

网点拜访情况通报 银行网点参观心得体会 (模板7篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

网点拜访情况通报篇一

随着银行竞争的加剧和客户需求的变化（详见《银行业客户消费需求变化》一文），金融业销售化转型，从一个以服务为主的金融管理型机构向一个以服务为基础的销售型组织转变，已经成为国际金融业发展的必然趋势，在这个转型过程中，与普通客户联系最紧密的营业网点无疑成为重中之重。

国外银行的营业网点转型从上世纪90年代就已经开始，英国的巴克莱银行率先在同行中启动了营业网点的大规模转型，开始放弃了以传统封闭式高柜为中心的服务型网点建设架构，转变为开放式销售低柜为中心的销售型网点建设架构，这种转型的背后是对营业网点在银行业销售体系中定位的变化。

国内银行业的网点转型从2002年开始就已经有银行进行了局部的尝试，笔者在某外企工作期间，主要负责银行业销售化转型的顾问工作，曾辅导国内多家银行进行过这方面的尝试，积累了国内最早的银行网点销售化转型的经验。

在近几年为银行提供专业化营销咨询服务的过程中，全程规划主持了若干同类的项目，并成功地辅导了某全国性股份制银行的营业网点销售化转型，现将一些成功的心得总结出来，供同行参考。

销售型银行中营业网点的新定位

网点一直以来是银行为客户提供交易服务的场所，“速度快、服务好、少出错”是其管理的目标。基于这个定位，网点的建设规划重点在于安全高效。

在资本市场火爆的2007和2008年，各家银行的网点人满为患，极大地挑战了银行网点的服务能力，各家银行为了提高网点的服务质量和速度，大多采取加大人员投入、增设营业网点等措施，甚至部分银行为了减轻网点的压力，提出了“赶”走低端客户的计划。

客户太多成了银行网点的麻烦！而且这几乎成了银行同业的公认！

可从市场原理来讲，客户自然是越多越好，为什么好事在银行却成了麻烦呢？麻烦就出在银行管理者对这种现象的认识和处理，出在银行对营业网点的错误定位！

当网点作为服务处理的窗口时，在服务资源有限的前提下，自然是希望来的客户越少越好！而且服务是被动投入，网点投入越多，成本越高，客户的需求和银行的投入成为一对矛盾！

发生了很大的变化，甚至将其当作银行经营的负担，事实上，随着电子技术的发展，传统网点的作用不但不能弱化，还需要大力度的强化。

ibm公司前不久在电子技术最发达的美国进行大规模调查发现，仍有超过85%的银行客户希望通过传统网点获得服务和购买产品！

销售型银行中营业网点设计的六项基本原则

现有的银行网点如何转型为销售型网点，需要从人员的理念、销售型组织管理、人员技能、销售模式等若干方面进行转型（详见《银行业销售化转型的六个关键》一文），而营业厅的转变无疑是其中一个重要的环节。

由于我现仍担任某银行的营销顾问，因涉及商业机密，还不能将最新的销售型网点的设计规划模型在这做太多的讲解，但一些销售型网点设计规划的原则却是共通的，整理出来供正在考虑网点销售化转型的银行管理人员和设计人员参考。

下面的原则从市场营销原理入手，充分考虑银行业务消费者的内在需求分析、行为学分析和消费心理分析，并结合了中国银行业的现状。我和我的专家团队近几年调查分析了国内20多个城市的500多个营业网点，并在全中国30多个城市进行了样板网点的跟踪测试，总结出以下销售型网点规划设计的基本原则。

规则一：网点氛围温馨化

很多银行的网点为了强化销售，在产品展示方面花了大量的心思，设计了很多吸引眼球的产品展架、易拉宝□pop广告等，这些措施的采取无非是想加大对客户的刺激，创造销售机会。这种刺激类的营销方法往往只有在客户存在即刻需求才真正有效，如在2007年资本市场火爆时，只在网点门口拉一个销售基金的横幅就能吸引客户购买。

但在正常的市场形势下，营销者应该做的不应只是激发客户的购买行为，而要更多关注影响客户购买行为发生的内在心态。

调查发现当客户在消费带有风险性的理财类产品时，其感受到的安全性将发生巨大的作用。当客户感受到所处的银行网点太多充满侵略性的产品展示，网点的灯光、颜色、布局形成的氛围对其产生很大压力时，客户可能产生不安感，这种

不安感将会直接其购买行为。只有当客户处在安全的温馨氛围中时，才会更容易地接受外界的各种形式的“推荐”（包括人员介绍、广告、产品展架等）。

网点在装修设计时，温馨氛围的营造是最基本也是最重要的原则。

规则二：总体布局流程化

网点也很容易获得服务。

销售型的网点在充分考虑到安全和便捷性的前提下，更关注客户需求的激发和产品销售。而客户来网点主要是办理交易的，并没有多少浮出水面的即刻需求，需要营业厅人员进行多层次激发，有效地挖掘客户的潜在需求，这就需要网点在设计建设时，结合销售的原理，根据“客户分流、交易处理、需求激发、销售实施”等层次设计规划，将客户的需求激发和产品销售流程在网点建设中固化下来。

销售型网点一般从入口处往里，一般逐层分布以下区域：

1、引导台

根据客户的需求和等级将客户引向相应的区域，在该区域设立引导员，由引导员根据网点各区域资源的忙闲程度将客户向各区域分流。

2、自助服务区和网银体验区

根据调查发现，来营业办理交易业务的客户，超过70%的交易可以通过设备完成。为了有效发挥人员的销售作用，在网点入口处附近设立自助服务区和网银体验区，可以有效地分流客户的小额现金交易和查询、转帐和简单理财产品购买等交易。

3、交易柜台（建议分为快速交易柜和综合交易柜）

将传统柜面服务根据客户对业务响应速度的不同分为快速业务和普通业务。在高柜中专门设立1-2节快速业务柜，满足部分客户对响应要求较高的交易需求，如2-5万存取款、转帐、信用卡还款等。

4、等候区

客户办理业务的等候区域。与服务型网点不同，销售型网点的客户等候区将增设刺激客户购买欲的产品宣传等措施。并在座椅空间上也进行适当调整，以便于大堂服务销售人员与客户交流。

5、低柜理财区

这是银行大堂专业的理财销售区，是大堂销售的实施者。

6、贵宾服务区

高端客户的专属服务区域，也是银行高端服务的展示区域。该区域位置设计合理，可以起到吸引大堂客户自我提升的欲望。

规则三：功能分区个性化

高端层次化规划设计外，更重要的是网点功能分区的资源配置及风格规划设计应坚持客户导向，即根据本网点的存量客户结构和网点有效覆盖半径内的商圈调查和客户群消费特征进行规划设计。

1、分区资源配置客户化。各功能区的资源配置应根据对网点未来可能的业务（量）分布进行规划。根据网点的客户群结构分析，大致可以将网点分为交易型、理财型和综合型等三

种类型。交易型网点的客户群以流动类人口为主，以提供传统交易为主要特征，此类网点的自助银行和高柜为资源配置重点；理财型网点的客户群以社会中上阶层为主，以提供理财服务为主要特征，此类网点的贵宾区（客户经理）和理财低柜区（理财经理）为资源配置重点；综合型则兼顾上二类网点的特征，资源配置相对均衡。

2、网点分区规划应针对网点主打客户群进行个性化设计。如在高校附近的网点应体现年青客户群的时尚诉求、高档社区附近的网点应体现高中高端客户群的休闲访求等。

规则四：服务细节人性化

与传统交易型网点强调安全、服务速度不同，销售型网点在保证安全高效的前提下，还特别重视客户体验。在现代服务业中，客户体验直接影响到客户的归属感和忠诚度，进而影响客户的消费欲。

网点设计规划中应充分考虑到各类可能影响客户体验的服务细节。如婴儿车、老花镜等便民措施，如儿童娱乐区、客户愉悦区等。

规则五：引导标识明确化

如何让客户一进入网点，就能清楚知道办什么业务应该去哪个区域？

1、功能区域标识明确化。网点各区域应有明确的引导标识，让客户可以轻松区分各区的功能分工。

2、标识入口可视性。各功能区的标识应能做到客户站在网点入口就能看得见，标识的位置、悬挂方式和悬挂方向都要精心设计。

规则六：设计风格品质化

简洁大方。品质的装修风格会直接影响网点厅堂的氛围营造，进而影响到营业厅中服务人员和客户的心态、行为。

网点，作为银行服务客户的主要渠道，也是为客户提供交易服务的主要场合，更是创造销售机会的主阵地，网点的规划设计至关重要！

以上只是笔者在指导网点规划设计时的一些粗浅体会，仅供读者参考。

网点拜访情况通报篇二

当我们有一些感想时，不妨将其写成一篇心得体会，让自己铭记于心，这样可以帮助我们总结以往思想、工作和学习。那么心得体会怎么写才能感染读者呢？下面是小编收集整理的大学生寒假拜访母校心得体会，仅供参考，大家一起来看看吧。

大学的生活似乎比任何时候都要过得快些，刚入大学的好奇样子还历历在目，转眼便到了寒假。随我们的实践队踏入这曾经挥洒汗和泪的地方，映入眼帘的依然是她那淡雅旷达。贴着泥红色的砖的低调的教学楼、表情凝重眺视远方的王安石、从不见打开过的天文台；左手边的篮球场被冬天黄绿色的草坪包围，几群人在我曾经投过无数次的篮下跳跃争抢；草坪中五、六个人都席地而坐大声背诵着新学的单词。右手边是迎接和欢送我们的阶梯教室，我记得这背后便是个校内超市我在那已经‘投资’了很多了，自然对它是记忆犹新。不远处的教室传来阵阵朗朗读书声。

一切皆是如此熟悉，如同我不曾来过，不曾离开过。母校她不会因我而改变，而她却改变了我的一生。她默默地影响了

千万人，却不曾向他们索取一毫。回想起以前对母校的很多抱怨，现在我才知道：我们总是习惯对为我们奉献最多的人不以为意。

游览完校园后，我们便开始落实回访母校的事宜。本以为经过大学半年的活动中的实践，这次活动可以驾轻就熟，然而自己开始着手时却还是显得经验不足，我们十来个人讨论了一个下午定下了活动细节。首先是活动前的宣传工作，鉴于高中与大学的不同，我们只能采用张贴海报和派发传单的形式进行宣传，并在高三班级中宣传；然后便是派出几个小组对以前的任课老师进行专题采访了解教学与学习经验，并跟学校领导了解了高三同学的情况以方便我们的宣讲。宣讲会的时候，到场的人数超出了我们的想象，现场同学的积极也令我们感到既紧张又高兴，我们在台上讲述这大学的种种和高考的一些心得经验，台下的同学也积极地配合提问。许多和我们同届的毕业生的到来也让我们惊喜万分。会后，我们给一些同学赠送了武大纪念书签和明信片，并和他们拍照留念。看着他们那种求知、积极、憧憬的表情，我不禁想起一年前的我们在教室里奋笔疾书的情景，那时的我们是多么充实，有一个明确的目标并为之付出所有的努力，尽管并不是每个人都能收获如愿的结果，但至少我们付出过便不会后悔。是的，虽然我们已经跨过了高考的大门，但生活依然在继续，我们仍然需要一个明确的目标并为之奋斗。

站在母校xx一中的校门下，我凝视着启功写下的‘xx一中’四个大字：花开花落，四季变换□□xx一中变化的是历史和岁月，不变的是她的诲人不倦、淡雅旷达。我理由相信，所有从xx一中大门走出的莘莘学子，不论什么职业，无论身在何处，变化的是不可逆转的人间岁月，不变的是对母校感激之心。

网点拜访情况通报篇三

第一，对产品认知度不足

首先是经销商对产品知识认识不多，对于他们来说快速的配出方案和报价都存在明显的不足，解决这方面的问题要针对这些集中性的问题进行解答。对他们的业务员与导购进行培训和技术指导，使经销商在独立面对客户的情况下完成对产品的讲解，提高项目成功率。

然后就是消费者对空气能热水的认知度低，没有接受这种高效能产品，出现这种情况的原因除了空气能热水器的高端性外，在走访的过程中发现经销商对产品热情与支持度不高，没有很好的对产品进行有力度的推广与宣传。只有零星的几个经销商对产品进行了宣传。

在这些因素下导致空气能热水蒙上了一层神秘的面纱，如何揭开这面面纱，除了消费者对产品的逐渐渗透认知外我们不能坐以待毙，要积极鼓励经销商对产品的市场投放做大，宣传力度加大。是消费者快速对产品接受和了解，加快空气能热水器的发展脚步。

第二，市场价格混乱，对品牌的价值认识低。

在走访的过程中发现，经销缺乏品牌理念，品牌建设严重滞后。有个别经销商在一些项目报价上价格很低，只赚取了很少的利润情况下将产品售出，其价格甚至别很多小品牌还低很多。

这种做法严重的影响了美的品牌形象的建立，同时也对其他经销商的利益造成了影响，降低了他们的积极性。使经销商无利可图直接导致他们对产品热情度降低。我们的任务就是保护和协调经销商，对于这样违反规则的经销商我认为完全可以不让他做了，不可因为一颗耗子屎搅了一锅汤。

这种做法对于以后价格的建立有很大的影响，一个刚出台的产品如何保证前期的快速发展，要的就是经销商对产品有积极性，经销商要的是利益所以对于价格上的管控极为重要。

对于以后再出现这种现象要严肃处理，当有人报备以后其他人也可以投标，但是价格严格把控，不得低于先报备人的报价。对于价格有个严格的底线不得超出，如果有低于这个底价的，那么少多少钱就罚多少钱。

对经销商建立很好的品牌认识很重要，对于以后的空气能热水发展有很大的推动作用。不可以只顾眼前利益，要做到放长线钓大鱼。对于价格要做明确的规定，监管力度一定要加大。多和经销商交流，减少美的自己产品间的竞争。在以后的工作中我会积极努力和经销商沟通，严格监管经销商之间的利益关系，努力把空气能热水做强做大。

网点拜访情况通报篇四

2014年11月7日桂林银行学院组织我们参观了桂林银行的优秀网点，我们参观了桂林银行营业部。虽然之前培训也在桂林银行进行过，但是没有真正了解桂林银行营业部。从进入大堂开始，感觉完全不一样。桂林银行真的太棒了！优雅的办公环境，高品质的服务水平。彰显了我们桂林银行强大的生命力，我们桂林银行肯定会成为一流的商业银行！大堂经理会心的微笑，热情的接待，是其他很多银行都做不到的。综合柜员专业的服务能力，高效的服务品质，奠定了桂林银行高速发展的基础。

接待我们的是总经理助理，总经理助理现身说法，讲述了她在桂林银行的职业晋升之路。她说虽然自己不是每一项都是最强的，但是她能够保证自己每一项都做得比较好。没有特别明确的职业生涯规划道路，这都是桂林银行给予她的。进入桂林银行，会逼着自己不断学习，不断进步。如果自己不努力学习不进步，就感觉到自己随时会被淘汰。桂林银行是一个人生的大舞台，只要你的心有多宽，你的舞台就有多大。在桂林银行，晋升之路是公平、公正、公开的，只要你有能力，海阔任鱼跃，天高任鸟飞！

我们首先要端正自己学习态度。取其精华，去其糟粕，努力，认真学习业务操作，为以后自己的工作打下坚实的基础。正所谓：“态度决定一切”，在工作中，一开始觉得所谓的小事情根本不算事，可是在以后的结果上却证明人应该从最基本的事做起。认真的态度往往造就更好的成果。人真正的充实和感悟，也来源于坚持的精神。在银行工作这样的平台下，没有所谓的得失、成败。因为“坚持”永远比“选择”更重要。每一个人都是优秀的，进入了这个优秀的群体，就要更加懂得坚持的可贵。以后工作的道路还很长，正是需要这样踏踏实实的努力和认真，才能不断地生子我精神和态度。

其次，我们要树立好全心全意为他人服务的理念。微笑服务，礼貌待人，更是银行业作为特殊的服务行业所推崇的。基本的职业道德要求我们银行业要全心全意为每一个顾客服务，遵守职业操守，树立良好地服务形象和相关礼仪。通过不断的学习，我体会到微笑服务带给顾客的满意度和带给自己的欣慰感和荣誉感。银行业是为广大人民群众服务的特殊行业，良好的职业形象和服务心态直接影响着我们工作的氛围。这正与当今大时代背景下的和谐的发展观相挂钩，真正的和谐，来自于我们工作中的真心沟通和全心服务。微笑服务，礼貌待人，不仅仅是职业的需要，也是我们工作的价值取向的需要。所以树立正确的价值观和职业理念对我们来说至关重要。

第三，我们坚持好自己的原则。银行所禁止的，千万不能触碰，不但损人不利己，并且会带来一系列难以想象的严重后果。由于银行工作的特殊性，和明显地要求我们要遵循自我道德原则和严格遵守相关的法律法规。遵循法律法规和职业道德所必需的，坚决不触碰违法行为和违背职业原则的行为。不能因为私利而有损他人利益和集体荣誉，不能因为一时权宜，而影响今后的发展。我们应该防微杜渐，从小事做起，从最近本做起。通过文件的学习，我深刻的认识到“勿以善小而不为，勿以恶小而为之。”这一句警句。我作为银行工作者的一员，要严格保证自己的职业操守和遵守相关条例，谨防因为一时大意而给集体和社会造成重大损失。

感谢桂林银行组织我们近距离的观摩了桂林银行优秀网点，让我们学习到大量课堂上学习不到的知识。我也会朝着优秀银行职员的目标而努力！

黄勇强

2014年11月7日

网点拜访情况通报篇五

1. 没有一流的人品就不会有一流的业绩。诚实守信是销售人员走向成功的基石。乐观积极向上的心态是销售人员的不败法宝。

2. 销售人员应当具有高尚的职业道德：

应该不断提高自己对所服务企业的忠诚度。

要对客户一视同仁。

应该客观公正地评价自己的竞争对手。

3. 提高技能的四个“必须具备”

1) 顽强的学习精神

2) 有效的沟通技能：学会有效的倾听，全神贯注、尽量避免先入为主、对客户的话题感兴趣、对客户发出的信息适当进行反馈、与客户有适当的共鸣、不要随意的打断客户的谈话。

3) 严谨的时间管理方法

4. 销售人员必须具备的基本礼仪：

讲究个人卫生，衣着要整洁。

着装打扮要合体、适度。

仪容仪表要能体现自己的个性

要努力创造积极的谈话环境应与客户保持适当的距离

应尽量避免以自我为中心或沉默寡言

应积极寻找客户感兴趣的话题

5. 需找潜在客户必须坚持的原则:相信销售是一项非常艰苦的工作,但相对来说也是一项回报率很高的工作,要有不怕吃的精神,比常人付出更多。销售人员获取信息的方法:观察法、视听法、询问法、阅读法、推理法、预测法、投书法、购买法、采集法。寻找客户时要积极转变思维;客户的心理特征有以下几类:沉默寡言型、高傲自大型、优柔寡断型、谨慎稳定性、怪癖型、顽固型、随和型、怀疑型,销售对不同心理特征的客户区别对待,是更有针对性。

6. 寻找潜在客户的方法;我们要尽可能的扩大自己的关系网,这样才能抓住更多的客户啊,还要学会从竞争对手那里赢得客户,竞争对手有哪些弱点和哪些不足我们都要一一了解啊。最重要的是要和陌生人打交道,因为熟人都是从陌生人开始的啊。永远不要放弃未成交的客户,需找潜在客户的基本方法:地毯式寻找、资料查询、电话查询,会议查询、广告查询、信函查询、名人突击查询、委托他人寻找。

1. 需要掌握客户资料主要包括以下方面。

1) 客户的基本资料

2) 客户的受教育情况

3) 家庭情况、生活情况、个性情况、事业情况、

4) 人际关系情况 5) 个人喜好、购买心理、购买能力、拜访时机。

2. 要对自己的客户进行四项定位。

1) 准确了解客户的实际需求。

2) 准确了解客户的购买能力。

3) 准确了解客户有无决策权。

4) 准确了解客户的信用状况。

3. 对自己的三点要求：

1) 熟练掌握自己产品的专业知识才能更好的向客户介绍自己的产品。

2) 充分了解自己产品才能更好的回答客户的问题，消除客户心中的疑问。

3) 充分了解产品的相关知识才能赢得客户的满意与尊敬。

4) 让客户充分了解你的产品利益和企业利益，了解产品的差别利益。

5) 准确分析客户存在疑惑的原因，并且做好解答和消除顾客的疑惑，必要的时候巧妙利用名人及权威专家解惑。

1. 给客户留下良好的第一印象要求：

1) 对自己的职业充满自信

2) 要对自我有信心

- 3) 要对自己所服务的企业有信心
- 4) 对自己的产品有信心5) 对自己的个人形象有信心
- 6) 要学会善于观察，要多问多听，不断刺激客户的购买欲望。
- 7) 充分利用客户的好奇心理，掌握话说一半的技巧。用利益感化你的客户的基本方法。

网点拜访情况通报篇六

我们虽然是在校生，但作为一个人，我们都应该去关心帮助一些弱势群体，比如那一个个白发苍苍的老人。为他人服务，采纳于一些社会活动，也是价值的体现。

刚跨进养老院，它给的感觉是平静、安宁，在和煦的阳光下，老人们三三两两地在阳光底下，安安静静的，他们没有孩子脸上的天真，青年脸上的憧憬，中年脸上的忙碌，他们象在思索些什么？或许是对一路走来，点点滴滴的回忆吧？偶尔头顶上飞过一两只燕子，但他们也从不抬头看，只是默默地低着头，沉溺于自己幸福的回忆。院子里没有太多的绿化，只是一些古树，如同这些老人们经历了几乎一个世纪岁月的洗礼，沉积了太多的历史。

养老院的生活是自由却井井有条的。他们每天7：30分吃早饭，虽然每天的早点只是稀饭、馒头，但他们却露出满意的笑容。听养老院的阿姨说：我们养了很多头猪啊，一个星期就杀一头的，老人们吃的很好。虽然是几句简短朴实的话语，却藏满了浓浓的幸福与关爱。他们还会评选文明老人，这是我们始料不及的，就象小学生日常行为规范一样的评比条件让老人们生活更加规范，思想也更上进了。养老院还有个宽敞的活动室，平时老人们在这里看看电视，聊聊天，打打牌，他们其乐融融。

给我印象最深的是一个看起来并不是很起眼的老人，当我们发现他的时候，他正一个人孤单的低着头坐在一个角落里，我们走过去，给了一些水果，谁料，老人竟然簌簌的流泪了，那使被爱融化的眼泪吗？一滴滴，落在了盛放水果的塑料袋上，毫无掩饰，那样的真真切切。一直以来，我总以为这些没有接受多少教育的老人是肤浅的，没有涵养的，不料，他们是那样的出众，一位叫董淑贞的老奶奶，平时省吃俭用，在临死之前，把1000的积蓄毫不吝啬的捐给了养老院，她不求名利，但求此生无悔，终于在前几天安心地到了另一个极乐世界，我想她一定是快乐的飞向天堂的。

院长是一位中年男子，他对我们说：这里的老人收入主要有三大块，村里、财政拨款，每个人每年500元，手机版街道每人每年180元，民政局每人每年2400元。老人生病时养老院会报销医药费，政府提供老人的衣着等，共有8名工作人员照顾他们的饮食起居，生活状况较好。

离开养老院的时候，我们的十佳歌手给老人们演唱了歌曲，或许他们根本听不懂这种新潮的流行歌曲，但他们却像是自己的孙女在唱歌一样，眼里充满了慈爱。我们的学生会主席在与一位年迈的老奶奶握手道别时，那种依依不舍并不亚于亲人之间的分别。他们太需要关爱了，点点滴滴的，哪怕是一句问候一个眼神。

收获最大的是与老人们的心。虽然他们面对坎坷的人生总是一笑而过，但从他们的言语中，我真正体会到了他们的艰辛，一路走来有着太多的悲欢离合，有着太多的辛酸，是啊，他们已经很累了，他们需要休息，但更多的是关爱，是大家的爱。爱，是我们共同的语言！让我们在今后的生活中一起用爱心去装点这个世界！

网点拜访情况通报篇七

怀着对未来的期待和对这份工作的热情，本来只是作为普通

的员工非常努力的在工作的我，不知不觉我已经提升到了车间主管的位置了。但是我知道这个职位不是凭空掉下来的馅饼，这是我在平时的工作中，一点点的努力，这才让我最终走到了现在的位置。事实证明，只要努力付出，是会得到收获的。

一、在人员的管理上

我知道员工是车间的更本，我是从基层做起的，我也了解他们，也知道他们最想要什么，最容易犯下那些错误。作为一名管理者，虽然我现在管的是整个生产车间，但是这些基层的工作者才是这个车间的核心。

所以在每天早上工作之前，我都会亲自参加他们的早会，会在早会前和他们说上两句在之前工作中的进步和问题，并试着融入他们。虽然只是简短的小会，但是他们都渐渐的熟悉了我的存在，他们也不会再和我说话时毕恭毕敬，就像是普通朋友间的聊天一样。

二、在车间的管理上

我每天都会让他们仔细的记录下自己生产线线的生产量并询问质检部所检测的产品质量，认真的核对几天前后的变化。当出现产品数量和质量的问题的时候，就在早会上提出来，并按照公司的惩奖制度严格执行。

对于各部门都一视同仁，车间的工作，需要各位共同的努力才能完成。

三、在车间的卫生方面

生产车间是容易产生杂物的地方，那些细小的副产物和机器的油渍如果不及时打扫，车间就会变的脏乱不堪。对于卫生方面，我实行的是零容忍制度!每天下班前由组长安排人打扫

卫生，坚决不放过那些容易漏掉的死角！在巡视工作的时候，我也会顺带进行每天的卫生检查，有时候遇上负责打扫的员工，也会指出一些容易忽略的死角。

剩下的就是一些平常的文件管理、客户订单处理的工作了，这些是需要我自己认真处理好的工作。只要认真对待和慢慢的积累经验，我相信我就能够越做越好。但是，车间的人员是容易变动的，我需要不停的注意车间氛围的变动，我始终坚持，员工是车间的核心这个观念，也希望在下半年我能做的更好，__公司会更好！