

# sap工作总结 sap维护工作计划(精选10篇)

在现实生活中，我们常常会面临各种变化和不确定性。计划可以帮助我们应对这些变化和不确定性，使我们能够更好地适应环境和情况的变化。我们在制定计划时需要考虑到各种因素的影响，并保持灵活性和适应性。以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## sap工作总结 sap维护工作计划篇一

1:运维的首要职责是参与确定公司的整体it框架，当然这也不完全是运维的事；框架这个词本身就比较笼统。框架大概包括服务器的系统，程序使用何种语言，配合什么数据库，使用何种容器来发布内容，需要多少服务器，如何分配资源等。

2:保证应用能在服务器上正常的运行

3:根据业务需要，及时调整服务器各项设定

4:备份关键数据，及时处理各种故障，保证服务器安全

5:记录服务器维护日志和技术文档

精选范本

. 济南科技中心运行维护岗位职责 第一章 部门职责 一、运行科

## sap工作总结 sap维护工作计划篇二

听课是一种对课堂进行仔细观察的活动，它对于了解和认识课堂有着极其重要的作用。下面是小编整理的听课心得体会

简单，欢迎来参考！

## 听课心得体会

（一）：

前几天我有幸参加了佛山石湾一小的听课学习活动。听了两位老师的课，我感触很深，收获颇多。

第一节是陈惠贞老师的新授课《两位数加一位数和整十数》。传统教学只注重老师的“讲”，而轻视学生的“说”，这样导致课堂死气沉沉，教学是昏昏欲睡，而在这节课上，互动的成分比较多，学生不再是听众，而是整节课的重要参与者，老师和学生是在相互讨论和交流的基础上完成整节课的，整个课堂气氛活跃，在这种乐学的过程中，学生更容易理解课堂上的资料。第二节是麦老师的新授课《通分》，这节课老师充分调动学生学习用心性，注重发展学生的思维潜力。

### 1、体现课标精神，重视营造愉快课堂。

透过观摩一系列的展示课，感受到每位老师都是在努力体现新课标的要求。新课标指出学生的数学学习活动就应是一个生动活泼的，主动的和富有个性的过程。此刻的数学课堂教学不再是单一的教师教，学生学的过程，而是学生在教师的引导下主动探究，师生合作交流的愉快的课堂活动。我们看到每位教师都体现重视营造和谐，愉快的课堂。师生在课堂中不再是原先传统教学中的传授者和理解者，施与者和容纳者；此刻课堂中的，学生才是学习的主人，教师是学习活动中的组织者，引导者与合作者。

### 2、体现数学与生活的联系，重视创设教学情景。

新课程标准要求孩子的学习资料是现实的，有好处的，富有挑战性的。在这些课中，教师都重视创设贴近学生生活实际

的教学情景，从情景中引入要学习的资料，激发学生探究的兴趣和欲望，使学生体会到数学知识就在我们身边，理解数学与生活的联系，有利于学生主动地进行观察，实践，猜测，验证，推理与交流等数学活动。

### 3、体现主动性学习，重视学生的动手操作。

在教学设计中，越来越多的老师开始重视孩子的动手操作，重视孩子的手脑结合。要想真正的学好知识就是要学生们主动地参与到学习活动中来，那么动手操作就是孩子们最好的学习活动。学生们在老师的指导下，动手操作，自主探究，合作交流的学习知识。

### 4、体现常规教学潜力，重视双基训练的落实。

纵贯这些展示课，我们感觉老师们的常规教学潜力都十分强，十分重视学生双基训练的落实，不是原先那种华而不实的评优课，是扎扎实实的常规教学研究活动。这些课资料很扎实，课堂容量很大。

### 5、体现教学资源优势，重视现代信息技术的应用。

现代信息技术的发展对数学教育的价值，目标，资料以及学与教的方式产生了重大的影响，在听过的这些课中，每位教师都根据自我的教学需要使用了现代信息技术，这些现代技术的应用，突出了教学重点和难点，提高了课堂效率。

总之，这次外出听课学习，使我更深刻地体会到了学习的重要性与紧迫感。在此，我要感谢教研室领导和学校领导给了我这次学习的机会。在以后的教学中，我要本着吃透教材，吃透学生，提升自身素质去努力，不断学习，博采众长，充分利用一切学习机会，学习百家而顿悟，积淀教学素养。对课堂教学不断探索，走出适合自我的教学路子。

## 听课心得体会

（二）：

前几天有幸参加了苏州吴江市震泽中学的听课学习活动。听了两位老师的课，我感触很深，瘦弱颇多。

用一句古话“授人以鱼不如授人以渔”最能概括我的体会，这句话的意思也就是方法比知识更加重要，学习方法是否科学，思维方法是否合理、正确，影响着学生的学习效率的高低。因此，我们教师在上课过程中应当抓住机会，明白学生学习，将“渔”的潜力教给学生，使学生不但能够学会，而且能使学生会学，让学生了解掌握语文的学习方法，发展思维，构成潜力，能独立解决问题。这种“渔”的方法我觉得也适用于其他学科。

在刘朱刚上的诗歌鉴赏这以复习鉴赏课中，方法的教授体现得尤为突出。刘朱刚老师在上课的开始用复习旧知识引入新的知识，这样就到达了“温故而知新”的效果，当学生应对学案中提出的问题时，刘朱刚老师又渗透着诗歌鉴赏的方法性，渗透着方法性教学。

第二位老师是顾老师的课，她的课思路很清晰，环节流畅，她讲的是《始得西山宴游记》第二课时。刘老师抓住重点“始得”并贯穿全文，重点突出，层次分明。可见刘老师的课扎实有效，注重激发学生的兴趣，她上课也比较自然、流畅，富有感染力，值得我去学习！

这两位老师的课将学生的主体性体现得十分突出，自我扮演着主导主角，她们运用多种教学方法引导学生用心主动地学习，让学生掌握语文基础知识和基本潜力，为学生进一步学习打好基础。

听了她们的课后，我深刻地反思自我的教学过程，感慨万千，

在语文的教学过程中，自我虽然也认真投入，但跟她们比，实在还有相当大的差距，我没有到达必须的高度，很多教学环节设置没有深度，在点拨功夫上还有所欠缺，尤其是课堂评价语言，我更是单调，没能很好地激发学生的学习热情，致使语文教学成绩没能到达预想的效果。听了她们的课，我学到了很多，今后自我必须将所学到的教学方法应用到自我的教学中去，尽快地提高自我的教学潜力，不辜负领导和学生的期望。

## 听课心得体会

(三)：

### 一、注重教给学生学习的方法

教学就应是源于教材但又要高于教材，尤其在当今社会显得更重要。教材只但是是一个范文或者例子，老师在教学时要把学习方法教给学生，让学生学会学习，并且到达终身学习。教师在教学中就要有意识地让学生逐步领会学习方法，让学生掌握学习知识的窍门。几位老师都能注重教给学生学习的方法，刘玲玲老师主要是教给学生抓住关键词来理解句子的方法，让学生透过读句子找出关键词，由理解关键词的含义进而来理解整个句子的意思。几位老师都能让学生抓重点句来理解课文，透过反复读，边读边做批注的方法来学习课文。

### 二、让学生质疑问难，解决问题。

“质疑问难”是学生学习活动中不可缺少的一环，学生有疑问，才有思考。两位老师都能让学生透过读句子提出有价值的问题，进行思考，进而解决提出的问题。

### 三、尊重学生的体验

《语文课程标准》指出“阅读是学生的个性化行为，不应以

教师的分析来代替学生的阅读实践。”？“要珍惜学生独特的感受、体验和理解”“对学生独特的感受和体验应加以鼓励”。这种新理念，已成为阅读教学改革的重要话题，为越来越多的教师所认可。两位老师在这两节课中也能注重学生的阅读体验。给学生充足的时间阅读、思考、体会，创设宽松和谐的氛围让学生交流各自的体验，来领悟文章的资料与中心思想。

当然，几位老师还有一些地方做得不到位的，如在指导学生朗读等方面还有待大家共同讨论，研究，因为这也是我自我做不好，也不知该如何去做好的问题，请多多指导。

其次，务必要改变旧的教学模式，音乐课不一样于其他科目，更需要学生与教师的自主互动，使课堂活跃起来。

总得来说，透过听课丰富了我的教学经验和教学方法，给我的教学工作带来很大的帮忙。听课是教师的必修课，以人为镜，才能够体察自我的优点和缺点。透过听课学习别人的长处，透过听课，反思自我，才能不断进步，这也是教师成长的一条捷径。今后我将透过这条捷径获得更多的教学经验，来帮忙我更好地完成教学工作。

## 听课心得体会

### （四）：

这学期，我参加了听课学习活动。听了几位老师的课，我感触很深，收获颇多。

“授人以鱼，不如授人以渔”这是我最深的体会。“授人以鱼，不如授人以渔”，也就是方法比知识更重要，学习方法是否科学，思维方法是否合理、正确，影响着学习效率的高低。因此，教师在课堂教学中应不失时机地创造机会，指导学生如何学习，使他们不但能学会，而且能“会学”，即：

掌握语文学习方法，发展思维，构成潜力，能独立解决问题。许多老师在课的开始运用复习旧知引入新知的方法导入新课，这本身渗透了“温故而知新”的学习方法。当学生应对材料中的问题时，老师又告诉学生阅读说明文要讲究知识性、文学性，“先思考再动笔”这种很好的学习方法。

个别老师的课思路清晰，环节流畅，从整体到部分合理过渡，再之后重点切入到品读诗句上；课扎实有效，注重训练，板块清晰，值得我深刻学习！

总之，几位老师的课处处体现着学生是主体，教师起主导作用的教育理念，运用多种教学方法和方式引导学生用心主动的学习，掌握语文基础知识和基本技能以及它们所体现的语文思想方法，为学生进一步学习打好基础。

听了他们的课后，我深刻地反思自我这几来年的语文教学历程，感慨良多。在语文教学过程中，自我虽然也算极其敬业，但跟语文大家相比，差距实在是太大了！主要表此刻教学设计上，我没有到达必须的高度，很多教学环节的资料设置没有深度，在点拨功夫上还是欠缺得很，尤其是课堂评价语言，我更是单调，没能很好地激发学生的学习热情，致使语文学习成绩没能到达我理想的效果。听了他们的课，我学到了很多，今后自我必须将所学到的教学新方法应用到自我的教学中去，尽快地提高自我的教学潜力，不辜负领导和家长学生的期望。

## **sap工作总结 sap维护工作计划篇三**

- 1、按照学校工作计划围绕中心工作，进一步发挥艺体组的专业优势，积极推动各项工作的圆满完成。
- 2、加强各项政治、业务学习、使教师进一步掌握提高新概念、新方法、新知识，利用教学平台出色的完成日常教育教学工作。

3、音、体、美的教育教学工作是学校教学工作最具有生机、最具有活力、最具有影响、最具有吸引力的工作；因此，加强音体美的教育教学是创建一个文明、活跃、兴旺校园的根本教育，更能维护和提高学校声誉。

1、加强学习,更新观念,充分认识课程改革的重要性和艰巨性,认真学习新课程标准,加大对学科课程改革实验的力度。

2、结合常识组各学科特点,以教科研为先导,推进教学改革。重视学生的主体地位,关注学生个体差异与不同需求,确保每一个学生受益。激发学生的学习兴趣,培养学生学习的意识。

3、为让每一个孩子都接受良好的教育,我们应重视课堂教学。为提高教学质量,常识组教师应认真备好课、上好课、抓好常规教学,严格按照课程表上课,不得随意调课、停课,应遵循学生认知规律,构建扎实、有效、活泼的课堂。在教学过程中应重视安全保护措施,家庭作业认真书写、认真,教师要及时批改;美术教师要注意美术作业的设计、批改、突出个性。

4、本学期常识组要积极进行组内听课活动,教师一学期争取上一堂教学研究课,要体现教师对新课标、新理念的理解,特别是课题组成员应该加倍努力,组内教师要互相评课,互相研讨,上好课题教研课。

为进一步提高知识水平和业务能力,更好的适应教育改革和教学需要,本学期将开展多种教学活动。采用教研课等形式,本组教师将相互交流,取长补短,同时听取其它学科老师的课,吸取经验、好方法,不断的提高教育教学水平。本学期虽然时间短,但各种竞赛多。如书画作品展,“六一”庆祝活动等。我们将认真准备、组织、训练和比赛。力争取的好名次,为学校争夺荣誉。

常识组每一位成员都已经意识到凭啃老本的经验教学跟不上日新月异的知识更新，必须开展各种形式的自我学习活动，才能立足于三尺讲台。该学期常识组继续坚持每次业务学习普通话训练以及各项基本功训练，所有成员要加大电脑使用的熟练程度培训，校本培训工作要做的实在，力争使每一位成员迅速转化为学习型的现代教师。

## 二、三月份

2、做好中小学书画比赛的准备工作。

3、六一节目的准备工作

## 四月份

1、配合少先队劳动者之歌学生合唱、教师独唱比赛

2、组织开展常规教学检查。

## 五月份

1、参加中小学书画赛。

2、配合少先队组织快乐的童年“六一”联欢会。

## 六月份

1、校本培训工作检查。

2、学期末教学常规检查。

## **sap工作总结 sap维护工作计划篇四**

从企业后台到公司决策层、从工厂仓库到商铺店面、从电脑

桌面到移动终端—sap助力用户和企业高效协作，获取商业洞见，并从竞争中脱颖而出。sap的软件和服务能够帮助客户实现盈利性的运营，不断提升应变能力，实现可持续的增长。下面给大家分享一些关于大学生sap实习心得，供大家参考。

我是一名软件专业大四学生，现在在sap公司实习快三个月了。

我们应聘的是ags coe部门的实习生，就是sap系统的实施支持之类的吧，开发任务很少，所以当初面试的时候也没怎么考编程方面的知识，可能会考一些数据库自己信息安全方面的知识。总体来说对技术要求不高，但是英语能力要过关，再就是要有良好的沟通能力。

开发用的是abap语言，(应该也可以支持java,但是我们部门一直用的都是abap)这个应该不用担心，因为公司外的人很少有会的，来到会培训的。只会java就够了，我的实习同事有的还什么编程语言都不会呢。。。我的导师人很好，会一点点给大家讲abap编程。

上海的sap lab应该会需要大量的开发任务，我coe部门招聘的要求没有那么严格，软件背景最好，但是我同事也有数学，物理，通信各个专业的，影响不大。我感觉是因为来公司以后好多东西要从头学起，以前的专业知识用到的不多。

待遇方面北京的实习生一天200，其他的补助都没有，相比其他的互联网公司实习工资算是比较少了。(泪奔。。。)

前面说过了，我们部门对实习生要求不高，英语口语好，表达能力好，再加上一些数据库知识。

财务什么的知识完全不需要，相关知识都会有系统培训。但是竞争应该还是挺激烈的，实习生大部分都是名校在读硕士，而且这还是今年我们部门大力扩展实习生的背景下，我算是

运气好才误打误撞过来。

以上所说全部是个人看法，仅仅针对北京sap ags coe部门，其他的部门要求应该都是不一样的。上次和一个别的部门的实习生聊天，她们那四个实习生，除了她都是博士。(顿时感觉我们部门低端了好多。。。)我们不同部门沟通很少的，感觉仅仅是在同一个写字楼办公的关系。。。

总之我感觉在sap实习是一段非常好的经历[sap作为一家传统的软件公司，又是德企，和那些互联网公司的风格完全不同。

近来常想，什么样的工作才算是性价比很高，跟部门同事们聊下来的结果便是[sap的性价比很高。于是，我可以很淡定地在工作时间写这样一篇校内日志。

来这边实习将近半年了，时断时续的工作带给了我断断续续的热情，说不清这半年到底对team做了些什么contribution[s只知道一直都没闲着，照reach的话来说，我的picture还不够大吧。我所从事的事业是伟大，我所做的努力是卓越的，所以，请你干一行爱一行。。。诚然，我或许还没能像他那样参悟工作之真谛，但还是很感谢他这一段时间来对我的照顾，尤其感激他对我故意找借口多次不来实习的容忍。不清楚[hr和他们看到我那蹩脚辞职信会做何感想，不知道他们能否了解那些词不达意，但还是要感谢他们曾经给过我那样的机会，帮我渡过那阵子的危机[anyway[我说过everything goes perfect in 20\_\_了，祝福过就好。。。

回想起跟小宝和春森一起组队参加devchallenge的那些日子，那算是这半年实习中我所干过的最轰轰烈烈的事情了吧[demo那天，我们被安排在很晚登场，小宝因为前面的小组而略显信心不足，但是最终他凭借着自己在场上的优秀发挥，征服了场下，我们也很幸运地获得了第一名，我是我们3个中最先知道结果的那一个，还记得当时我情不自禁地在会

场里竖起中指激动过后泪花，这样的感动已经很久不曾出现在我的生活里了，付出收获后的喜悦，被承认后自豪，工作的成就感，那一刻，我觉得我很爱自己的工作，当然这绝不仅仅是因为这次比赛的得奖，我拿到了1500块的当当购物券。

。。

还是挺感慨世事无常的，曾经我觉得如果sap给我offer[]我肯定会毫不犹豫地选择留下，曾经的我就是那样傻傻地表示淡然无所追求，道不明其中的原因，但是生活中的变故又岂是我们所能预测得了的呢。生活要move on[]那我们也只能附和着适应，背负太多活着其实真的很累，以至追求的目标也会慢慢变模糊。不知道以后还有没有机会再来到这里工作，抑或是跟这里的人有合作的可能，这里的人，很多很talent[]很多是低调的大牛，也有很多养老的，因为这里的确是性价比挺高的地方，工资不高，压力不大，工作还算开心。。。

在这里还想对stephen说声抱歉，每次你找我讨论，给我提意见，我都是一副要跟你没完没了的态度，让你觉得我很讨打，其实要说，你的态度也足够让我想打你，我的没完没了也多少有些故意，不过我真心不想这样，情绪到了，以至没抑制住冲动，还希望谅解啊。知道你可能没办法看到这样一篇日志，但是春森和小宝会有机会看到的，所以你还是有办法知道我其实蛮想跟你道歉的。要感谢你在我第一天到公司时，对我的照顾，帮我设置环境，让我至少在第一天不会因为不能上网而无聊抓狂；也很感激你，让我不必为自己每天10点以后到公司而内疚，因为很多时候，我发现你也迟到了。无语的地方是，有时候，你会让我想起我们班以前有位叫小强的同学。

随着全球市场的发展和完善，各公司必须运用动态的战略对瞬息万变的挑战做出反应。迅速适应客户新需求和市场新商机的能力，是赢得竞争胜利的决定性因素。此种适应力需要一个功能强大、开放式的基础结构，以便针对目前的企业流

程提供最佳化支援，并能灵活适应变化与发展。sap就是应付这些挑战的最佳解答，它是一种最普遍的标准商业应用软件。然而它又并非只是软件，而是一种策略性解决方案，教给我们的是现代企业的组织结构及管理思想。学习sap有助于我们开阔思维，从另一种角度将财务、管理类知识进行梳理和融汇。sap就像一个庞大而精密的机器，环环紧扣，几乎考虑到了所有的细节，令人越学越觉得深奥无比。

紧张又充实的sap软件操作实习结束了，回想这两周的学习时光，我获益良多，此次的实习我收获的不仅仅是单纯知识层面上的，还有许多与课本无关却十分重要的东西。

第一，我对sap的认识。sap是现代企业先进管理思想的体现，它实现了企业运作的全面管理和调配，即成立企业所有的资源，将企业的三大流即物流、资金流、信息流进行全面一体化管理。

第二，企业信息化最重要的是懂企业信息化的专业人才，能够全面了解和掌握企业的业务流程和管理流程，明确企业管理和控制的关键因素，并能根据这些提出很好的解决方案。企业信息化的实施主要是对企业流程的重组和再造，使其符合标准化管理流程的需要。

第三，对各种困难的克服。首先我们面对一个很实际的问题，那就是距离远，来回四个多小时的车程，对我们来说是个不小的考验，可以说每天起床那么早，一半的时间是坐车、等车，所以有时候会不想去。其次，在实习中有时会感到无聊没意思，面对那套软件内心没有多大的兴趣，因此在操作的过程中会不细心，没有耐心，导致了有些单据无法准确的做出来。经过调整我最终很快的端正了自己的态度，要求自己不迟到不早退，对每一天的任务都认真的完成，每天给自己一个满意的答卷，最终给整个实习一个满意的答卷。

第四，自己去解决问题。在操作过程中每个人都存在这样或

那样的问题，大家的问题多了老师处理不过来，就只有自己去想办法解决，自己回想老师的演示，检查自己的每一个步骤，发现错误并改正自己的印象会更深。因此自己去解决问题是提高自己的最好途径。

以上就是我对本次实习的个人体会和总结，经过本次专业实习，我觉得自己在很多方面还存在这不足，对于专业知识的掌握还不够牢固，理解还不够深入，这是我需要加强的一点。同时本次实习也开阔了我的视野，让我学到了一些学校学不到的东西，感谢老师对我们实习的指导，感谢能有这样一次机会让我更多的发现自己的缺点并改正。

写这篇心得主要表达下这个星期sap学习的感受和见解□ sap是近几年来erp软件的倡导者。随着全球市场的发展和完善，各公司必须运用动态战略对瞬息万变的挑战作出反应。迅速适应客户新需求和市场新商机的能力，是赢得竞争胜利的决定性因素。此种适应力需要一个功能强大、开放式的基础结构，它可针对目前的企业流程提供最佳化支援，并能灵活适应变化与发展。

sap系统就是应付这些挑战的最佳解答，它是主从式架构上最普遍的标准商业应用软件□ sap系统并非只是软件，它是一种策略性解决方案。就我所知，它教给我们的是现代企业的组织构架及管理思想。对本科生而言，对sap的学习有助于思维的开阔，更能从另一种角度将财务、管理类知识进行梳理和融汇。总感觉sap像一个庞大且精密的“机器”，每一环紧扣一环，其几乎把所有的细节都考虑到了，令人越学越觉得其深奥无比，除了看帮助文档资料及实际配置及操作，也不断从错误中去体会。

将近一个学期的sap学习□sap给我的总体感觉有以下几点□ 1□sap是目前全球所有erp产品中，对企业构架考虑得非常细致的系统，也是整体控制逻辑和整体系统结构非常严谨的

系统; 2□sap 是目前全球所有 erp 产品中, 对产品在各种行业的适用性考虑得最多的系统, 既应用的行业最广。 3、学习 sap 要技术和业务统筹, 要脚踏实地, 不能半途而废。

紧张而又充实的 sap 实习已经结束了, 回想这这个月的学习时光, 我获益良多。我所得到的收获不仅仅是知识层面的, 还有很多是与课本无关但却至关重要的东西。我清楚地了解了企业的业务处理过程, 对企业的物流过程有了更直观的感受, 这使我平时书本的知识得到了实践。企业内部的物流从采购开始, 经历生产, 再到销售分销结束, 整个过程中伴随着物资的变动和管理, 其间同步进行的资金活动由 fi 模块同步的控制。

这个过程中包括着我们学习过的各种课程, 作为工商管理专业的学生, 与企业相关的课程我们都进行了学习, 但由于没有实践的机会而大多只知其一不知其二□sap 的学习让我把所学的物流供应链管理与财务管理、市场营销、生产管理联系起来逐步形成了自己的知识网络, 这对我的学习是一种大踏步似的提升。不仅仅在学习方面, 在与同学们的沟通中, 我从大家身上学到了很多, 如何与人沟通并学习别人的优点, 如何请教问题并将自己的观点表达出来对别人有所帮助, 这都是平时我们并不关注的问题, 在学习的过程中不知不觉地提升了自己。

sap 的学习结束了, 但是学习给我带来的理念上的改变和为人处世方面的提高都 将对我今后的学习生活产生影响, 毕业在即的我将带着这些宝贵的财富继续我的学习之路。大概的算了一下, 在学习 sap 的一个学期里, 我花了不少于 100 个小时的时间在学习和研究它, 到现在学习告一段落的时候, 我发现这些时间是相当值得的。经过老师的鼓励, 学姐的帮助和自己的努力, 我取得了一些成果, 虽然付出的这些时间得到的成果只是 sap 的皮毛知识, 但老话说的好“师傅引进门, 修行在个人”。

我们更需要自己去刻苦钻研，在掌握知识的基础上，灵活运用，争取做管理科学和信息技术结合的人才，这也是我的一个远大目标吧！当然这些都是要建立在自己对sap的兴趣上的。最初听到老师在讲解sap的时候，我更多的是结合我自己的专业方向在思考我是否要学习sap的，因为sap毕竟是erp软件的一种，我怕sap还是更偏向于财务。这也是国内外许多erp软件一个需要改进的地方吧，人力资源管理/人力资本管理已经越来越向决策层靠拢，国外企业在人力资源管理上做的普遍都比国内的好，随着对sap认识的逐步加深，我发现sap在人力资本管理上也和企业的财务系统无缝集成。

很显然，我选择学习sap是比较明智的，我发现在学习和研究的过程中，每一次当自己研究出哪怕是一点点东西，我都是十分兴奋的，与同学讨论的时候更是一种精神上的享受，大家都在朝着各自的目标奋斗着。当然，学的时间久了难免会产生烦躁的情绪，这个时候老师的出现无疑给大家打了几针兴奋剂，老师带给我们的不仅是对学习sap的方法，更是在指导大家的人生，老师真的很会激励大家，每一次老师在讲一些东西，我都会把斗志提高一个等级，老师可谓是我们的后盾哪！女同学的辛勤也是大家有目共睹的，没有她们的帮助，我们会多走弯路的啊！虽然我们将来是否从事sap的相关职业是个未知数，但往往机会就会降临在有准备的人身上，做一件事，要么不做，要做就做到最好。

## **sap工作总结 sap维护工作计划篇五**

大家好，我是赛跑网第七期的星星，跟大家分享下我在赛跑网的学习经历。

本人11年毕业于，之前在一家软件公司从事软件测试工作。工作比较清闲的，但没什么好的发展前途，曾一度对未来感到很迷茫。后来从同事那里了解到sap挺有发展前途，于是就考

考虑改行做sap，网上也搜了很多关于sap的培训机构，看完以后觉得有点过度吹嘘，培训费也比较贵。碰巧有次跟高中同学聊天说想学sap，她是在公司内部做sap维护的，以前在一个老师那里培训过abap，讲的很详细（这个老师就是彭sir啦）。在参加赛跑网之前彭老师让我在yy里听了下学员课后分享，大家都很积极，论坛里的讨论也很活跃，感觉这是一个能学到实在知识的地方。于是在今年3月参加了第七期fico周末班。

在加入赛跑网之前我基本没有财务基础，对erp也完全没有接触过，但彭sir在上课的时候讲的很详细还结合实际业务场景，在课后耐心解答问题，还经常问我哪些知识掌握的如何，有什么不懂的不要觉得不好意思，在赛跑网上提出来他帮我解答。经过半年的学习，我从对sap一窍不通到现在的初级顾问，这中间彭老师付出了很多。有件事让我记忆深刻，刚学完copc时有个问题很疑惑，然后打电话问彭老师，没人接，我想那明天再问，没想到晚上10点多彭老师打电话给我说刚刚手机不在身边，看到我有打电话他就赶紧回过来了，之后耐心解答我的问题。当时真的超感动，能遇到这么负责的老师真是幸运。

在彭老师对fico模块系统培训和面试模拟之后我就开始投简历找工作，面试时问的技术问题也大多是彭老师上课讲的知识点，后来收到两三个offer，最后选了一个。

非常感谢彭老师的培养和支持，在学习和找工作阶段他给了我很多帮助和鼓励，感谢一起学习的学员们nancy，亮哥，runpeak，小李子，喵喵，peter，小夏和sky 无私地分享知识材料和面试经验，感谢赵老师，感谢赛跑网那些帮助过我的ggjj们，有些甚至素未蒙面也会耐心帮我解答。在赛跑网的学习经历很愉快，看到这么多人共同努力，学习虽然比较艰苦但却不孤单。快要入职了，在新工作中可能会遇到挑战，但我知道赛跑网永远是我坚实的后盾。

希望未来能有更多热爱sap的同学加入赛跑网，祝赛跑网事业蒸蒸日上，有朝一日成为sap界的新东方。

## sap工作总结 sap维护工作计划篇六

这个世界上写给项目经理的书很多，写给it项目经理的书也不少，但写给从事管理软件实施的项目管理书籍并不多。

而笔者在从事项目经理工作中感到一个很苦恼的问题是，很多书其实非常经典，但都有一个缺点：理论正确，实战指导作用不足。

不是亲身亲历的人是很难领悟到那些理论的精髓，而每个刚刚入行又立志成为一个it实施的新人往往不是一开始就能从理论上武装自己，在他们起步的时候，每天要面临着各种具体工作任务，例如做调研，写计划，写方案，写备忘录，做项目汇报，做演示，这些活动与其说是项目管理发挥作用大，不如说这是具体业务技能的领域。

一个it人如果没有经受专业的培训，在不能掌握这些技能之前，我个人体会是往往是努力的把事情做砸。

目前的it服务质量更大程度上取决于实施人员个人能力，也许只有有一大批同等质量服务的实施人员涌现，一个公司的才有可能顺利推进项目管理的思路。

因此笔者就有一个想法，想把自己在项目实施从售前到售后的体会和经验总结为一些专项技能，并希望它具有可操作性，和大家一起交流总结，不断积累并臻于完善。

### 目 录

前言2 如何做业务调研？ 2.1 调研工作如何组织？

#### 4.1 什么是演示？（连载二十二）4.2 演示的目的

#### 6.8 公司总部接待考察客户要注意的细节

在it行业，特别是管理软件实施行业能够成为一个成功的项目经理是非常困难的一件事情，一个成功的it经理，被要求熟悉计算机软硬件知识，精通企业业务背景，拥有良好的沟通技巧和说服能力，当然在项目团队中还必须具有威信和执行力，这样的人才简直是完人。

一般人即使努力也不可能达到这样的一个完美的项目经理的境界，如果相信自己努力就可以做到可能是受哪些成功书籍的毒害太深。

更多的项目经理是拥有岗位并非拥有岗位技能，但可笑的是，往往是一个人刚刚被发现具备这样的潜质就会没有多少机会实施项目，而是陷入另一种疲于奔命的状态。

因为一个具有丰富实战经验的人对企业最有价值的场合不是深入实施某个具体的项目，而是进入售前。

管理软件销售是最合适顾问式销售技术，但很难想象一个没有实际实施项目经验的顾问可以有效把握企业需求和打动对软件供应商本质上都保持狐疑的潜在客户，这些都只有通过经验丰富的项目经理才可以做到。

如果一家软件公司的问题还是生存的问题，这样优秀的实施顾问最合理的选择就是售前咨询顾问。很多用户往往在合作后感觉到售前和售后交流时存在巨大落差，就是因为售前你看到的是已经证明过自己的顾问，售后你看到的就是还需要证明自己的顾问。

笔者自己也是走过了这么一条路，所以现在想一想，做项目经理难，做管理软件的项目经理尤其难，五年下来，忙得不

亦乐乎。常常笑言自己是职业“三陪”，陪客户交流，陪客户考察，陪客户吃饭。

## 2.1 调研工作如何组织？

很多人认为调研工作极难，水平最高的人才能做好一次调研，软件工程中也强调需求获取是最难的事情。有的人要么认为不过如此，甚至是一个普通技术支持都可以做的工作。

现在有很多企业上管理软件之前都希望软件公司派人来了解情况，提出针对性建议。这其实给很多软件公司销售经理出了个难题，自己亲自上企业不信任，而且也不专业，请公司派咨询顾问过来资源难以协调，响应不及时用户也不满意，而且贻误商机，随便来一个技术支持又不能保证调研质量，在后续工作中也难以让用户信服。

其实难和不难，在于是否用正确的方法做事，经常用正确的方法做事人，眼里是没有难事的。

虽然说调研工作质量和调研个人能力是直接相关的，有丰富经验的人在很短时间内就可以完成高质量的调研，取得被调研用户的认可，没经验的人花费大量时间在现场了解情况可能还是给用户一个不懂行的印象。

但最有经验的人也不可能了解所有的行业，他们对于一些陌生的行业一样可以将调研工作完成得很好，我发现有经验的调研人员和没有经验调研人员最大的区别是他们是否按照正确的过程组织调研工作，按照正确的方式做事自然会更容易取得成功，有无其它行业经验只是成功调研的一个积极因素而已。

在一个有调研经验的业务人员眼里，调研决不是现场调研这么简单，无论是售前还是售后调研工作本身都可以分为三个阶段。

第一个阶段叫调研准备阶段，这个阶段要完成调研计划的确认，调研背景资料的准备两方面的工作。这个阶段工作质量将对能否顺利开展调研工作起到关键保障作用。

第二个阶段就是现场调研阶段，根据调研计划完成各项调研工作，并取得用户认同。

第三个阶段就是调研后续工作落实阶段，调研结束后往往要准备产品演示，技术交流，解决方案等工作，所以调研结束后一定要趁热打铁，把后续工作落实到一定程度才能再做其它工作，此时调研工作才能算结束。

这是很多人忽视的一点，以为调研成功事情就结束了，其实调研工作和后续工作往往不是同一个人准备，高质量调研信息如果不能及时有效完整传递到后续工作者头脑中，调研工作实际上是更大的机会成本丧失。

从商务的角度来讲，售前调研还存在一个时机问题，调研本身应该是商务策划中的一个环节。

一般接到一个调研工作任务后，大家都会去编制一个调研工作现场工作计划，同时进行一些调研准备工作。

根据我的观察，在调研准备阶段大家常常存在这么几个错误。

### 2.2.1 第一个容易犯的错误：不清楚调研的目的

很多人编制计划，写本次现场工作目的时往往是这样写的：“完成项目现场调研工作”。

其实完成现场调研工作不是计划本次活动的目的，而恰恰是完成本次调研目的的有效手段。

那么调研的目的到底是什么呢？

真正的调研目的有三条：

对用户：让用户认为调研者已经非常了解或者有足够能力了解企业现有业务流程。

对竞争对手：如果是售前调研，还要随时制造给竞争对手的门槛，了解竞争对手给我们设计的门槛。

对公司：调研获得信息足够让后续者进入下一阶段工作。

我们很多人认为调研时一定要搞清楚企业业务，可是一定要切记，能够评价你是否了解企业业务的人不是你公司的成员，而是用户。

如果用户都认为调研者非常或者有能力强了解他们的业务，他们自然也比较相信这个调研者的后续的解决方案或产品演示。

如果用户都认为调研者非常或者有能力强了解他们的业务，调研者说服或者高质量帮助公司的同事进行后续工作自然不在话下。

明白这个目的的人，在调研阶段就会设计大量的机会不断强化用户对调研者的认同感。如果最终用户认同了调研者，或者大量的用户认同了调研者，无论是对售前打单还是售后实施就开始取得了最广泛的支持，项目成功的机会就在不断的增加。

有的企业业务非常复杂，企业用户自己都可能搞不太清楚，不太可能在短期内了解全部业务细节，特别是售前调研阶段，用户不太可能有积极性花费大量时间配合进行调研工作，这个时候调研工作目的就是要能让用户充分信服调研者所在公司或团队是有能力了解企业业务。有了这个信任基础，后面很多工作也容易推进。

有的项目用户同时安排几家供应商在同一时间段，或者在很紧凑的一个时间段安排几家供应商都用两三天的时间做一个调研，此时所有供应商恐怕都很难立即对项目情况有一个完备的了解，这个时候与其说调研目的是搞完全清楚企业业务流程，不如说是让用户认为我们在这个领域最有经验，最有可能搞清楚企业业务流程，进而给竞争对手制造进入门槛。

所以在调研工作中要通过规范的业务程序让用户感觉到我们作为一家大公司的风范，通过业务交流让用户认可我们在这个领域的专业知识和技能，通过业务需求确认突出我们强项，给竞争对手制造压力，同时了解竞争对手给我们制造了哪些门槛，灵活化解，或者为后续技术交流工作提供可利用的信息。

我们调研工作质量越高，认同程度越高，对手压力就越大。一般对手在压力下出错的机会就越多，我们了解充分准备也容易充分，这样我们项目成功的概率就越大。

不管进行什么工作，特别是在后续工作是公司其它同事配合完成的情况下，调研者有责任有义务确认自己调研工作信息明确被需要获知这些信息的同事收到并理解，并能很好开展后续工作。

做到这一点，调研工作才能算结束，否则调研者个人认为其调研工作质量很高，后续者如果对调研情况不认同或者对调研业务报告不理解，后续工作质量还是没有保障，这个时候调研工作并没有发挥作用，所以调研者就是从尊重自己工作的角度而言，也要安排时间让后续人员认同和理解自己的业务调研内容。

实际上有效的团队在调研过程中会随时收集团队成员对调研记录的意见，不断动态调整调研过程，而不是在最后调研结束时一骨脑让团队成员吸收大量信息。同样有经验的人员在规划一个项目时也一定会考虑调研工作和后续工作的协同，

提前要求各个阶段人员及时沟通和配合。

很多人调研计划落实具体活动的时候，往往只有这么简要的几句，某年某月某日，在某地某部门进行业务调研。

这样写计划要么是不清楚调研从哪里下手，只好先这样写着，到现场再走一步看一步，要么就是自以为有一些调研经验，知道如何处理，所以在写计划时为了糊弄内部分管领导，好歹也写了，质量上偷工减料。

实际上我们写一个计划写给谁看？计划是我们给用户分管领导确认的，用户领导对你的工作内容了解越清楚，他帮助你安排工作就越方便。

用户领导或者有时候是用户协调人也一定希望我们在现场的工作紧凑合理，不浪费彼此的时间。但用户并不清楚如何做这种调研，他们能做的就是按照我们意见尽量安排合适人员配合。

如果你的调研是某几天要来你们这里调研的话语，实际上用户领导可能会回答，拿你们先来，来了再说。结果现场大部分时间都在协调调研资源和等待上，大量时间都无价值的浪费掉。

所以一份好的计划应该是可操作，可执行的，也可以让用户看明白的。

我个人建议计划不妨细化到每天的上午下午分别调研哪个部门，需要怎样资历人员配合，需要配合多长时间，将了解哪些方面的业务问题，需要准备哪些相关资料。这样也便于用户领导配合安排。

而且一份详细的计划做为开始，正是恰到好处的体现了我们的专业背景和职业素养。还有什么比这更划算的呢？我们只

需要做一份合理的模板，每次多写几个字，就可以换来一个好的印象。

还有一点必须要明确的是，写一份详细的计划并非一定要让计划时间变得很长。任何调研工作都不可能把所有情况搞清楚，调研并不是一次就可以结束的事情。

实际上在一个项目中要随时有调研的意识，一旦发现新的事实和历史调研不符合，我们马上可以重新完善我们的调研结论，进行相关调整。

所以知道这一点我们每次调研都有一个成本的概念，调研的目的对内只是获得可以进入下一阶段工作的足够质量信息即可。

有时候一两天的调研也可以达到这个目的，调研同样可以结束。

### 2.3.1 第三个容易犯的错误：计划没有在内部沟通

很多人接到调研任务，将计划写好，立即就开始和用户沟通，工作精神很好，是不折不扣的行动派。

但是前面已经强调过，调研工作不是一个单独的业务行为，调研是承上启下的一个工作。所以我们的调研计划一定要征求客户经理，参与过调研其它人员意见，一些重点项目甚至是公司高管的意见，看看是否还值得推敲。

最关键的是，内部沟通计划的过程是和其它部门约定后续工作配合的过程，通过内部沟通在完善调研合理性基础上实际上确定如果调研工作结束，如何将我的工作移交给其它人，便于其安排后续工作。

调研者不要匆匆忙忙搞完一个调研，提交一份文档，就投入

另外一个项目。然后客户经理过了一段时间又要求演示，然后演示准备者看着业务调研报告云里雾里的时候，又无法和调研者当面深入沟通一下业务，无法高质量开展工作。

所以做内部沟通的时候实际上也是调研者的一个自我保护，和别人约定阶段工作的输入输出文档和质量要求，那么做完这份工作，后续同事也就能够独立开展工作，而是是纠缠不清。

例如有的项目在调研阶段就要同步准备演示方案，那么调研者最好在调研阶段就清楚谁负责这个演示配置，并在调研期间约定和其有效沟通方式，便于在调研进行时可以考虑如何准备。

如果很明确要进行这类工作，但又没有安排演示准备人员。调研者作为一个职业人员，我们至少要尽到提醒客户经理去申请资源提前准备的责任。

帮助自己团队成员少犯低级错误也是一个成熟职业经理人的心态，不管你的工作岗位有多么重要或者不重要。

此外在内部沟通时，如果是售前项目，要考虑和客户经理沟通一个很重要的问题：调研的切入时机。

一般情况下不要轻易的做第一个调研者，做第一个调研者一定要安排能力强的人，在用户关系不错的情况下，经过调研做好工作，给后续对手制造压力。

因为用户如果发现后续者能力不强或者不够职业会加强对第一个调研者的认同感。

但是如果你派的人能力不足，那就给对手超越的机会此时再次安排调研，已经很难挽回第一印象分。

不做第一个调研者除了规避这方面的风险之外，还有一个比较大的好处：不做栽树人，要做栽果子的人。

很多用户往往并不清楚他们要购买的软件到底是什么东西，所以第一批调研者很多精力要花费在灌输概念的工作上，如果基本概念不清楚，用户往往不能提出有价值的需求，调研时往往没有边际。

第二个调研者再进行调研时用户就会清楚很多事情，回答问题质量就比较高，同时我们也可以有机会了解对手的牌，进行针对性准备，后发制人。

当然何时切入调研应该更多程度上是客户经理考虑的工作，我们调研者至少要知道客户经理对这个问题是如何考虑的。此外调研一般要客户经理到现场配合，所以调研计划行程安排也一定要得到客户经理确认，防止出现意外变化。

不过说实话在这个行业内，基本上客户经理是很幼稚的，调研工作往往是盲目启动，草草收尾。

### 2.3.2 第四个容易犯的错误：计划没有得到用户确认

我们有的人把调研计划做好，告诉用户形成，就准备按计划去现场了，这样的调研者不及格。

有的人会提前发邮件或传真给用户，然后电话确认收到，然后确认时间无问题，然后再去，这样的调研者60分。

有的人不但会确认计划时间，还会认真了解计划内容是否认同和有相关业务人员配合，得到肯定承诺后再去，这样的人80分。

有的人还会准备一些前期调研文卷和资料准备清单，让客户经理配合落实后再去调研，这样的人100分。

我们至少要做到80分！

计划发给用户后用户一般是不会认真看和落实的，这是中国人做事的习惯，特别是一些地位不高的联系人，可能连为这个事找领导这个协调的胆都没有。

所以打电话确认的时候一定要请用户确认是否可以按计划进行，得到肯定答复后再出发，这样第一计划执行保障性会高一些，第二也给别人留下一个认真的印象。

这个计划落实的工作也可以和客户经理沟通后，请其利用其在企业的人脉落实。

最近我有一个同事就犯了一个这样的错误，代理在合同签订后非常着急催促我们去现场落实调研工作，这位同事就立即制定计划，并发送给代理，同时电话确认收到计划，然后就立即按计划动身。

结果到了现场，代理说用户还没有准备好，你怎么就来了？我们的同事也很郁闷，计划上说如果有问题就打电话，没有问题就不用打电话，既然没有打电话反对当然是按计划执行。结果双方的开始很不愉快，这就是不了解中国人的办事特点造成的，中国人是预期性的事情一定要口头沟通确认，担责任的事情一定要书面沟通确认。

## 2.4 调研准备阶段容易犯哪些错误？

### 2.4.1 第五个容易犯的错误：没有认真进行准备

调研要认真准备，但说来容易做起来难，很多人调研前的准备工作其实都是很随意的。

没有经过认真准备的调研，到了现场很可能对各种突发情况措手不及。

从应付各种用户刁专古怪的问题的角度而言，调研准备永无止境。

好的调研准备工作可以包括这么18个方面：

1、如果有的话，一定要认真阅读商务合同和技术协议。

2、阅读前期技术方案和各类备忘录。

此点非常重要，不仅仅要阅读，还要保证自己工作质量和规范和前期保持一致，一个行为高度一致性的公司是核心竞争力很强的公司。

此处有一个很重要的工作一定要向前期参加工作人员了解是否已经收集了一些资料，并想办法获得，已经搜集的资料和问题尽量避免重复询问，这对用户会造成巨大不满。如果万一前期资料不能获得，也要另外提前准备好说法避免这种情况出现。

3、和项目前期人员(咨询顾问、客户经理和平台主管)充分沟通。

听取他们的建议，使自己调研更有针对性。

4、熟悉公司已实施的相近项目的情况。

他们企业业务调研报告和解决方案将对我们现在工作很有帮助，甚至在调研过程中给我们很多思路上的启发。

5、熟悉相关软件产品的功能及发展方向。

很多人在工作中不注意和规划人员的沟通，其实在调研前确认自己了解产品的发展方向，现有和近期可实现的功能对调研时遇到一些很难回避的技术问题就可以做到心中有数，提前想好说法。当然最好的说法是这个功能我们已经实现了，

在某某项目上也是这样要求的。

6、了解企业所处行业的行业特点、竞争态势、产品研发特点。

这些要从公司，特别是网上查询资料分析，建立一个基本的业务原型，这样在调研时可以让用户感觉到我们还是做了很多工作，对项目很认真。

7、准备同用户交流时的软件原型或交流ppt

有的时候用户在调研过程中提出要我们做一个培训和软件演示的要求，一般情况下我们应该避免在售前调研阶段做这个工作，因为这些要经过精心调研仔细准备后再进行质量更高。

但在售后实施调研时我们可能要先主动做这个软件演示和理念培训工作，收敛用户的思路，引导项目边界，所以调研者也应提前对这些方面工作做一准备。即使是售前也很难完全避免这个情况，不但要准备，而且在语气上还要有所区分。

8、准备企业业务调研问卷。不一定要给用户，但一定可以让自己不遗漏该问的问题。

9、设计业务调研方案。业务调研方案可以将自己调研经验不断积累，形成体系化的经验，大家现在看到的文字就是我不断完善业务调研方案的结果。

10、设计业务调研计划。计划一定要用心，用心才能做好。

11、准备业务调研培训材料。

到现场调研时需要让用户知道我们的调研方法和思路，用户才好配合，也认可我们的专业化程度，这个应该结合公司流程和自己体会进行准备。

12、软件安装盘和加密狗。有备无患。

13、电脑笔记本是农民的必备劳作工具，如果没有就用笔记本解决问题，没有电脑前麦肯锡一直是手记录问题，现在他们还是提倡手记录，因为方便。

14、windows2000/sql server/oracle安装盘等常用工具软件安装盘。有时候很有用。

15、别的项目常用样例及标准配置，用户很难提供明确需求的时候，让他们看看我们在别的企业成功样例，有助打开思路，也体现我们给用户带去先进管理方式和成功经验的合作初衷。

16、公司各种流程管理文档。对于一些用户了解我们公司内部问题的时候，如果搞不清楚该什么讲的时候不要信口开河，翻翻资料再说。

17、可能涉及业务难点培训资料和问题集。

用户的问题千奇百怪，多准备一点没错，不断积累这些问题就是一个个人知识完善的过程。

18、公司小礼品。

调研完成后送给调研对象一个小礼品是很容易给对方留下好印象的机会。如果有政策，一定不要浪费。

调研计划确认，抵达现场就需要进行调研工作。在调研工作阶段我们常常容易犯以下错误。

### 2.5.1 常见错误一：立即进入调研状态

很多人非常努力，一到现场，就开始按计划进行调研工作。

其实调研计划到现场第一件事情不是启动调研，而是再次确认调研计划。

这样做的理由有三点：

一、汇报我们的计划，请其再次确认，并请其协调资源安排人员配合。

记住给领导沟通最有效方式之一就是“多请示，多汇报”。根据我个人的经验，一般领导看过的东西不如口头汇报的东西印象深刻，汇报也是建立领导对我们认同的手段。

很多时候被调研人员不愿意配合我们进行调研，因为这样可能会影响他们正常工作或者有其它顾虑，所以当调研工作是领导的工作任务安排，他们配合积极性就高了。

很多时候领导也不能立即协调完所有的工作，特别是这个时候可以要求领导配置一个专门的联络人，由他出进行联络工作，可能的话，也要求其全程参与调研，这样的人会给调研带来极大方便。

二、汇报我们的调研工作方法，让高管觉得我们做事很有套路，同时请其提出意见，做相应客户化调整。

在汇报计划的同时要顺便告诉高管我们调研工作方法，先做什么，后做什么，每天需要如何开始，要花费多少时间调研，花费多少时间在整理，是否要开一次业务分析会，需要哪些人参加。

领导明白你思路了，也就知道我们这些天工作量都会很饱满，很有组织性，也就对调研工作有信心并积极支持。

此外领导可能提出一些要求，例如进行培训或者其它要求，我们可以根据实际情况确定是否要进行或者不进行。此时就

有可能需要调整计划内容和时间。

三、借汇报机会领导了解他们上项目的初衷。

很多时候领导看待一个项目角度和高度和我们进行下层调研人员理解是不同的，这个时候和领导交流其对项目的想法，是有助于我们在调研工作进行时判断一些业务需求是否真的符合企业领导的构思，并可以寻求更好的方案。

从调研的角度，了解不同人员对同一个项目的需求也是调研工作的一个内容。领导层往往是管理性思维，业务层往往是技术性思维，两种思维达成一致才能设计一个好的方案。这些都需要通过调研获得。

第三和高管见面要约定如何汇报工作的机制。

调研如果有一段时期，不可能天天找领导汇报，也不能不汇报，那么这个时候就可以请示领导每几天安排一次当面汇报还是书面汇报。

多和领导见面，多用肯定语气沟通，就会让领导不断强化对我们积极的印象，逐步将感情的天平倾斜到对我们有利的方面。

不过有一点，首次和高管汇报工作原则一定要言简意赅，不要表现自己。

让领导建立对自己个人专业认同感就可以说达到目的了，对于一个领导认为有专业技巧的人，见面的机会他是一定会继续提供的，所以不要追求一次搞定，这都是极为有害的冒进思想。

低调切入，等调研过程中收集足够事实了再根据情况确定是否逐步抬高调门，表现自己的思路，是更稳妥和合理的策略。

和高管见面可能存在一个时间不确定因素。所以在调研准备阶段计划确认时尽量先保证这个时间，如果到现场时间不能保证，必须留机动调整的可能，一般情况下可以进行企业历史，企业现状，网络硬件，组织机构等方面的业务调研，也可以为领导见面提供沟通的素材。

此外高管并非一定是企业的最高领导，高管是依据企业规模和项目规模动态确定的，一般选择汇报高管对象的原则是对项目直接负责的人上级或以上级别的人。

企业大了，高管并非只有一位，有的汇报必要时该重复就重复，不要给别人不尊重的感觉。

## 2.5.2 常见错误二：匆忙地进入调研状态

计划一旦得到领导确认很多人就立即着手调研，这个时候容易犯的错误就是匆忙地进入调研状态。

进行具体调研业务前首先是和企业调研协调人确定今天一天的调研计划和资源可以到位，如果万一今天计划所在配合资源不在，给企业调研协调人几个替代性调整方案，其负责落实到位后才能放心的开展调研。这就避免出现上午调研完了发现下午没有人配合了的情况。

这个提前预约时间，即尊重被调研用户又让被调研用户有所准备，保证质量。

那么安排用户配合调研工作在可能情况下一定还要得到其直接主管领导的确认，让访谈者上司出面安排会面会保证调研者的积极性，他就不必担心调研影响正常工作而导致直接领导不满。

这些工作完成后还不以开始调研，而是针对所访谈的对象，再一次回顾自己要问的问题，理清发问的思路，不要想到什

么说问什么。

想清楚后就可以开始调研了，但和被调研对象见面不要三句话不到就立即进入主题，必须有一点点铺陈才能展开调研。

这个铺陈包括三个方面，第一是自我介绍，有时候还包括公司介绍，调研者也是公司的活名片，第二是了解被调研者的背景，对其配合调研表示感谢，顺便奉承一下，例如说能得到您这样有经验人员配合是我们非常高兴的事情，让其有一个好心情开始配合调研工作，第三是对调研总体内容和时间有一个说明，说明我们想通过调研能为其业务设计好的信息化支持手段，让其配合时做到心中有数，乐于协助。

很多人在开始进行调研的时候准备了一份业务调研问卷，所以在调研的时候就按照调研问卷开始提问，这个方法对刚开始做调研的人是很有用的，可以帮助他在对业务不熟悉的时候不至于无话可问。

但这样调研的后果就是调研者在唱独角戏。调研者不停的提出问题，被调研者不断的再回答，好象成了一种审问和被审问的关系，这样的调研状态虽然可以收集大量信息，但从调研角度而言，不是最佳的选择。

真正有经验的调研者首先是先向用户了解整个业务过程，在具体业务过程中顺便了解我们想重点关心的问题。

被调研的用户如果没有经过精心准备是无法回答很多具体的问题的，他也不知道你为什么要问这些问题，这样的问题问多了，用户一定很厌烦，也会产生一些戒备心理。

但是所有用户一定很熟悉自己每天进行的业务，并知道业务中他感觉比较痛苦的一些问题。所以调研的方式应该是站在用户的角度了解业务，有了一个对业务的总体认识，再了解细节也就更深入和细致。

所以好的调研者要充分的让用户讲话，自己只是在提话题，让用户有兴趣有心情把自己知道的事情完整有序地讲明白。

举一个例子，我们做pdm调研的很多关心你用什么设计软件，产生哪些格式，每月设计几个项目，产生多少图纸，但如果是一个个问题这样问下去，对用户而言的确是一种折磨。还不如问他你每天设计任务是如何获得的，如何开始，需要哪些资料参考，做完了以后形成什么文档，交给谁？在这个过程中您觉得什么地方不太方便？在整个业务调研过程不断顺便问一句，这样的任务你每个月大概接多少，多的时候多少，少的时候多少，每次出图量多少，用什么软件设计为主之类的问题。

这样交流的好处是用户对熟悉的业务可以很自如的进行表达和沟通，而不至于让整个交流变成一个单向的信息收集，交流的气氛会越来越好，问题也会越谈越深入，而不仅仅停留在一些准备的表面问题上。

而且很多问题在一次业务沟通中就交流完成了，不需要反复去问，增加被调研者的工作强度，也节约了调研者的时间。

一个小块业务问题问完后立即要做的一个工作，也是很重要的工作：立即主动复述用户所讲的业务和过程，让用户确认你明白他所说的内容。

当用户发现他说讲的内容你可以理解并接受的时候，是很高兴的，第一觉得自己没有白讲，第二他就开始认为你也是比较熟悉业务或者有能能力熟悉业务的人员了，第三如果发现复述有什么不对，可以立即纠正。

所以调研不是调研人员的独角戏，而是用户为主介绍，我们只要起到引出话题，复述内容的作用即可。一个滔滔不绝的用户应该是一个成功调研的特征。

调研结束后一定不要忘记的一句话就是感谢！

感谢之余还要请用户有时间审核我们的调研记录。

根据麦肯锡的建议，有些人在快结束会谈时可以再提出一个相对敏感的问题，这个时候问题人容易放松，会有心情回答一些一开始不愿意回答的问题，这个办法有时候可以试一试。

#### 2.6.2 常见错误四：不注意收集异常的事实，挖掘背后的需求

很多人做调研，问问题很积极，沟通也很有技巧，但是就是缺少一些职业敏感，很多很有价值的信息用户已经说出来了，就是不注意。

一般多次调研的人很容易发现很多业务在不同的企业都是一样的，渐渐在调研中失去新鲜感，其实调研不是简单了解企业业务流程，而是要找到业务流程中问题。用户请我们来就是准确发现问题，然后再提供解决方案的。

可以如何发现问题呢？

问题往往是隐藏在意外事故之中的，如果听到一件和流程不符合的事情，或者和管理预期不符合的事情，这些事实就是异常的事实，值得我们高度重视，深挖穷究。

为什么会产生这个事实？原因是什么？这个原因到底是什么产生的？一层一层了解下去，就象拨笋一样，最后把事情分析得很透彻和明白了，问题的解决思路也就出来了。

比如有的企业更改非常多，很多调研人员就写上一句，更改管理业务很重要。或者更改管理是要重点解决的问题，可以为什么企业有这么多更改呢？这样一查下去，就会发现不同企业造成更改的原因是不同的，不同的原因自然要用不同的

药去诊疗，才能收效。

唯有事实，大量的事实会帮助我们说服企业的领导支持我们。

所以在调研过程中要随时分析现有流程存在的问题，而且一定要找到事例证明问题存在，并事后分析可能存在的改进点。

有的人有一个习惯，喜欢把调研工作都完成后才开始写调研报告，认为这样有整体感。有的人每天从早调研到晚，用个把小时整理下调研记录。这些都是不好的调研习惯。

其实每天调研的时间一般不要超过四个小时！

对每个个体一次访问的时间也不要超过两个小时！

四个小时的调研内容是需要用同等长度甚至更长时间整理才能成型成体系的，所以在每天的调研计划中，必须要和企业沟通好我们自己的工作方法，保障我们整理调研内容的时间。不要让用户以为我们每天没有调研的时间没有在工作，实际上为了整理四个小时的调研内容往往要用掉八个小时。

如果要想控制每次调研时间又不至于遗漏关键信息，比较好的方法有两个。

第一是将要调研的问题结构化，建立结构化的问题可以方便自己快速把调研信息转换成调研记录，也容易防止遗漏问题。

问题结构化就是针对一类业务将一组相关问题形成一个开放性和封闭性的问题引导区，这样在短时间内可以把一个业务快速搞清楚，被调研者也容易顺着业务思路解释。

第二就是尽量不要一个人调研，应该两个人调研，如果两个调研者中有一个是企业项目组成员就更好，因为大家可以一起在调研中互相补充可能会遗漏的问题。而且可以一个主问，

一个主记，合理分工，提高单位时间内的调研生产率。

第一避免遗忘，好记性不如烂笔头，调研过程中不停把信息记录在本子上，但可能还是有一些遗漏，必须用一些时间趁着大脑有印象，赶紧补记下来。

第二写记录的过程就很容易发现一些自己感觉清楚但实际上并不清楚的内容，这些内容马上可以形成第二天的问题进一步确认，把调研逐步推向深入。

第三每天写清晰完整的调研记录，可以立即反馈给用户确认修改，用户也会认可我们的职业精神和专业水准，而且每天都看到具体的工作内容记录，工作成果也容易得到确认。

第四可以反馈给公司相关同事，让他们立即提供反馈意见调整调研进程。

第五整理的过程就是对企业问题深入思考的过程，这是一个很有趣的脑力劳动。

有的人想在这些方面偷懒，不随时注意整理调研信息，最终调研报告质量就不会太高，缺少深入的分析，也就不能为后续工作提供有价值的信息。

## 2.7.2 常见错误六：聆听，而不是提供解决方案

有的人在用户提出一个疑难点的时候，很希望把自己的产品特色展示出来，花了大量时间讲自己的卖点和特色，给用户做了大量启蒙工作。

当然有些用户还会对一些特色功能念念不忘，并拿来要求其它供应商提供。

其实在调研过程不是做解决方案的过程，调研就是为解决方

案奠定基础的，过早在调研过程中提供问题的答案有如下坏处。

没有经过精心准备的演示可以有几个亮点，但很难形成整体打动别人决定性力量，反而浪费了调研的时间，影响了为有价值解决方案制作的调研时间。

提供解决方案往往是临时思考没有经过全面分析，难免偏颇，为了表现能力而承诺一定可行的内容发现实际上并不是那么容易，导致后期实施骑虎难下。

做项目不是一个人在做，而是一个团队在做，如果没有沟通就向用户提供了自己的思路，可能会给整个团队的思路带来干扰，解决方案一定要在内部达成一致才能提供给用户。

一些的确非常成熟有特色的业务解决方案可能会提前泄露给竞争对手，对手可以针对性进行准备，导致杀手锏失灵。

所以调研过程中不要过多花费精力介绍我们的产品，而是做一个好的发问者和聆听者，用耳朵去听，用心去想，用大脑去分析用户的信息，去发现有价值的内容。

很多人做完调研，就按计划打道回府，准备后续工作，其实有经验的调研人员还会多做一个工作，就是开一个针对企业领导、项目负责人和主要业务层面的调研工作汇报会。

我们说调研目的是让用户让用户认为调研者已经非常了解或者有足够的了解企业现有业务流程。

都是在浪费纸张而已！

所以在调研完成之前，在调研计划中调研者应主动安排或者创造这么一次汇报的机会，专门陈述我们对企业业务和要解决关键问题的认识，这个认识陈述好了，企业自然对供应商

刮目相看，就算有一些偏差，也可以立即得到纠偏的机会。

这个汇报会时间不一定要很长，但可以让企业领导真切感到我们调研工作的成效，我们对事实把握可靠程度，我们对企业业务了解深入程度，我们对问题分析细致程度，我们在该领域的专业程度即可。

有了这个阶段性总结，调研工作就可以说顺利完成了，可以进入下一阶段准备工作了。

不过在业务分析会上一定要注意一点，不能用过高的姿态切入。

有的人经过调研确实发现了企业一些问题，也想到一些很好的解决思路。于是其在业务分析会上企图指点天下，痛陈不足，确有严加改进必要的时候，就有可能犯一个大错误的时候。

有了表现欲，就容易昏头。

业务分析会一个铁的原则就是不要轻易说自己用户的不足，即使要说，也应用一种委婉的方式表达；指出可进步的地方，而不是指出落后的地方。指出不受控的地方，而不是失控的地方，指出实现不方便的地方，而不是指出无业务管理覆盖的地方。

这些都是做业务分析会要替自己客户考虑到地方，不要随意批评别人不足，也不要以为企业没有人知道这些毛病，更不要以为他们不知道这些毛病该如何解决，有时候无非是外来的和尚无牵挂，好念经而已。2.9 现场调研阶段容易犯哪些错误？（五）

2.9.1 常见错误八：只重视正式沟通，不重视非正式沟通

调研工作特别是在正式调研活动中有些问题并不方便了解，所以调研工作还包括一些非正式场合，这些场合适合调研者问一些相对敏感或者自己有看法但没有把握的问题。

所以调研不仅仅在工作计划中所列走访，座谈，会议等形式中，也在和用户一起聚餐等非正式沟通活动中。

只要调研计划没有结束，所有的时间都是为调研而准备的，走路，闲谈，吃饭都是可以进行调研的机会，不一定要正式场合才能开始调研。

这种非正式沟通信息一样很重要，而且往往是真实运行企业的信息，和正式调研得到的信息正好可以互相印证。

在非正式沟通中调研者还可以和企业一些人建立友好的关系，为今后工作也奠定了良好的基础。

所以好的调研者不仅仅是一个专业人员，在非正式场合也是一个可以让别人说话的人，这样的调研行为才是完整的。

### 2.9.2 常见错误九：关键业务只询问了个别人意见

一些业务在整个调研工作中是占据很重要分量，而且涉及多个业务部门，这个时候调研就要记住“兼听则明，偏听则暗”，一定要把业务涉及不同部门意见都听到，也要把不同人对同一业务描述进行对比调研，从中能发现很多错误。

此时不可因为觉得调研内容很饱满或者时间紧张而只做单点调研，关键业务一定要从其它人那里不断得到印证。

不过再问第二个人的时候，就可以用主动复述业务的方式，请其重点指出不对的地方，加快调研进度。

### 2.9.3 常见错误十：调研时有选择问问题

有的调研者在调研阶段就非常小心，特别是在其对自己软件不足的地方有足够了解的时候，总想在调研阶段引导用户，接受自己的系统，绕过这些自己产品不足的地方，这也是一种错误的做法。

首先如果调研发现用户迫切需要很有价值的问题是公司目前不能解决的问题，并不等于不调研就可以回避，无论将来在技术答辩还是售后实施，这个问题总是要冒出来，与其回避，不如主动搞清楚，汇报给公司，看看到底有什么办法可以解决。

真正的问题都是回避不了，绕不过去的。

其次如果有选择性问问题，就会遗漏一些关键性业务，这样对调研整体质量有影响，在后续工作中容易被动。

至于不想将用户一些天马行空问题，或者的确不想引发他们高度兴趣的问题回避的方法，不是不通过调研，而是认真记录，但不提供在正式文档的方式规避。

很多人很多需求都是一时灵感，没有经过认真思考，所以口舌之快，过了也就过了，不形成文字记录，他自己也不记得自己说过什么了。如果是真的关键问题，在后续复述，确认调研记录还有业务分析会上还会提出来的，这个时候再确定写入正式文件也不迟。

对于这些暂时不能满足的需求和超出范围的需求，可以另外整理一份内部文档给公司分析。

很多项目启动后轰轰烈烈进行了一次深入调研，然后开始配置开发实施，忙得不亦乐乎。好象把企业问题搞清楚了，就应该是实现和解决的阶段。

实际上很少有人能够在短短几天内把企业的问题搞清楚，即

使你努力进行了半个月甚至一个月的调研，在实施过程中你还是会发现对很多问题认识我们依然不够深入，不够完整。

这个时候我们应该意识到，我们依然还需要进行调研，切不可因为是大规模调研完成了，对此时的调研就随意了，不留记录，不进行确认了。

事实上这些调研信息要随时记录确认并最终完善到项目解决方案中，可以这样说，信息化项目中始终要有随时开始调研的意识，如果我们承认信息化需求是无止境的话，那么调研也是无止境的。

为什么不能通过一次调研锁定需求呢？

正确的需求是系统成功的关键。预先锁定需求的假设前提是用户不经过系统上实践的过程，用户就能预先精确的提出所有的系统需求。

某些简单软件或者具有极高技术水平的用户可能可以，但是一般情况是用户只对其目标和需求最初只有模糊笼统的认识，许多细节都不清楚。要求一个只有初步设想的用户或个别用户负责人准确无误地说出全部需求，显然是不切实际的。

用户为了证实和细化他们的设想，往往需要在某个系统上持续不断学习和实践的过程。特别是在大型管理系统软件上。

即使经过深入细致的预先锁定需求的工作，当人们实地观察和使用目标系统以后，也常常会改变原来的某些想法，对系统提出一些新的要求，以使系统更加符合他们要求，事先锁定需求的方式其实也会经过多次反复，甚至完全失败。

大型软件的开发需要系统分析员、软件工程师、程序员、实施经理、用户领导、用户负责人、具体用户等众多各类不同层次不同技术水平人员的一致协调努力，因此良好的通信和

相互理解对于保证工程成功至关重要，传统的需求锁定方法假设使用适当的文档可以做到项目参加者之间清晰、准确、有效的沟通。但是各种文档本质上是被动、静止的通信工具，通过它们来理解一个动态系统是困难的。

用户变更需求是正常的，用户没有实际操作过软件之前无论怎样描述都会有对软件功能理解不一致的地方，可能是技术协议上书面文字表达一致但对实际软件操作理解不一致，可能根本就是不用不知道哪里不适合自己的需求。

打个比方，就象买衣服，无论别人怎样推销，客人一般都会试一试觉得合身再买，我们一般比较大的项目都没有让用户体验过而且在推销时说了很多动听的话，自然期待高，失望也高，而且用户为适应iso认证或pdm/erp系统必然伴随组织机构和业务流程重组，这里面有很多反复的过程，对应的文档，设计流程，对软件操作提出变更是正常的。

我们的问题不再于要用户不变更需求，而在于找到一种方法让用户认识到我们的软件能发挥作用，当有新的需求时通过使用我们软件建立的信任关系重新形成新的业务，这也是调研时要保持一种理念。

## 2.10.2 常见错误十二：调研工作表现不职业

有的调研人员工作很努力，但在现场很难得到用户的认可，就是因为经常表现出一些职业不成熟的缘故，甚至有的表现是不道德的。

常见不成熟职业表现有：

2、调研过程中电话短消息不断；

3、在用户现场上网工作时顺便聊天看和工作无关的内容；

4、没有征求用户同意使用用户电话；

5、用户同意使用电话讲起来没完没了；

1、提出调研内容，请企业项目组成员配合预约人员时间安排访谈；

2、访谈

3、当场复述内容，确认理解对方表达的问题

6、和企业项目组成员配合约定下一时间段访谈安排。

## 2.11.2 访谈成功的九个要点

让访谈者上司安排会面

调研前应向调研者介绍调研内容和时间大概安排，让其心中有数

聆听，不要发表指导意见，要靠和用户交流发现问题核心所在

尽量两个人一起采访，最好一个是企业项目组的成员

复述、复述再复述

一次不要问得太多

在结束会谈后又提出一个问题

访谈结束后一定要表示感谢

## 2.11.3 良好的结构化调研顺序

再了解企业组织结构和岗位设计，由此确定访谈对象；

再逐个按照业务口了解业务流，业务流要关心业务可以划分为哪些阶段，每个阶段应该是相互独立，彼此穷尽的。

每个业务阶段要问清楚业务目的，输入数据和输出数据，过程步骤，每个步骤的负责人，什么时候开始，什么时候结束。

输入数据其什么作用，有哪些信息传递到输出数据中。输出数据又起什么作用，是指导下游还是反馈上游。

业务流程调研质量评判标准就是能否清晰简明画出企业业务流程图和数据流程图。

#### 2.11.4 售前和售后调研的不同

售前调研一般是为产品演示，技术交流做准备，同时调研过程要注意突出自己强项，给竞争对手制造门槛。

售后调研一般是为解决方案，项目实施做准备，同时调研过程中要注意寻求项目价值点，利用价值点置换项目边界，尽量把项目边界最小化，项目才容易成功和受控。

售前调研一般由商务主动和用户协商时机，根据实际情况确定先调研还是后调研。售后调研必须尽快启动，而且应该在项目启动大会后展开调研。

售后调研前一般要和企业高管亲密接触，取得支持。在启动大会上对调研方法和需要取得支持告诉企业配合人员进行。

售前调研一般要协助拿项目，所以不要轻易发表对问题倾向性看法，要了解事实，用比较文饰的语言表达对问题的认识，通过对事物认识深度获取支持。售后调研可以相对直接提出问题，摆事实，陈厉害，争取最大范围重视，进而获得支持。

### 2.11.5 如何写调研日志

调研日志有三个要求：工作过程清晰化，调研内容结构化，不明内容有后续计划。

首先调研日志上要看出本日你调研了哪些部门，走访了哪些人，用了多少时间，获取了哪些业务的信息，这就叫工作过程清晰化。

然后调研内容不能是流水帐记录，必须将被调研者的话组织成一个个合理的单元，这些单元独立可以反映某个业务层面的情况，然后整体上构成一个业务调研报告的部分。

不同的信息结构化方法可能不太一样，有的适合用表格，有的适合用文字段落，有的适合绘制图形(例如框图，鱼骨图等等)。

调研日志最后要说明今天调研中还有哪些问题，需要进一步明确，并有认真记录。

### 2.11.6 如何写调研备忘录

调研备忘录一般情况下并不是把自己调研日志的内容汇总重新罗列，因为调研日志和业务调研报告就是做这个工作的。

调研备忘录和一般的备忘录一样，主要是说明本次现场工作进行了哪些工作内容，达到了怎样的目的，和企业约定的下一步工作安排是什么，并得到企业负责人签字认可。

备忘录主要让用户看到我们做事的规范性，而且在今后合作中将不断用同一格式备忘录强化我们在规范上的一致性，同时备忘录要让用户感觉到我们本次现场调研工作时间紧凑，内容丰富，层次清晰，让用户对我们形成良好的印象。2.12 接口调研背景知识(上)

现在管理软件项目中接口需求很多，很多项目接口实现得并不理想，原因就在于接口协议质量不高，而接口协议是和接口调研紧密相关的。一般接口调研和其它调研方法是一样的，但要做好接口调研就必须具备一定的专业知识，这可能是能否做好接口调研的关键。

接口协议除一般性协议要素外，应该包括如下内容：

### 2.12.1 接口技术实现方式

接口方式最高级一种是主动式。

1) data方式，通过数据库语言对数据库进行直接读写。这种情况要求对对方数据有详细认识。需要对方的人员可以提供数据库的详细资料。为了保障数据的安全，要界定对读写要求。一般和用户自行开发的系统会比较容易出现此类要求，商品化erp很少提出这种方式。

2) 利用其它软件提供的工具。除了直接对数据进行读写外，有些软件也提供了一些工具(可能是控件，函数，脚本等)。可以通过这些工具对数据库进行操作。例如现在神州数码易飞erp就全部采用控件方式接口。

这种情况下要提供这些工具的详细使用说明。

接口方式相对主动式的就是被动式开放。

同主动式对应，即开放软件商自己的数据库或开发接口给其它供应商读取数据。这种方式涉及到软件商提供的数据库或开发程序。对方要我们的哪些数据，将成为了解需求的重点。按提供方式的不同可以分为以下四种。

1) data方式。即开方我们的文件或数据库格式给对方。由对方软件直接读取数据。这样的情况一般在企业有开发能力，

而且只需要信息提取(不是写入)时才使用。这种情况很少。

a)应用程序的对象模型

b)适合应用程序对象模型的对象

c)脚本语言编程引擎

前面两个方面，需要应用程序用组件对象模型的方式构造。采用组件方式，是软件开发的发展方向，提供对象模型是一件很自然的事情。第三个方面，有通用脚本语言编程引擎供选择，微软的activex脚本编程引擎可以免费使用。vba脚本引擎需要购买。activex脚本引擎实现了基本功能，没有调试环境。vba是一种通用编程语言，其核心就是应用广泛的vb。拥有大量函数支持，窗口编辑能力，强大的调试环境。很明显，微软希望vba成为应用软件二次开发的通用语言。例如capp和国外pdm的接口就属于这种开放方式。

3)链接库方式。基于结构化的软件，可以提供软件内部使用的动态链接库，供用户使用。动态链接库是速度最快的接口，应该说是一种很好的选择。capp目前的二次开发接口就属于动态链接库方式。

但是动态链接库在接口升级时会遇到麻烦，用户程序难以和正在运行的应用程序进行数据交换。用户也难以使自己的模块(用户实现的动态链接库)嵌入应用程序。因为动态链接库的通常首先实现的(至少要定义输出函数接口)，而后才能使用动态库。但应用软件开发时，用户实现的动态库根本不存在。autocad的objectarx用一种特殊的机制，才使autocad可以使用用户开发的动态库。目前国内很多autocad二次开发软件，就是使用objectarx开发的，可以完全的嵌入autocad。

4)com组件方式。com对象接口：基于组件对象模型的软件，

可以提供软件的com对象接口。组件应用程序由多个

## **sap工作总结 sap维护工作计划篇七**

### 一、指导思想

积极倡导文明之风，树立良好的社会形象，改善辖区环境，增强全社会卫生意识，为促进社会精神文明建设作贡献。

### 二、任务措施

- 1、调整“控烟工作小组”组成成员，明确分工。在控烟工作领导小组统一安排部署下，定期布置检查“控烟”工作。
- 2、宣传发动，通过以“吸烟有害健康”为主题的宣传活动，并利用黑板报、健康教育宣传栏等宣传载体，明确要求，落实措施。
- 3、加强督查,严格执行控烟制度。
- 4、在公共场所醒目处设置禁烟标志，提醒吸烟者自觉禁烟。
- 5、在会议室和办公室设置禁烟标志。

### 三、工作要点

- 1、贯彻各种卫生工作评估细则要求，努力做好控烟和健康教育工作。
- 2、加强控烟和健康教育，利用黑板报、宣传窗每月一到两次宣传卫生保健控烟知识，增长健康知识，自觉采纳有益于健康的行为和生活方式，消除或减轻影响健康的危险因素，预防疾病提高生活质量和健康水平。定期组织青少年参加小型

多样、丰富多彩的体育和娱乐活动，让青少年在轻松愉快的氛围中锻炼身体、增强体质、陶冶情操。

3、结合本单位实际情况，坚持做好禁止吸烟的宣传工作，并在禁止吸烟的场所内设置醒目的禁止吸烟的标志，不设置吸烟的器具，开展一些行之有效的控烟活动。

街道机关、各社区要围绕以上工作要点积极开展工作，加强检查和自检，形成人人参与的`有效机制，切实把控烟工作落到实处。

## **sap工作总结 sap维护工作计划篇八**

1、独立和与他人合作，按计划完成软件项目的现场整体实施工作；

4、编写实施工作记录文档，编写项目档案的整理工作等。

1、计算机等相关专业本科以上学历；

3、工作认真踏实，心细，头脑清晰，具有较强的学习能力；

4、具有团队合作精神，有较强的沟通、协调、组织能力；

5、具有较好的沟通能力，善于与人交流。

## **sap工作总结 sap维护工作计划篇九**

一、班级基本情况和目标：

我班共有学生40人，其中男生29人。除一位本市学生以外，全部来自于苏北。这些学生学习成绩不够理想，但思想纯朴，

进取心强。本学期我班的基本目标是：建立一支有进取心、能力较强的班干部队伍，全体同学都能树立明确的学习目的，形成良好的学习风气；培养学生良好的行为规范，弘扬正气，逐步形成守纪、进取、勤奋的班风。

## 二、具体措施：

1、抓好班级一日常规，杜绝迟到旷课现象，抓好自修课纪律，提高效率。

2、提高板报、墙报质量，营造良好的学习氛围，构建良好的班级文化。

3、利用班级刊物对学生进行思想教育，发挥学生的主观能动性，激励学生。

4、通过组织班级活动培养学生的集体观念，增强班级凝聚力。

5、定期开展学习活动，培养学生良好的学习态度和方法。

6、开展有益的文体活动，促使学生的身心健康发展。

7、组织学生积极参与学校的各项活动，力争在各项活动中取得好成绩。

8、定期与学生谈心交流，了解学生的思想动态，及时疏导解决学生的问题。

## 三、活动安排：

第一周：

第二周：庆祝教师节。

第三周：学生报名，安排好学生的住宿和生活问题，参加学

校开学典礼。

第四周：挑选班团干部，制订班、团活动计划，强化常规管理条例。主题班会：自我介绍和入学感想。

第五周：主题班会：迎国庆文娱联欢会。

第六周：组建班级运动队，迎接学校运动会。

第七周：班级辩论赛。

第八周：期中考试动员、考风考纪教育。

第九周：复习迎考。

第十周：期中考试。

第十一周：期中考试得失谈。

第十二周：社会实践。

第十三周：主题班会：特长展示(手工制作、网页制作、绘画、书法等)。

第十四周：一二·九庆祝活动。

第十五周：开展学习党章活动。

## **sap工作总结 sap维护工作计划篇十**

1、树立全员营销观念，真正体现“营销生活化，生活营销化”。

2、实施深度分销，树立决战在终端的思想，有计划、有重点

地指导经销商直接运作末端市场。

3、综合利用产品、价格、通路、促销、传播、服务等营销组合策略，形成强大的营销合力。

4、在市场操作层面，体现“两高一差”，即要坚持“运作差异化，高价位、高促销”的原则，扬长避短，体现独有的操作特色等等。营销思路的确定，李经理充分结合了企业的实际，不仅翔实、有可操作性，而且还与时俱进，体现了创新的营销精神，因此，在以往的年度销售计划中，都曾发挥了很好的指引效果。

三、销售目标。