化，常常是花了很多的人力和物力，听起来热血沸腾，回想起来什么也没有(合作中的咨询公司培训还是作用比较大)。培训员工其实是各个部门负责人的重要工作，内训的好处是，大家面临共同的问题，理论结合实际群策群力，最后自然会产生比较好的效果。同样，内训能很好的发现人才，如果对其进行有意识的引导就能成为团队的骨干人员。想想中国共-产-党就是在一次又一次的内部学习与会议中成长起来的，最后打成一个强有力的执行团队。

再次就是团队建设，目前大部分企业团队建设的口号喊了不少，就是没有真正的去执行，而且没有培养接-班人的文化，人为的制造了“教会徒弟饿死师傅”现象。因为团队建设这项工作持续性强，而且一到两年内难以有突出的效果，短期的销售压力让销售总监或营销总监的眼里只有销售没有团队。

最后就是灵魂人物要对团队工作进行有效的指导，不能只给任务不给方法，员工有问题不指导，不调查，与业务人员的沟通基本靠“吼”，只会分任务的领导谁不会当，能对员工进行指导，并帮助团队一起达成公司目标的领导就难找了。

现在有很多的生活用纸民营企业开始了引进跨国公司的人才

计划，如宝洁app等企业的营销人员，常常是三月的新鲜感后就是一拍两散，其实跨国公司非常注重专业化且关注一个点，内部分工明确，犹如铁路上的警-察各管一段。而中国民营企业的经营管理模式则完全不同，由于还在起步发展到有待规范之中，配合度差专业化低，要求管理层人员能够应付一个面，这就需要一个适应的过程，但往往我们企业老板希望今天进公司明天就要有改变，须知磨刀才不误砍柴功啊！培养属于自己公司的人才需要时间，不要想一口气吃成一个胖子。有一家生活用纸企业，年成品销售近4000万左右，原纸产能较大而且销售形势喜人，为寻求成品纸的发展引进一个来自大企业的营销管理人员，年薪好几十万，老板前期很放权，不到半年的时间产品形象整合、团队执行力都有了很大的提升，销售同比增长了80%，由往年的每月亏损20万左右，减少到每月亏损不到10万元，再坚持用半年的时间可以做到盈亏平衡，然而这家企业的老板却认为时间太慢，常常说要将产品像“绿箭”口香糖一样铺向全国，引进的总经理因与老板理念不一致而离职，导致团队分离，一年后成品销售回到零的状态，前后三年的努力化为灰烬，由于前后多次的反反复复给客户还造成了负面的印象，不但后期没有业绩提升反而使品牌价值到达负数状态。另有一家大型的生活用纸企业，近十年发展迅猛，其市场部负责人带出了一支在行业内最优秀的团队，各项市场工作屡获佳绩，多个成功案例至今还在行业内被津津乐道。市场部总经理离去后，部分品牌经理、产品经理也相继离开，虽然该企业随后几年借助行业增长的大势还持续增长了几年，但近年来增长乏力，倾力打造的高端品牌也是出现了虎头蛇尾现象。国内生活用纸企业经过了十多年的快速发展，引进并学习了跨国公司先进的人力资源管理经验，但由于缺乏前瞻性和持续性，对于人才的管理和考评还是停留在老板的感觉和亲信的建议层面上，对关键岗位人才缺乏通过多个维度的客观评估，现在生活用纸行业到了竞争环境变得复杂而激烈的时期，导致企业的品牌发展战略变得茫然而无所适从。在这个方面美国通用电器公司的人力资源管理经验值得借鉴，在生活用纸行业连续多年获得领先地位的恒安集团同样也在团队打造和人力资源建设方

面有着先进的理念。

1、给组织带来新的气象和创意吗？认为一个组织和部门一团和气，没有争论是团结是和谐，其实坦诚的争论或许是进步是创新，因为只有碰撞才能迸发出火花。

2、给自己培养了合适的接班人吗？通常我们认为某人无可替代，就是个人物是个人才，其实能培养出一到两个接班人，才是企业需要的真人才，我非常赞同一个人在获得提拔之前团队内有接班人或有人才输出的经历。

3、对客户的高关注度？我们常常认为领导应该抓大放小，客户这样的小事销售部门拜访或处理就好了，总是把客户是上帝停留在口头上，其实成功的企业自上而下都关注客户需求的变化，只有这样才能制订有价值可执行能持续的品牌发展战略，特别是中小生活用纸企业，更应该常常和客户进行互动，以获取一手的市场信息。

4、能带领团队协同作战吗？通常我们认为各个小团体能够做到‘各自打扫门前雪，休管他人瓦上霜’即可，其实团队总体的目标深入人心才更重要，因为在目标和结果之间是需要团队共同执行和整合资源才能绩效最大化。无法想象，一个没有研发部、品牌部、生产部、质检部、供应链等相关部门的通力合作企业，怎么可能生产出深受消费者喜欢的产品或品牌。

5、有责任感吗？是否敢于面对问题，敢于承担责任就能反映领导是否担当，出现问题时是先自我检讨还是不分青红皂白的指责下属。一个有责任感的经理人常常从自身寻找原因，而不是寻找借口，成功的人找方法失败的人找借口。

6、有工作分配的能力和指导能力吗？为达成目标能积极、合理的进行工作分配吗？并在达成目标过程中出现的问题做到积极指导。

7、有业绩吗？目标和结果是否能做到一致，或有超预期的表现，终究没有业绩一切都是扯淡。

8、会树榜样吗？榜样的作用是无穷的，一个会树立榜样的领导一定是一个善于发现员工优点赞赏员工优点的好上司，同样能获得团队的敬佩和喜爱。

一支优秀的营销团队要经过2到3年乃至更长的时间打造，其中要经历人员引进，培训，大浪淘沙，再引进，在培训再大浪淘沙多次的反复过程，重要的一点是核心领导不能变。这个过程是漫长的，特别是对主要核心人员需要公司的投入，需要高层的理解与宽容，要容忍有能力的人有自尊有个性，只有这样才能打造一支融入公司文化，专业的有执行力的团队。那种完全靠高薪靠许诺挖墙脚得来的人才，特别是认为跳槽时能带来一帮的人是人才的想法更是危险了，来之易去之亦易，因为你高薪许诺别人亦会。

最后要说的是在营销过程中，团队就是软性设备就是软性厂房。如果你没有前期投入的理念，挖一个人过来就要给你创造财富，这种想法是错误的，你为了公司的长期发展能够提前投入重金购买设备和建造厂房，为什么不能为了公司的持续发展而投入合适的人员或费用呢？我们中国的很多企业只注重实物投入不注重无形资产投入，总是认为看得见摸得着的就是真东西就是好家伙，这个也导致了我们的品牌资产价值不高的原因，世界上最有价值的100个品牌中国没有一个，这非常不符合世界第一大人口，第二大经济体的大国地位。其实一个伟大的品牌背后是几代伟大团队的努力，要知道，人是改变一切的决定因素。

## 工作计划团队打造 打造精英团队心得篇七

拓展培训作为一种增强团队凝聚力，提高团队战斗力的有效途径，越来越受到组织的青睐。拓展培训这种培训方式有效



地利用了人的心理特点，非常符合成人培训的需要。

## 激情 促进团队和谐

拓展培训中很多科目都会带来强烈的情绪体验，在良好的团体氛围中使团队成员走得更近，有些时候更会产生兄弟姐妹般的情谊。而引发情绪高峰体验的科目最典型的是求生墙这个科目。

在这个科目中，有些时候会挑战体力极限，如果再加上一些音乐的激励，成员就会达到较高的生理唤起水平。当科目结束进行分享的时候，人们在身体上感受到高度的生理唤起，就会把一部分其实单纯由生理唤起引起的情绪体验，也归因于由行为环境带来的情绪体验，即顺利完成科目后的胜利感和自豪感，认为是团队的合作，队员的奉献等等因素引发了自己的情绪。这样生理和心理激烈的交互作用，就会产生非常强烈的情绪体验，也就是情绪上的高峰体验。观察发现，缺乏一定的生理唤起，产生高峰体验的人数也将会大大减少，所以在科目开始前进行充分的生理唤起，是这个科目带来高峰体验的一个很大的促进因素。

在拓展培训中，对学员的情绪唤起一定要把握适度。过于热烈或煽情的氛围并不适合体验式学习，只会导致团队成员产生强烈的从众心理和群体催眠效应，热闹、感动之后，发现所得并没有当初表现的那么夸张，就会产生强烈的心理反差。健康的培训氛围应当是积极的、乐观的，伴随着体验者的不断思考、不断自我学习，在动静相宜的过程中达成培训目的。

## 竞争 激发团队战斗力

在拓展培训中，有意设置的行为情境会使不同小队的成员之间感到明显的由社会比较引发的竞争压力，使成员行为的内在动力增加。心理学家米德尔布鲁克提出，在人们意识到不能单独完成一项任务，或者通过多个人的共同努力可以更顺

利地完成一项任务时，就倾向于组成团队。在这种由竞争带来的高压力下，成员从团队合作中得到足够的安全感，从而增强了对团队的归属感，有效地提高了团队的凝聚力。

同时这种竞争情境，会直接引发成员的被评价意识，使行为情境转化为具有外加激励作用的评价情境。在被评价的情境下，成员期望得到积极评价的动机被有意识或无意识地激发。得到积极评价的意识被激发，会直接提高团队成员的自我观察、自我评价和自我调整的水平，使行为过程成为一个由高度自我意识支配的自我表现过程，从而带来行为效率的明显增加。被评价意识越强烈，这种作用也会越强烈，从而也提高了团队的效能。

所以在拓展培训中，积极营造竞争情境，激发学员的被评价意识，会极大地提高团队的工作效能，增强团队凝聚力，达到熔炼团队的目的。

但是需要注意的是，有时候在训练中形成的超强凝聚力会带到员工实际工作中，导致训练中的小团队难以融进企业的大团队中。所以在各小队熔炼得较为成熟之后，一定要进行大团队融合的科目。也就是说，需要在适当的时候打破企业内部小队之间的竞争环境，以免在训练中形成的小团队凝聚力过于强烈，在实际工作中也各自为营。

在拓展培训的开始阶段，都会进行团队建设，一般会要求小队选出队长，起队名，制作队旗，排练队呼、队歌、队雕等，同时还会形成一些小队成员要遵守的规则。这是一个团队文化形成的过程，但如果只是形成了文化，却并没有得到团队成员的普遍支持和赞同，那么这一切将形同虚设。而在这个过程中，合理利用心理学中的一致性原理，调动团队成员的积极参与和承诺，可以显著提高成员对团队文化的认同感和责任感，为团队熔炼打下坚实的基础。

所谓一致性原理，是指我们都希望自己现在的行为和态度能

够与过去的行为和态度保持一致。也就是说，一旦我们作出了一种决定或选择了一种立场，就会有发自内心以及来自外部的压力来迫使自己与此保持一致。

一致性原理是通过承诺对我们起作用的。成员如果从行为上对团队做出了承诺，就会产生一个对团队文化的认同性评价，同时也会形成一个认同团队的良性自我形象。

由于很多原因，在训练中很多时候会出现空口承诺的现象。所以要避免让团队成员做大而无谓的承诺，特别是不要让承诺流于形式和玩笑。尽量使每个成员都参与到团队建设的过程中去，要及时将承诺转化为实际的行为或现象。

## 工作计划团队打造 打造精英团队心得篇八

两支看上去差不多的团队，绩效可能有天壤之别。这可能是让很多人百思不得其解的一个管理难题，绩效差距很容易被量化，而团队差异却很难被量化。于是乎，我们常用领导力来解释团队领导者的差异。

打造高绩效团队，首先要确定目标。高效团队对要实现的目标要有一个清晰的理解，团队成员应忠于团队目标。成员应该明白自己要完成的任务和懂得如何一起努力实现团队目标。成员为实现团队目标而奉献，愿意为实现团队目标而付出更多的努力。高效团队成员显示出对团队的高度忠诚和奉献精神，并愿意为实现团队目标在所不辞。

其次，需要必要的技能。高绩效团队成员是由一群人才组成，大家共同努力。他们具有实现团队目标必要的技术技能和良好的人际关系能力。

再次，高绩效团队内部需要有良好的沟通。在过去七年时间里，麻省理工学院人类动力学实验室的亚历克斯·彭特兰教授带领着一群研究人员，在各个行业共21家组织中给2500名团

队成员配备电子胸卡，在他们相互沟通时收集相关数据，包括他们说话时的语气、身体语言、谈话对象和谈话时长等，试图用科学手段找出了高绩效团队特有的群体动力。

在这些群体动力中，良好的沟通对于打造成功团队至关重要，不亚于其它因素(包括团队成员的个人才智、个性特点、技能水平和讨论内容)加在一起的综合作用。

团队成功的决定性因素是凝聚力，是为取得更大成绩的齐心协力。一个卓越团队应该是一群有共同目标的人，一群有共同价值观的人，一群有共同利益的人，一群能协作战斗的人，一群荣辱与共、同舟共济的人。这正是我们不断努力的方向。

## 工作计划团队打造 打造精英团队心得篇九

### 如何建立一支优秀的餐饮管理团队

谈谈麦当劳是如何能够做到上下团结一致、整齐划一的及如何建立一支优秀的餐饮管理团队。

一、我认为麦当劳有一股过硬的作风和良好的风气、以下几点可以说明：

#### 1、麦当劳注重整体利益

当每一位员工做每一件事情的时候时，都在考虑它会如何影响整个公司的利益。例如，当员工为顾客提供优质的服务后，顾客就会再次光临麦当劳餐厅，不论是在几百里外的其它城市，还是在其它国家都一样。

#### 2、麦当劳提倡群策群力

在其他人的帮助下，共同解决问题或提出新的观点。两个人

的力量总是强于一个人，整个团队的力量就更强大了。例如，每一名工作伙伴都可以提出使顾客满意的建议。此外它还意味着当其他团队成员遇到困难时，应及时提供帮助。

### 3、麦当劳在确认团队贡献的同时，肯定个人成绩

如果团队取得了成绩，那么我们应当肯定每一名成员的贡献。没有所有人员的参与，你不可能获得成功。

### 4、寻求并利用差异与争论，去寻求整体和顾客的利益

麦当劳的实力来自于团队的众多成员，他们拥有不同的背景和观点。任何员都可以借鉴他人的经验与建议，特别是在寻求使顾客更满意的新途径时，更会从中得到启迪。

### 5. 通过相互信任和坦率的沟通，去正视问题，解决问题

只有主动地表达不同看法，才能有效地解决问题。提不出问题，也就无法解决问题。只有当每个人都关注问题时，才能解决问题。例如，把你对优质服务障碍的看法分享给大家，就可以使工作伙伴更有效地工作。

### 6. 麦当劳让每一位员工都能积极聆听他人意见，主动与每一个人沟通，保持言行一致。

有效沟通可以明确表达自己的想法，并聆听他人意见。每一位员工都应该与团队中的成员进行沟通。例如，假若在提到一个服务程序问题时，通过聆听团队其他成员的意见，可以为你带来新的思路。此外，你还应做到言行一致。

### 7、百分之百地支持决定

麦当劳注重发挥团队作用，每个员工都可以发表意见并聆听他人的意见，对好的意见和建议团队作出一致的决定，对决

定，每一个成员都必须遵循并予以支持。请想象一下，如果在餐厅中，员工就同一问题给顾客不同的答案，会造成什么样的混乱情景。作为团队，在行动开始后，就应像一个整体那样去工作。

因此，无论麦当劳发展多少家，他的形象和标准始终保持一致。作为餐饮行业万变不离其宗、尤其是连锁餐饮企业、更要注重统标准一化和团结一致。所以餐饮的发展离不开团队的建设；团队的建设也离不开个人的支持和协作；同时、个人的进步也离不开团队的培养和栽培。

这就是麦当劳所强调的团队精神。

## 二、如何建立一支优秀的餐饮管理团队。

1、统一目标，万众一心这里所谈的目标就是我们企业经营理念和经营的目标，例如我们的经营理念就是“一定要将我们的企业经营成一个‘家’，服务争做第一”。因为只有企业变成一个家的时候，才是最有战斗力的，同时只有最好的服务，促使客人牢牢地记住，企业才会有最旺盛的生命力。每月的月底为下月制定一个营业额的指标，并将这指标细分为午餐和晚餐分别是多少指标，人均消费是多少钱，各餐次是多少人数，每位主管是多少指标，每个单间是多少指标，每个服务员多少指标都有明确的数据。这样每位员工在下班的时候都会算一下我今天有没有没完成指标，这样每天员工都会自己岗位上尽心的完成指标时，每个员工都能这样大家努力的方向就一致了。当每月都完成指标时，每个员工都能得到不同的奖励，得到应有的回报。

制定每月的营业指标要注意：

a目标一定是要有科学合理的分析，大家通过努力可以攀登成功的（最好是取全年的营业分析报表着为参考）。

b真正将各种目标融入到每个员工的头脑中。

c不断地强化。

d尽量引导员工的个人目标向企业目标靠近。

## 2、最大的影响力来自我们管理者自身

现代的餐饮业员工有很大一部分是抱着有个好的心境、同时边赚钱边学习这样的心态，所以干部自身的品德素质、修养魅力尤为重要。

a□ 做一名员工可以信赖的姐姐、兄长

管理者必须有很好的人品，人格和良好的思想修养，能包容别人，更具体的说应该是包容别人缺点。员工能从管理者身上看到希望。

b 教师的作用

员工能从管理者身上学到知识，所以须具有丰富的专业知识和实践工作经验，做员工的良师益友。

c 表率作用

以身作则是最有带动性的管理和团结方式。员工的模仿能力是很强，都在看着他们的干部在做什么、在怎么做。故应该严于律己，以饱满的热情全身心的投入到工作中去。

d 营造家的氛围，拉近与员工的距离

作一名能与员工同甘共苦、同舟共济的战友，并公平公正地对待每一位战友。

### 3、管理制度“量身定做”坚决执行

制度是管理的基础，并不是越严越好，或者干脆照搬其他餐饮企业的制度。最好的不一定是最适合的，只有最适合才是最好的。因为每个企业都有企业自身不同的历史背景、文化，而且在每企业在不同的发展时期能的要求不一样的。所以，制度要“量身定做”的。要记住的是，任何制度都是管理手段，都是为了保证企业和大多数员工的利益，那么在执行力度上就要相应加大，以确保制度的落实。

4、良好的沟通体系，让员工快乐起来离开了沟通不存在着管理，现代餐饮管理本质应为通过沟通和激励尽量调动员工的积极性，尽量满足员工的各项合理的需求，最后达到企业与员工的一个双赢。餐饮业属服务性行业，服务是不能事先储存的，是需要现在操作和发挥的。故现场的工作氛围非常重要。调动员工的积极需要有一个良好沟通体系，让员工抛开一切烦恼和忧愁轻装上阵。只有欢乐的员工才会有满意的客人。

### 5、弹性的工资，合理的评做，营造良好的工作氛围

一套有弹性的工资体制，要体现多劳多得，在餐厅内部形成一种良性的竞争。工资是体现员工努力结果的一种表现形式，如果干多干少干好干坏都一样，那整个团队就将是一潭死水，回到了大锅饭的年代。可以多采用一些合理的评估，大比武，评选星级服务员等活动，让员工之间拉开一定的距离，在企业内形成一种良性的相互学习，相互比较，相互竞争的工作氛围。

注意事项：各种体制和评估的制定有如一个游戏规则，一定要让员工觉得合、公平、好玩、可以实现，同时还要适合企业的现状和发展。

### 6、营造长远餐厅文化，真正让员工感受到自己的“家”餐厅



文化是一种全体人员共同认可的一种价值观，她具有统一性和长期性。一个企业没有文化就好像一个没有灵魂的人。制度管人只是企业的管理的第一步，人是有血有肉的思想动物，每个人都有着不同的文化制度、历史背景、性格等，靠黑纸白字把每一个有着不同背景的人管好、从某种程度上讲是不可能的，也是不合乎人性的。真正要将餐厅做好，最后还是靠文化管理，靠文化将全体员工的思想意识连在一起，最后形成一种利益的共同体。让全体员工有自觉参与到餐厅管理中来，每个员工都有主人翁的意识来经营自己的餐厅。

7、让每一位员都来做一天经理此举开发员工的潜能，给员工一个成长的舞台是减低员工流失率的有效办法之一。（参考：我们酒楼实行代理经制度，每人轮流做一天代理经理，让员工找一下作经理的感觉，并且有一整套如何作好经理的办法来教导员工怎么样去做，这样可以为下一次提拔管理干部打下基础，而且启发下属管理者的主要职责之一。）

8、餐厅就是家建立一个和谐的大家庭式的工作氛围。家给人一种归属感，是一种和协、团结、亲情的象征。只有家的氛围形成，这个企业才是经得起考验的，才是坚不可摧的。堡垒最容易从内部攻破，家是一个内外都攻不破的最顽固的堡垒。

“团队”按字面上的意思就是团结起来的队伍。餐厅是一个依靠众多服务员及少数管理者的集体，要把餐厅很好地经营下去，不仅需要全体员工对客人提供优质服务，还需要一个凝聚力很强的团队且建立起牢固的团队精神。

打造餐饮美食的ci团队 ——餐饮企业经营管理内训外包计划#e#

## 工作计划团队打造 打造精英团队心得篇十

两天的幼教培训结束了，从中收获很多很多，翻开学习笔记，

总结如下：首先做为园长，不能只低头拉车，要学会抬头看路，学会怎样带老师快速成长，要有大雁的团队精神，做好领路人。抓老师的学习、上课，开学前一周带领老师制定教学目标，并给每位老师角色定位，分工明细，打造精英团队。

每周的教研活动，教研组长拿出一节课，抽条让老师展示，然后大家总结、点评。各班班主任做班级管理和课间活动总结，在管理班级方面自己先找出自己的不足，再做出下一步打算，代课老师先总结本周完成教学计划的情况，最后教研组长总结并安排下周工作。保育主任对幼儿保育工作和幼儿一日常规检查工作做总结，并提出下周方案。最后园长安排工作，有保育主任负责落实、督查。

常常与老师换位思考、关心老师、不断创新、不断改变、经常给老师鼓励，以积极、乐观的心态带领大家共同进步、相互学习、相互提醒、相互帮助、相互监督。教师工作态度，每天晨会背一遍：认真、快、坚守承诺、保证完成任务、绝不找借口。

招聘老师以完美型、活泼型、力量型、和平型为标准，活泼型做老师，带动幼儿快乐学习玩耍，完美型做后勤，关注细节，认真落实幼儿一日常规检查。力量型做领导，有思想、有干劲能带动老师快速成长，和平型做接待，语言和谐可亲，便于和家长沟通。

锻炼教师口才，让老师知道不是你口才不好，是因为你说的太少。带班老师要做到相互提醒、相互帮助、相互监督，相互加油！大家要思想统一、目标统一、行为习惯统一，遵守幼儿园制定，服从领导，听指挥，一个人在一起不是团队，心在一起才叫团队。想改变命运，首先要先改变自己的思想和态度，一个人真正的长大，不是年龄的长大，而是思想的成熟！

大家要拥有狼的精神，历练凝聚力、锲而不舍，不达目标永

不放弃的精英团队，在工作中要求老师和自己有老鹰不怕痛苦，坚决蜕变方得重生的精神，来给大家不断充电，共同成长。对工作态度认真不抱怨，为自己的幸福生活，努力创造！明白任何事情的成功一定是千万个细节铸就的，但一个小细节的疏忽足以毁灭一件事。

要有好的习惯，好的性格，来影响身边的人。

好习惯，好人生！