

2023年管理提升年工作总结(模板7篇)

总结是对某一特定时间段内的学习和工作生活等表现情况加以回顾和分析的一种书面材料，它能够使头脑更加清醒，目标更加明确，让我们一起来学习写总结吧。写总结的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编为大家收集的总结范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

管理提升年工作总结篇一

按照对开展管理提升活动的总体要求，公司在顺利完成了管理提升活动第一阶段的工作之后，在总结经验教训的基础上，于去年转段进入到了管理提升活动第二阶段。

应该说，按照上级统一部署和公司结合自身实际情况所制定的第二阶段工作目标是比较艰巨的，为能够较好的完成阶段任务，公司每隔一个月，最多隔二个月的时间，就要专门召开关于管理提升活动的专题会议，公司总经理亲自主持，公司管理人员全体参加。各个专题会针对公司存在的亟待改进的问题都进行了深入的讨论，不同部门不同岗位不同层级的员工都曾经对管理提升提出过良好的建议和意见。这种公司的全民参与，是公司推行管理提升活动的一大特点。

此外，为了将改进的意见落实到行动，公司专门针对不同的管理问题成立了不同的工作领导小组，由公司中层干部挂帅，各个部门的业务骨干参加，如果一个问题涉及到若干不同的部门，则组成跨部门的工作领导小组，小组成员来自不同部门，这样在实际工作中可以倾听来自各方面的声音，确保管理工作的提升不会顾此失彼，全面有序的开展。

在降本增效方面，公司进一步强化了精细化管理。按照“统筹兼顾、合理配置、压缩链条、提高效率”的原则，对公司部门业务进行优化配置，在采购、销售、设备维修等3个方面

实现集中管理，建立统一的集中管理平台，降低运营管理成本，提高工作的协同性、整体性和有效性。尤其在公司在生产成本中占比重最大的采购环节，公司专门召开了专项会议，要求采购部门全力以赴降低采购价格，货比三家，每种原材料绝不能限制在一两家供应商手里。同时搞好原材料的及时供应也是最大的节约成本，需要仓库管理员、采购人员及时运作，给供应商签订合同要严密、付现款的要追究不能按时到货的责任。

在压缩办公易耗品成本方面，专门规定了由综合办全面负责公司办公用品的采购，其他部门不得自行购买，从而对办公易耗品进行统一管理监督，从办公用纸、油墨，打电话、电脑、水电等费用加强控制，以求达到降低成本的目的。还要求生产部门严格控制，加强劳保、零配件、易耗品的使用监管。

此外，公司还规定了，要压缩市场技术人员差旅费标准，乘坐出租车报批制度，以进一步降本增效。提高公司的精细化管理水平。

在第二阶段管理提升活动中，我们感到公司在落实精细化管理工作中还有一些情况不尽如人意，比如在推行降本增效工作中，就遇到了有的同志不够理解，认为公司扣的太细，管得太多，导致降本增效工作在落实上遇到一些阻力，费用没有立竿见影的像预期下降的那么多。在原材料的采购工作是最能为公司节约成本的环节，但目前看来还没有起到明显的效果。原因是多方面的，有外部因素也有内部可改进之处，我们认识到，这些待改变的情况都需要公司继续大力推进管理提升活动，加强引导员工对管理提升工作的认识和理解，能够从公司整体的大局出发，从自身日常工作的小事入手，切实从每个岗位的细微之处都体现出管理提升活动的推进成果，这也是公司下一个阶段管理提升活动要重点解决的问题之一。

管理提升年工作总结篇二

也没有发现工程结构出现异常问题；，在工程材料采购方面没有出现其它的问题。在新的一年里我将更一步提高自己的管理水平为项目节约最大的成本。

现将本人任现职以来，在工程材料采购、供应、管理方面的工作简单的总结一下。材料在建筑工程成本中占有很大的比重，如何加强与搞好材料管理工作，提高企业的经济效益，是企业管理中的一项重要任务。

优选管理人员，健全管理制度。项目领导重视关心材料管理工作，对施工全过程加强管理，做到事前预测分析，事中检查落实，事后评估总结，及时发现和解决可能出现的问题，减少和避免损失。

要选配具有一定文化水平、较高政治觉悟、较好业务素质，较强事业心的人员参加材料管理工作。建立和完善材料人员的岗位责任制，充分调动他们的积极性和主观能动性，对外打好交道，对内当好家。

建立一套完整的材料管理制度，包括材料的目标管理制度、材料的供应和使用制度及奖罚制度。以便组织材料的采购、加工、运输、储备、供应、回收和利废，并进行有效的控制、监督和考核，以保证顺利实现承包任务和材料使用过程的效益。

加强材料计划管理。施工项目材料计划是对施工项目所需材料的预测、部署和安排，是指导与组织施工项目材料的订货、采购、加工、储备和供应的依据，是降低成本、加速资金周转、节约资金的一个重要因素。材料计划可根据其内容和作用分为：材料需要计划即供应计划、采购计划和节约计划。

工程项目开工前或开工后15天内必须拿出整个项目的材料用

量计划，并根据施工生产计划编制季度、月度材料计划。季度材料计划使项目材料计划具体化，是根据施工计划编制的，可对项目材料计划进行调整，它是用来核算项目季度各类材料的申请量，落实各种材料的订货、采购和组织运输。月度材料计划是以单项工程为对象，结合施工作业计划的要求而进行的施工前供料备料计划。它是直接供料、控制用料的依据，是项目材料计划中的重要环节，所以要求全面、及时、准确。

增加材料管理的严肃性和透明度。

采购人员必须做到腿勤、眼勤、嘴勤，熟悉市场行情，掌握市场动态。在采购具体材料前首先要向供料单位索取产品合格证或出厂质量证明单，并对证明单上所列各种材料、质量、数量、规格认真审查，将证明单、合格证或试验单送交验收人员和资料员。采购、调拨人员在采购中发现的质量问题和解决情况要作详细记录以便备查，对各种材质证明要有登记和签收手续。

严格材料进场验收制度。大宗材料 and 三材一律由现场收料员、工种施工员和班组长共同验收，做好试验并建立台帐，其它材料由保管员验收入库。报支发票时，发票、验收单和各种小票必须签章齐全、手续完备，先由材料会计审核而后由分管材料的领导审批。

甲方供料由材料员到甲方开取领料单，报材料核算部门登记，材料到场后，由现场材料员就其质量和数量进行检查、验收并办理手续。

施工中使用的材料、工具随时进行清理，做到工完场清，现场无剩料。施工班组完成施工任务办理任务书验收时，旧料按使用价值划分等级，回收利用。已无使用价值的残旧模板、脚手架料、金属配件等都进行回收处理，材料的包装品也应及时回收处理。

加强原始记录统计和分析，做好材料核算工作。健全库房帐卡管理，及时做好材料的入库，盘存、发放、退库、回收等记录和凭证的保存、统计、分析。坚持进行材料的中间核算，工地材料员要按月汇总，报工地材料消耗情况。一般按分部工程来分阶段（也可按层数分阶段），进行材料实用的分析和核算，这样可随时发现问题，防止材料超用，掌握材料的盈亏，通过核算总结材料管理的经验和弊病，通过改善加强材料管理，更好地提高企业的效益。虽然工作取得一些成绩，但随着市场复杂程度越来越大，在今后的工作中，我一定要更加努力学习，增强自己的管理水平和业务素质，为项目发展和提高企业的经济效益，做出应有的贡献。

管理提升年工作总结篇三

自20--年11月全面启动管理提升转入“专项提升、协同推进”工作以来，本公司高度重视，严格按照凯马总部管理提升活动工作的有关要求，精心组织、找出不足、制定措施、逐个整改，针对第一阶段全面诊断中找出的短板和瓶颈问题，按照第二阶段实施方案，深入开展管理提升活动。

一、评价提升、计划的可操作性和提升措施的执行效果

1、加强领导，狠抓落实

为确保管理提升活动第二阶段各项工作扎实有效开展，成立了以总经理为组长，各部门负责人为组员的管理提升活动领导小组，全面领导组织项目管理提升活动，根据自我诊断及查找问题情况，各部门所有成员深刻学习，自我找出不足，自我制定措施，自我整改和职能部门紧密配合，责任落实，协同推进，严格按照四定四落实工作要求，确保管理提升活动第二阶段工作扎实推进，顺利开展。

2、拟定方案，细化工作安排

各部门按照公司发展战略实际情况，紧密结合自身实际，根据总部管理提升活动方案的安排，拟订了公司管理提升活动方案，管理提升活动方案明确了阶段安排、时间节点、工作原则和工作重点，并制订了落实措施，同时，紧紧围绕“定整改措施、落实责任到人，定关键节点、落实时间进度，定验收标准，定保障条件、落实激励措施”的工作要求，结合实际情况，部门召开了分解细化17个发展管理短板的专项提升工作会议，进一步细化了工作安排，使管理提升活动有计划、有步骤、协调有序地开展实施。

3、参加学习，积极提升

公司在活动开展中重视并及时做好宣传推广工作，组织了部门深入学习了《管理提升活动第二阶段工作方案》，利用投影仪、公示栏加大对本次活动的宣传教导，通过学习公司各部门人员对此项活动的必要性与紧迫性有了深刻的认识，掀起相互学习、共同促进的高潮。同时，在今年5月份组织发动广大员工参加“企业管理合理化建议”活动，各部门积极构思，绞尽脑汁为企业提供合理化建议，为全员参与管理提升活动增添了动力和活力，使得管理提升活动的工作做到了横向到边、纵向到底，不留死角。

二、初见成效、硕果累累

将管理提升活动覆盖到安全质量管理的各个工点、方方面面。

(1)、进一步完善安全质量管理规章制度。结合实际工作，编制并发布了《安全生产管理制度》、《特种设备安全管理办法》、《年度检查工作计划》、《危废品管理制度》等一系列安全质量管理文件，使安全质量工作有章可循。

(2)、加大现场的日常性安全质量检查工作，制定检查计划、突出检查重点。在保证检查计划顺利实施的基础上，还开展了大量的日常的及不定时的突击检查活动，检查内容覆盖施

工现场各个方面，对各协作队伍安全质量工作进行了有力监督与督促。到目前为止，重伤、工亡事故为零；触电和重大火灾、设备事故为零；职业病为零，重大交通事故为零。

(3)、完善危险源识别、整改、上报制度。结合现场实际编制了《危险源识别评价表》和《环境因素识别评价表》，为安全隐患的有效识别提供了及时参考；对隐患问题采取了隐患图片、文字描述及隐患通知单三者相结合的方式，使所发现的安全质量问题可更为客观真实的表达及为日后的数据搜索提供了相当的便利性；建立了限时整改要求，对所发现的问题要求相应工作日内完成整改。以上制度的建立，一定程度上提升及督促了隐患识别及整改工作。

(4)、广泛开展安全生产教育活动，采取不同形式，大力宣传安全生产方针、政策，依据实际情况针对防火、用电安全、行车安全、机械安全等，进行了细致培训。本年度实现了三级安全教育覆盖率达到100%。

(5)、组织编制与完善应急预案。根据环境变化情况结合上级单位的要求，组织专业技术人员编制了《专项应急预案》，预案编制、完善面达到100%，并适时组织安排了应急救援演练工作。

三、进一步提升领域

1、落实考核奖罚机制，进一步强化安全责任制落实。领导班子成员现场带班制度的落实，强化安全生产“一岗双责”制度，“一票否决”制度，加大对生产安全事故的考核、处罚力度和责任追究。

2、提升安全质量管理相应权限及奖励力度。质检员和安全员责任重大，现场隐患的整改、危险源的监控、作业人员的安全教育等等，都离不开质检员和安全员。

管理提升年工作总结篇四

一、精心组织，强化领导

为把“通畅杯”养护管理竞赛活动落到实处，使该项活动深入广泛开展，结合我段养护工作实际情况，成立了活动领导小组。组长：张邦毅，副组长：刘宁川，成员：各股室负责人及各班班长，由政工股负责活动的日常工作。

二、加强管护，确保畅通

活动中，我段始终坚持“以强化日常养护管理，确保道路安全”为重点，结合汛期养护工作的实际情况，抓好以路面为中心的日常养护管理工作。

2、对各线路的危桥、险道、危房，加大巡查力度，及时采取安全保障措施，设立警示标志，实施专人监控，由班组派人具体负责巡查，发现隐患及时报段，将安全隐患消灭在萌芽状态，使实地监控的责任落实到具体的人头和作业点。各班组坚持雨中“三查”制度，及时清除路面障碍物，最大限度地保障路面无堆积物、无行车障碍。

3、加强对班组生产任务的检查指导工作，每月段组织相关股室人员对班组的当月养护工作进行全面细致的检查，包括养护生产、安全管理、精神文明建设等各项内容，并以《公路巡查通报》及时将检查情况反馈到班组，对班组存在的问题及时纠正，并严格实施奖惩逗硬，有效地促进了班组的养护生产工作，取得了较好的效果。

4、认真组织职工进行业务培训，我段针对职工业务素质偏低的情况，积极组织对职工的业务素质培训工作。今年4月，我段将各班的班长、原始记录员召集起来，对班组的内业资料，包括图表、会议记录、报表等各项工作进行系统的培训，使我段的内业资料质量得到了很大地提高。

三、增添措施，整治隐患

我段针对点多、线长，安全隐患较多的实际情况，以养护管理竞赛活动为契机，对道路隐患积极地抓整改，添措施，挤出资金进行整治。

2、对危桥、险道及时增设警示标志10余块，对各线路处理路基缺口45m³/25处，对路基滑坡地段，采取设警示桩的方式控制路面行车。

3、对沿中路、沿三路、万中路等六条线路危险路段，我段安装了警示桩2700余根，共计5公里，对沿三路、沿中路、万龙路的水毁工程及时进行修复，共计安砌挡土墙455m³，极大改善了道路交通环境。

5、在加强隐患整改的同时，建立健全各项规章制度，制定了《养护管理考核办法》，建立了安全巡查制度，并要求各班认真做好养护生产的各项基础性工作，及时报送各类报表及信息，做到规章制度上墙成册，坚持例会制，使养护生产工作做到月初有安排、布置，月底检查、奖惩逗硬。

我段通过发动全段干部、职工广泛参与，使该活动开展得有声有色，形成了良好的工作氛围。活动中，各班紧紧围绕活动的主题，认真细化目标责任，使该项工作落到了实处，取得了阶段性的成果。我段将在积极巩固活动成果的基础上，继续开展好此项活动，号召全段干部、职工以高昂的斗志，积极进取的心态为完成全年目标任务而努力工作，以优良的成绩，迎接_的检查验收。

二00五年九月十二日

管理提升年工作总结篇五

销售团队管理心得及建议

对于销售团队管理，过程才是关键的，过程保证了销售业绩能否达成。销售团队管理者如果想要激励团队成员，首先必须激励自己，通过自身的言谈举止所散发的自信热情去感染团队成员，这是通过管理者自身的素质去被动的激励属下。

现代社会企业销售，从不是一个人单枪匹马的决斗，而是整个一个团体智慧和互相协作的战役。所以如何做好你的销售团队管理就变得至关重要。

管理是对人的约束，销售团队管理，简而言之也就是对销售团队成员的管理。由于销售大都已分散式工作，而且工作压力相对比较大，所以销售团队管理则需要团队管理者的综合素质和管理方式的适当应用，通常的销售团队管理可以归为“激励、培训、考核、制度”的八字方针来。

销售团队之激励

激励的目的：为了激励而激励销售团队管理是最重要的一点，就是不断的激励。

试想每天都精神饱满，充满自信，有强烈成功欲望的销售团队，还需要管吗？激励不外乎物质激励和精神激励。根据多年经验，本人比较赞同的是后者，也就是精神激励。因为物质的激励取决于整个公司的奖励制度，这不是团队管理者所能左右的。而精神激励却是可以完全把握的，也是最有效，最低成本的方式。精神激励是最容易做，也是最难做的，因为这取决于管理的情绪和耐心。有时候一个小小的表扬，比奖励几百块钱更能激发成员的热情和斗志。（但这需要公司制度的支持）

对销售团队成员进行激励的方式是：

首先要能调控自身的情绪，在团队成员面前应该能持久的表现出一种充满信心、热情的精神状态。情绪是可以影响的，这点在我们的生活工作中到处可以看到，如你和一个充满热情的人在一起，自然会变的热情，而如果和一个经常垂头丧气的人在一起，你自己的情绪也会受到影响。同样的道理，销售团队管理者如果想要激励团队成员，首先必须激励自己，通过自身的言谈举止所散发的自信热情去感染团队成员，这是通过管理者自身的素质去被动的激励属下。

其次，时时刻刻的对销售人员进行主动的激励。通过每天的例会，工作的休息时间，培训时间，自身的经历等，通过语言不断刺激、鼓励团队成员的成功欲望，让成员的情绪能在工作中持久的保持热情和信心。

最后，在团队成员失败、失落、失意的时候，设身处地的为成员分析失败原因，找出解决办法，而不是一味的评判。扮演老师、父母的角色，因为适当的关怀也是激励的一部分。

销售团队管理之培训

培训的目的：为了实战而培训，不是为了培训而培训。

销售员的培训是必不可少的，而培训的效果来自成员对培训内容的不断练习，从而变成自发的知识和技能。主要以内训为主，鉴于传媒公司的特点，通常采用案例讨论形式和交流形式。培训应该是长期的，系统的。我们不能指望招聘一个销售人员就立即能用，即使资深的销售，也需要培训，只不过技巧方面的培训可以适当少些，但是公司理念，团队协作方面的培训必不可少。培训过程其实也是一个激励过程。

对于新成员培训的步骤：

首先需要有必要公司制度和理念进行简单的培训，记住是必要的制度而不是全部的制度，因为一个公司的制度是方方面

面的，为了能使新成员尽快融入到团队，尽快的开始工作，和他工作最密切相关的制度最先培训，其它方面是在日常工作中逐步的系统培训。这里并不是说不需要其它的制度，但是销售的目标就是为了创造业绩，新成员把握了这个目标有关的制度，可以尽快的开展工作，也就是所谓的把时间花在刀刃上。

必要的制度培训包括：作息规定、例会制度、销售制度、出差制度、价格策略等。这个培训只需要很短时间的的时间，在培训结束立即考核，以书面考核或口头考核等形式。

其次是媒体的培训。这是根据公司不同媒体特性来制定的培训。

媒体培训的关键在于以下几点：

1. 媒体的特性、媒体的价格、媒体的竞争优势、媒体的竞争劣势、同其他媒体比较等。

其中媒体的竞争优势和劣势是媒体培训的关键。媒体的优势培训能让销售员提高信心，而媒体的劣势培训，能表现出公司的开诚布公的态度。（往往很多公司只培训媒体的优势，而实际上所有媒体在市场上都会面临竞争，而竞争中媒体必然有其优势和劣势，即使公司避而不谈，销售员也一样能从竞争对手或者客户那里得到反馈。）

2. 培训不走形式，在培训过程中随时考核、随时提问，有效的保证培训质量。

同时每个培训议题，有条件的和时间的的话，最好都能进行实战演练。如培训完媒体特性后，要求每个销售员能独立的演说出培训的内容，而媒体培训结束后，每个销售员都要能熟练、完整的表达出培训的全部内容，也可以模拟一个环境让成员进行培训的考核。

3、销售技巧的培训：包括业务信息收集整理、业务机会挖掘、如何接触客户，如何促成签单等。这方面主要通过业务人员互相交流来完成。

销售团队管理之考核

考核的目的：为了业绩而考核，过程是关键。

对于公司而言，业绩的要求是毫无疑问的，但对于销售团队管理，过程才是关键的，过程保证了销售业绩能否达成。

销售的业绩是量到质的变化。每天的潜在新客户数量，来自每天拜访的新客户数量，意向客户数量又来自于潜在用户数量，成交用户数量有来自意向客户数量。销售各种方式都离不开一个量。要出业绩就必须有客户数量，客户数量就必须下达到每个销售员每天的拜访数量。这是毫无疑问的。

销售的考核，应该有一定的弹性。业绩不佳，除了销售员的问题，还有公司整体的配合、战略目标、定位、市场协作、媒体因素等。不能简单的将业绩不好归罪于销售员。这个时候的绩效考核就必须有一定的弹性，或者说是人性。要能判断业绩不好的真正的问题所在。（当然，这需要公司高层的配合。）

建议考核内容：工作业绩、工作态度和销售技巧。（详细方案待定）

销售团队管理之制度

制度是保证前面的激励、培训、考核三项能有效执行的关键。通过设立适合的制度，让激励、培训、考核成为销售团队管理的日常工作。

作为一个成熟的公司，相信已经具备较为完善的管理制度，

为了能建立一支具有激情和凝聚力的销售团队，本人会协同公司相关部门在原有制度的基础上使销售团队管理制度更趋于科学和合理。尽最大努力建立一支学习型的快乐销售团队，完成公司销售任务。

以上这些希望能够对管理者有所帮助，能够对大家管理自己的销售团队提供一点宝贵意见，能够少走弯路。

一、树立目标，建立共同愿景。

树立一个被全体成员所接受的、统一的目标，倡导大家齐心协力，每个人的工作是这一目标的具体化。共同愿景的建立，能够激发出人的“深层追求”，每个人不仅知道自己在做什么，还知道自己为什么要这么做，这样才能充分地发挥自己的潜力并主动合作，从而团队也才能获得协同效益。

二、分工明确，加强交流，促进信任。

分工明确，让全体成员各司其职，了解成员优劣势，进行有效的优势互补，最大限度的调动成员的积极性。分工明确还能防止成员工作任务分配不协调，防止产生不满情绪，影响团队氛围，有利于整个团队高效、和谐的运作。

交流不仅是对工作进行阶段性的总结和计划的必要步骤，也是集中大家智慧，激发创意灵感的重要手段，还是加强感情联络，促进相互信任，解除误会的有效途径。

必要的弹性工作，不仅可以发挥每个人的积极性，提高其创造性，也是人性化管理的一个表现。但这并不是建议大家完全松绑，组织在团队建设过程中，过于追求团队的亲和力和人情味，会使严明的团队纪律阻碍了团结，导致了管理制度的不完善。比方说，在一条生产线上的某个工人违反了企业某项具体的规定，但他并没有受到相应的处罚，或是处罚根本无关痛痒。从表面上看，这个团队非常友善，而事实上，

对问题的纵容或失之以宽会使这个成员产生一种“其实也没有什么大不了”的错觉，久而久之，贻患无穷。严明的纪律不仅是维护团队整体利益的需要，在保护全体团队成员的根本利益方面也有着重要的意义。

没有优秀的个人，只有优秀的团队。让团队整体素质水平提升，发挥团队协同作用，激发整个团队成员的执行力和创造力，才是管理者的重中之重，那样，全体成员才会团结一致朝着统一目标奋进。

2. 明确成员在团队的作用。向团队成员提供每个项目、计划的背景知识和战略愿景。团队中的每个成员都应该了解团队的最终目标、对完成整个目标所起的作用以及自己在团队里担任的角色。

3. 提供工具和基础设施来促进各成员之间的有效合作。最好的团队也要有能够有效利用的资源和系统。如果能让it团队发挥最大的价值，不可避免的要投资些工具。比如，可给开发者和it团队建立一个可共享的平台，如果出现问题，也可快速地解决。

4. 简化流程，减少不必要的任务。减少不必要的工作，可使员工保持积极的状态，也可使其更快更好的完成工作。如果手中做的事情跟最后要完成的任务没有关系的话，那么完全可以简化或者直接不做，因为这是在浪费时间。团队负责人也该征询下成员的意见，到底哪些工作流程可以简化。

5. 定期举行会议，提防掉进会议“陷阱”[]halogen software公司信息总监mazin abou-seido说：“定期举行会议可使团队成员分享各自的工作心得和工作愿景，使其能在同一个步调上工作。我们发现每周或每个季度举行的会议，有助于整个团队更好的理解团队的目标或计划，从而有助于我们更好的完成任务。”此外，也不要掉进会议“陷阱”里，会议一周或者一个月一次就好了，频率太高会引起员工反感。

7. 提供真实的反馈意见，不管是积极的还是消极的。提供领导力开发和培训的fierce, inc. 公司ceo halley bock说：“立即公开表扬成员取得的成就。如果员工犯错或有需要改进的地方，也要及时提出来，但是最好在私下讲。”实时的绩效反馈可增强每个成员工作的主动性、建立信任度，让他们准确地知道自己的立场和需改进的地方。

9. 制定合理的绩效制度。在halogen software[]作为绩效薪酬制度的一部分，公司成员都设定与公司目标相关联的目标。当员工完成自己设定的目标时，就能拿到季度奖金。除了个人目标，团队成员还有共同的团队目标，这能鼓励团队成员一起协作并发挥团队精神，这样团队成员会全身心的投入到工作中，并积极地实现团队的目标。

10. 给员工提供机会[]halley bock说：“给员工一些接受新挑战的机会，或将能提高其责任感。”不仅员工会从中受益，整个团队也能获得学习的机会。如果一个领导愿意接受挑战，那么他的成员也会尽其所能地帮助他，使他取得成功。

11. 人性化地对待成员。像google会免费提供食物给其员工一样。为了提高员工效率，可以给其提供些水果或咖啡，这个方法或许比让员工出去溜达一圈更方便、更有效。

管理提升年工作总结篇六

如何判断一个人是否有管理能力？可以从四个方面的维度进行判断，无论是在实际面试当中，还是在选拔管理者当中，屡试不爽。

一般人只能做个人计划，甚至有些人连个人计划都做不好，做事情缺乏计划，没有章法，更没有预案，做到哪里算哪里。像这种情况，就不太适合做管理者，典型的代表如《三国演义》里的马谡，这个人挺聪明，时常会提出一些创新的想法，

是诸葛亮很倚重的谋士。

但这个人有个缺点，他不知道自己的不知道，对自己的认知盲点习惯性忽视。所以给人感觉就是自以为是。刘备评价他是“言过其实”，真是恰如其分。

说完大话之后又立了军令状，决心是有的，但是却不做准备，甚至连计划都做不来，既不能给下属军官制定计划，也不能给自己制定计划，去了街亭之后还非常武断，完全就是“纸上谈兵”，这样的人，不根据街亭实情制定计划，也不被常识和逻辑说服，最终失败也在情理之中了。

而具有管理者的特征则不一样，他不仅能够给自己制定计划，也能给团队甚至组织制定计划。就拿韩信来说，萧何评价他是“国士无双”，什么意思呢？就是像韩信这样的人才，天下找不出第二个。

有一句成语叫“韩信将兵，多多益善”，说的就是韩信带兵打仗能力非常之强。其实说到底，还是韩信的团队计划能力非常强悍，所以才能做到“每战必胜”。而在团队计划的背后，则是韩信的客观冷静以及对原理的关系分析能力。

韩信的指挥能力强，能把兵力优势转化成交战面的战斗力优势，更重要的是，韩信在打仗中还增加了“心理”维度。懂得事物原理、了解敌我双方的态势和心理，是制订团队计划的基础，而对事物特征的性状提取，是计划有方向的保证。

既有了计划的基础，又有了计划的方向，那这样的计划就有备而无患，胜面更大。能够制定这种团队计划的人，更具有管理者的特征。

每个人的执行意愿和执行能力差别是很大的，有的人言出必行，执行力超强，有的人则是你不催促和监督他，就会偷懒耍滑，缺乏执行力。

典型的反面例子就是猪八戒，猪八戒这种员工好吃懒做，上班摸鱼、偷懒，五毒俱全，特别缺乏执行意愿和执行动力，一遇到困难就要撂挑子走人，回他的高老庄。

其实猪八戒还是有本事的，但他的内心很不自信，对自己还没有做的事情就觉得不行，这在心理学上叫做“失败预判”，简单来说，就是凡是他想做的事情，他相信自己做不成，这样导致的结果就是他的执行很差，尤其在没有人监督的场合，一点都不自觉，主要是因为他有心理问题。

除此之外，猪八戒对指令的态度也是阳奉阴违，让他巡个山他也要偷懒睡觉，还编造出种种理由回去搪塞师傅。再加上猪八戒这个人缺乏内在驱动力，做事情没有成就感和使命感，所以在动机层面上存在执行障碍，这样的人，自己都管不好，更不能管好别人，是不能够当管理者的。

与猪八戒相反的例子就是孙悟空，孙悟空是有团队执行能力的，他能够把任务跟猪八戒、沙僧描述清楚，而且还很有预见性，总是给唐僧师徒打预防针，让唐僧把指挥权让渡给他（孙悟空是实际管理者）。而且更为可贵的是，孙悟空能够生于忧患，本来在花果山过的逍遥快活，但为了长生不老，到处拜师学艺，吃了不少苦头。既增长了个人技能，又有办法让整个团队协调动起来。

唐僧师徒，如果没有唐僧，那就失去了取经的意义，唐僧是务虚的；如果没有孙悟空，那就无法完成取经的任务和使命，孙悟空是务实的，他才是实际的管理者。

只能独立完成任务，不懂合作的人，是没有管理能力的。

有些艺术家，适合独立完成创造性的工作，但是跟人合作起来非常困难，像这种人，即便有才能，也不适合与人“组队”。

而缺乏合作力的人，更多的表现出自以为是，严重一点的体现出来的是一种嫉妒心理，比方说，别人哪方面的才能胜过自己，但自己不能接纳，总是通过各种方式进行攀比，结果给自己的心情搞的很差，这种人在现实生活中还有不少。比方说跟人比较谁的房子大、谁的汽车豪、谁更有钱等，这些行为，都体现了一种攀比心理，实际上是对自我价值的不认同，需要外界的评价和比较来决定自己的开心与否。

这方面的典型代表，是《三国演义》里的周瑜，因为气量小而被活活气死，根本原因，就与他的虚荣心有关。

而善于合作的最典型代表就是刘邦，刘邦能得天下，最主要的是他善于用人，能用人所长，像张良、萧何、韩信，都能被他所用，这种才能是很了不得的，说到底，就是他能够让这些人围绕在他的周围，相互合作起来。

作为管理者，不是自己能干就行的，而是善于利用下面的人的长处，用合作的心态和方法将团队很好的组织在一起，这是一种能力。而要达到这一点，就要有仁爱之心，能够帮助他人，成就下属，还要有内在乐观的心态。

责任心对一个人来说很重要，尤其对于做管理的来说，责任心更加重要。

像罗志祥这种半夜4点钟不睡觉，还能到处约炮的人来说，对于他女朋友来说，就是没有一点责任心。

缺乏责任心的人，没有自我约束能力，一味的占便宜，不懂得适可而止。遇到事情不想担责，离的远远的。有这种心态的人，往往责任心缺失，给他一片颜色他就能开染坊。责任心的底线要求，就是要有自我约束能力。有的人自我约束能力很差，遇到自己想要的东西，就忍不住占便宜，总是依赖于外界的严格管教才行。这样的职场人，离不开霸道威严的上司，因为温和的上司不能激起他的恐惧，管不住他。这样

的人，很难做管理岗位，因为管理岗位需要承担责任，不仅要承担自身的责任，还要承担团队的责任，一般人承担不起。

而能够承担责任的人，都是了不起的。这其中最典型的代表是曾国藩，他立志高远，不急功近利，历尽艰辛仍然不屈不挠。他身上有很多男的品质，也值得研究。

曾国藩不走捷径，他在训练士兵上非常严格，在打仗的时候也是“结硬寨、打呆仗”，集结推进，相互支援、步步为营。通过这一系列的常规的系统的的方法，曾国藩把打胜仗变成了常态。

看一个人有没有责任心，责任心有多大，只需要一些简单的问题就能获知答案。比方说，与人合作失败，对这个失败进行归因时，如果对方把合作失败的原因，归到外界的、他不可控的因素上，表明他分析问题的特质是外向的，这个人的责任心是不强的。

反之，如果把失败原因归结到自己身上以及可以控制的因素，他的责任心是具备的。

只有责任心强的人才能担当管理者。

通过以上四个维度，即计划、执行、合作、责任，基本上就能判断出来是不是有管理能力。

管理提升年工作总结篇七

金融危机以来，公司的可持续发展能力遭遇全方位的严峻挑战，竞争力、盈利能力、市场影响力、经济效益都受到不同程度的冲击。

基础不牢，地动山摇。通过主动与先进的国有企业和民营企业对标，查找短板，公司对于夯实基础管理、促进管理提升

的必要性和紧迫性有了更深刻的认识。

运营转型以战略转型为目标，战略转型以运营转型为支撑。实现预定目标，我们要坚定不移地贯彻落实中铝公司管理提升动员大会精神，按照熊总提出的“领导重视是关键，广泛参与是基础，科学方法是根本，深化改革是动力，专业化团队是保障，信息化是支撑”的要求，以及刘总提出的“每一位干部员工都是本岗位一把手”的要求，全面开展“深化运营转型、促进管理提升”活动，以科学的态度认识和对待运营转型，突破自我、突破常规、突破经验，更加清醒地认识到我们与先进企业的差距，我们与卓越目标的差距，下大力气改变企业管理粗放的状况，告别过去的经验主义，逐步用科学的思维和工作方式优化生产、消除浪费、改善指标，共同打赢控亏增盈攻坚战。

（二）领导重视、骨干引导，培育持续转型的有效机制 领导班子的重视和参与程度，是运营转型工作能否持续并取得成效的关键。按照专家看法，只有在公司高层认可度和参与度超过90%，中层认可度和参与度超过60%，员工的参与度超过30%的基础上，运营转型工作才能达到临界“引爆点”，才能具备自我固化和持续改进的基础。

公司领导班子的每一位成员要带头转变观念，从我做起，主动

1参与，影响他人，作运营转型的坚定引领者和实践者。在第二批推进单位中，公司领导要分头挂钩一家二级单位的转型工作，全程参与各阶段工作。

各单位领导干部，特别是一把手，要承担责任，承担使命，全身心地投入运营转型，真正做到“真学、真信、真用”，要充分调动周围干部员工的积极性，营造促进精益、合力控亏的浓厚氛围。

（三）开放自我，提升能力，实现理念、行为持续转变

“我们正在穿越过渡期，旧的理念正在出局，新的文化正在新生。”在运营转型的催化下，我们的企业正在孕育着新的变化，害怕担责、处事本位、凡事被动的思想正在渐渐远去，“开放、坦诚、阳光”的氛围正在逐步形成，改变、突破、超越的自我需求愈发强烈。

运营转型，理念先行。理念的核心是开放自我、突破自我。实现理念转变，要坚持“三个开放”：一是开放的思维，从外面看问题，认清并跳出旧有的思维和固有的传统，暂停判断，保持好奇，用新的眼光观察自我；二是开放的心灵，从里面看问题，深度潜入，退思自我，换位思考，深挖冰山，感知自我；三是开放的意志，从根源看问题，放下旧我，连接当下，接纳新我，采取行动，持之以恒，获得新生。

各级管理者要主动走出舒适区，开放自我、提高自我、领导自我。要通过理念的转变，促进行为的转变。只要干部主动开放、主动转变，并长期保持，员工对干部的信任与支持就会越来越多，就会有越来越多的人团结到我们周围，与我们并肩战斗，长期坚持，我们这支队伍一定会具备强大的凝聚力和战斗力，无坚不摧、无往而不胜！

要进一步加大车间、班组和一线员工的宣传、培训力度，不断提高运营转型深度和广度，形成“上层带动、中层推动、基层拉动”的浓厚氛围，建立持续转型的长效机制。

（四）面对现实，结合实际，坚决打赢扭亏为盈攻坚战，切实

维护员工切实利益

领导变革、推动转型最重要的原则是“面对现实，结合实际”。在运营实践中，要坚持做到“5个结合”：一是与战略

目标和年度目标相结合，做好计划分解和问题跟踪，确保目标按计划落实；二是与日常生产经营改善相结合，将工具和方法应用于当前的重点、难点工作，提高实战能力；三是与培育高素质、高技能团队相结合，加强辅导和培训，建立机制，提高技能；四是与构建精简、高效的管理架构相结合，优化层级、完善流程、精简业务，提高效率；五是与培育先进理念文化相结合，提高企业凝聚力、战斗力和向心力，提高员工幸福感和满意度。

公司各单位要以运营项目为载体，夯实基础，强化素质，培育队伍，促进经营业绩实现根本性好转。

首批试点单位要突出成果固化，突出推广完善，突出实战能力，切实解决生产经营中的难点、重点问题，年底实现基层覆盖。推进单位要吸收试点单位经验，既不能急功近利，又不能贪大求全，确保稳扎稳打，取得真正实效。机关部室要站位公司全局，以板块的全系统流程改善为主线，精简流程，提高效率，减少等待，实现业务流程再造。其他单位要主动参与运营转型，主动参加培训，主动开展内部诊断，发现问题一个，整改一个，收益一个。

运营转型，犹如逆水行舟，不进则退。任何一丝的懈怠，任何一环的缺失，都将导致工作的反复。我们要充分认识运营转型的长期性、复杂性和艰巨性，坚定不移地扎实推进，实现理念、行为、效益的全方位转变，全面促进企业持续发展，打造世界一流企业。