

没有签合同开除有补偿吗(大全7篇)

随着个人素质的提升，报告使用的频率越来越高，我们在写报告的时候要注意逻辑的合理性。通过报告，人们可以获取最新的信息，深入分析问题，并采取相应的行动。下面是小编为大家带来的报告优秀范文，希望大家可以喜欢。

出差工作总结报告篇一

出差时间□20xx年x月x日至20xx年x月x日

1、6月x日我先前往塔城移动公司开展正式工作，此次在塔城进行了4天的洽谈，接触了移动公司市场部徐明江，集团客户部赵总，分公司罗总等人，就前期合作协议中的返利问题进行了协商，在确保公司利益的前提下与公司罗总进行了多次洽谈最总达成了返利的共同认识，与集团客户部赵总就后期行业应用的开展进行了洽谈，其中赵总对我公司的行业应用比较感兴趣。

目前存在的问题是分公司罗总对我公司的后期行业应用存有疑问，认为塔城地区经济和群众文化认识程度较差，目前开展手机钱包业务为时尚早，需要和集团客户部罗总开会研究后进行最总确定。

手机钱包：手机钱包方面对于返利问题进过几次协商没有达成相关协议(7月x日早本来已经同意签订，但是后来分公司王总认为后期会有额外支出，最后没有同意签订)，但是对于我们的行业应用非常感兴趣。我已同我公司阿勒泰人员李岩商议后决定换个思路从其他方面入手进行协商，具体方案已经和李岩商议讨论过，后期由我和李岩共同跟进。

校讯通：目前我公司校讯通人员和移动方面关系比较融洽，但是移动公司要求我公司将阿勒泰其他县的校讯通人员补充

齐全，进行全地区覆盖，目前阿勒泰地区中的个别区域由于没有我公司人员维护，校讯通业务开展较慢，维护方面由于人员不足也存在一些问题。

以上是此次出差的工作内容和总结，请领导批评指正。

出差工作总结报告篇二

经过九天对区域市场的开发，我们的产品也经历了一次考验，在我走访的xx这四个城市里生根发芽，在这期间里，开发了2家意向客户，第一家是xx的首批打款在15万元左右，代理商需要公司提供更大的支持，但我认为公司无法做到，正在协商其它操作方法；第二家是赣州的首批打款在10万元左右，由于代理商没有做过厨卫，正在了解市场行情和品牌对比。

主观看法：我们的产品在市场的前景是非常好的，我本人对这个市场，对产品都很看好，我们的产品质量好，包装精美，品种齐全，售后服务好。

对市场而言，我们的价格比同类同品牌的产品要略低，但产品外观似乎是我们的瓶颈，无法和同类同品牌相拟比；但我们给了客户足够的利润空间的同时又给了他广泛的区域市场，减小其销售难度，这样一来，绝大部分客户都愿意了解我们的全部产品。

对于我个人的成绩来说，对部分地级市场都有了详细的走访和了解，了解到了客户的需求，在区域市场中开发出部分意向客户。我觉得这个成绩不是我预期想要达到的一个效果，任务虽然没有完成，但我还在努力也还有许多方面没有做到，对于地区市场做的过于急躁，在市场开发中做的不够细致，粗枝大叶没有给客户更好的引导。

对于我最近走访过的客户，他们目前都希望现在能有一款价格合理，质量满意的产品进入市场，对于方太、老板、帅康、

樱雪、樱花、华帝、美的等几大品牌的价格贵、市场管控严格、价格透明，这几个点来说，我们的产品竞争优势很大，但是，这些品牌的牌子大，名气响，在老百姓心里已经根深蒂固，不利于我们的产品进入市场。个人认为，我们的市场切入点就在于我们给予客户的厂家支持、利润空间、足够大的区域市场，这样会充分调动经销商和批发商的积极性。

1、价位方面：市场上总体来讲，对于一个新品牌，要想打入这个市场，抢占市场份额，按目前的价格来看，只能说是具有一定的竞争优势，有一部分客户是用一种完全不接纳新品牌的眼光看我们的产品，还有部分客户是无法接受品牌的价格，只拿我们和一些擦边球品牌的价格相比较；记得xx的一家客户跟我说，产品本身是可以的，但是作为一家新牌子，这个价格在销售过程中会增加一部分难度，但我认为这是一个比较保守的客户，哪个公司没有一个新开始呢，价格永远没有可比性。

2、产品定位：我觉得上述几大品牌在终端用户心里已经有了很深刻的印象，那么这样的一些品牌也就成了本行业的标杆，因此有很多终端用户会用这些品牌的产品外观、品质盲目的去判断其他品牌，那么我希望，既然老百姓选择这样一种方法作为衡量好坏的根据，那我们的产品就应该保留其现有的长处，或者说是生产方面也以这些子做标杆，做到老百姓喜欢什么样的，我们就生产什么样的！总而言之，产品的定位就要以大品牌为基准线，做到新的款式及时跟进。

在这里我要提出一点建议，现在无论是哪家大品牌的产品，都是厨卫产品列占有所有品类的主导地位，很多客户反应我们的厨卫系列产品不够新颖。而且终端用户也认为小家电产品和包装会比厨卫的高档一些。

4、销售策略：目前，我司销售支持政策非常大，可以以前期不赚钱形式去抢占市场份额，给我们销售人员在工作中带来很多协商的空间，我觉得一个新品牌想占领市场，无论通过

任何形式，任何方法，都应该勇于尝试，想尽一切办法去进入到经销商的门店。如果没有政策支持大这一策略，那我想我这次出差连意向的客户都不会有了。

5、渠道方面：个人认为目前我们的品牌只是一个孩子，市场刚刚起步，认识我们品牌的渠道客户不够，市场认可度非常低，，我觉得应该投入一些宣传到重点城市，可以有选择性的去挑一些优质客户，培养起来，会很容易引发邻省市的连锁反映，等到客户稳定，地级市场精耕细作之后，有老百姓拿着我们的vip防伪卡去找经销商买东西的时候，我会拿着我所有的发货单子和客户资源去找一家可以控制xx的省级代理商。

下一步的计划，我个人还是要把区域市场内没有到过的城市，未开发出来的城市逐个击破，巩固现有的客户资源，多了解经营情况，先得到终端用户的认可，然后才开发适合我们的省市级代理商，现阶段，想找一家代理商非常有难度，并且这次出差遇到阻碍我们成功并且最普遍的问题就是诸多批发商2和3月份展会已经选好了品牌及市场反映惨淡，给代理商心理上不敢轻易下决定。

总之，老百姓喜欢的是包装颜色靓丽，价格合理，但看起来高档的产品，经销商喜欢的是没有竞争对手，利润空间大，便于市场控制，质量过得去的产品。目前，要做的就是要想着怎么样让我们的产品去适应这个市场，而不是让用户适应我们，我们要做的就是老百姓喜欢什么样的，我们就做什么。

出差工作总结报告篇三

一，了解各分公司及代理目前的经营状况并结合自我音箱品牌特性进行经营性的指导提议。

二，帮忙各分公司及代理针对各自区域市场的状况进行针对性的市场调整部署提议。

三，了解目前各分公司及代理针对多彩音箱反馈问题的收集，便于后期产品及渠道等进行调整规划。

四，排解对多彩音箱前期存在的问题意见，以及多彩音箱后期的产品规划沟通，渠道建设沟通，以此加强相互了解，信任，提高对多彩音箱产品的销售信心。

1，代理商的经营状况整体良性，但存在团队管理意识缺乏，基本没有产品培训，没有推广意识，没有严格的会议制度等是经销商普遍存在的问题。

2，代理商没有严谨的工作部署，日工作资料，周工作资料，月工作资料，年度目标等意识，只是为了做生意而生意，本着生意不好，可能就是卖场人气问题，或者产品问题，没有从营销的角度去寻找原因。

3，代理缺乏完善的人才培养梯队，人才十分缺乏，很难培养人，留人。

4，多彩音箱适合做什么样的渠道?多彩音箱目前的产品定位?怎样去开展多彩音箱的市场推广?怎样与厂家结合有部署的开展经营拓展计划?代理及分公司基本没有。

5，分公司目前对多彩音箱的重视程度因产品线太宽及因资金短缺时造成的音箱严重缺货存在很大的矛盾点。

6，目前的产品存在必须的问题，主要是：1，前面收到涨价后缺货的影响。2，产品屡次发生的外观磨花及本身产品的质量问題，应用分公司经理的对话(港湾14：20：49：那个2100音箱最近咋那多坏的港湾：14：21：04副机喇叭不响港湾14：21：12：2105也有海底沙漠14：21：23：投诉港湾：14：21：27还有副机少脚座的港湾14：21：31：投诉不管用港湾14：21：34：不投港湾14：21：41说说而已)。其中港湾为一分公司经理。3，促销活动存在必须的问题，缺货后又开展，

加上活动缺乏人员跟进，奖品的规划比例上不合理，导致为销售创造的拉力不大。

7，大区人员该怎样去开展自我的工作？代理及分公司应关注音箱市场的什么？此也缺乏必须的意识。

1，提议各代理，异常是在与哈尔滨世学牟总交流的过程中，异常强调开展周会，周会议资料形式(销售kpi)周培训会议制度等管理机制。

2，提倡计划年度销售目标，年度利润目标，月销售目标，利润考核目标以及绩效考核制度。以此来加强大家对企业发展构成共同的目标。

3，代理的发展空间有限，没有完善的考核制度，培训制度等，这样就很难去培养人，当一个优秀的人才到必须时候，没有太大的发展空间，必将选择离去，所以提议采取两种方式，一是股份制方式，针对优秀店长对店面入股(能够占干股)，并针对每上一年送予配比必须的股份；针对公司管理副手也按股份制。二是采取鼓励创业，给予必须的市场空间，给予产品代理，让其成为自我的客户。以此来留住优秀的人才，避免让其出去后成为竞争对手。

4，多彩音箱目前的销售均价在75元左右，在此价格线基本说是没有竞争对手，因为音箱行业前5大品牌的销售均价均在100元左右，当然我们的目标是要提高均价，寻找竞争对手。但结合目前的产品状况，多彩音箱在专卖店与机箱等同时摆在一齐(目前所有的音箱品牌基本都有单独的音箱专卖店)，很难构成专一形象，同时公司一向的路线是走批发为主，主要是结合机电，键鼠渠道，在零售方面十分薄弱，所以此价格，此形象，缺乏零售，必然很难构成音箱品牌影响力，但本身具有多彩品牌拉力，所以我们的主要渠道应当是批发，主要对象就是diy装机商及笔记本销售店。主要的产品定位目前来说是中低端，通路型产品定位。

明白了多彩音箱产品定位，渠道对象，那么就应当有部署的去开展音箱的推广工作，重点在于四个方面：一，加强a类产品（重点主推产品，2105，2165，2155，2100）的样品摆设。二，加强a类客户（前5——10名核心客户）的专柜，展架摆设。三，加强针对摆样产品的维护，主要是标贴（怎样样让音箱摆在装机店能让客户看到装机店的时候第一个看到的产品就是多彩音箱）。四，加强展架及条幅横幅在卖场内像狗皮膏药一样大面积张贴。

多彩音箱目前的渠道体系，主要在专卖店的陈列位置，很难有单一的音箱品牌形象，销售不好零售就很难提高产品销售均价，产品销售均价提不上去，高端产品出来后就很难销售，没有高端产品就很难提高产品品牌形象。而目前先将产品线完善了再根据销量去开单独的音箱专卖店？还是先开音箱专卖店再完善产品线？此成为矛盾点。经过与天津代理及其他代理的沟通，目前天津开设的专卖店整体来说是不错的，所以提议各代理：一，在适宜的位置拿专柜，单独的壁柜，并派一个销售人员在此，按电脑城均价，一个3米的专柜价格基本在2k左右，一个销售人员的基本工资在1k左右，专柜基本没有其它费用，每一天100元左右的费用每一天基本是2对零售音箱就能回收成本，一个人在一个位置，专门的工作卖零售，我想只要不是太笨一天2对应当是问题不大，但同时对我们的品牌影响力，对卖场的批发工作，方便装机商带客户看音箱将是一个很好的推动作用。二，提议个别代理，同时代理耳机或者笔记本配件的代理单独开设音箱专卖店，当然前期能够鼓励和允许同时代理其它品牌音箱，构成第二个公司，或者将此机会供给给那些有想法的优秀人员。

笔记本市场是我们产品的一个重点，笔记本音箱的配送经过了解基本是价格不超过100元的产品，最好的产品是一对音箱加上鼠标价格不超过100元，这是目前笔记本商家的需求心理，此价位段产品刚好是我们音箱产品强势的一方，如果单独卖一般笔记本客户会摆高端产品，来衬托笔记本的形象，天津，

长春代理在这方面就做的相当不错，在一个区域针对hp联想，华硕ibm四个笔记本专卖店摆4款不一样的产品，在一个电脑城此四家每月就能够为其创造几百台的销售业绩，天津代理能联合三星促销，买三星笔记本送多彩音箱，一次性定单就有400台，笔记本客户还具有以下几个好处：一，选择一家产品，很少更换，因为一个在一楼，对在diy区域内他们关注很少，也就是对品牌忠诚度较高。二，销售稳定，并且根据笔记本大环境的增长呈上升趋势。三，利润较高，笔记本客户一般为开票，对单独采购的产品均价能了解，但对于其它产品因熟悉程度固了解较少，所以能提高利润。

5，分公司及全线产品代理对音箱产品的重视程度从天津代理(单独做音箱)就能看出构成很大的区别，一个长春(单独做音箱)，天津这种小城市的销量居然是重庆，西安，南昌等个别中型的一倍。当然这和我们产品线太长，专一度不够有很大原因。同时在今年分公司及代理缺少资金的情景下，音箱目前还是在吃多彩的品牌拉力，还在跟随机电及键鼠的销售渠道，无法为多彩品牌创造单独的品牌影响力。所以，在资金缺少的时候很大程度上音箱的货源就会存在严重问题，此次出差，分公司的音箱货源基本无，在这样的情景下更谈不上去进行市场推广，所以针对此问题需向领导当面请示改善提议。

6，目前音箱每月都在做产品意见改善(要求一线反馈，总部汇总，改善后再发向一线反馈决议)，但一些问题还是改善不了，主要是细节性的问题，最近杭州分公司，武汉分公司连续投诉产品质量问题及发货少脚架等细节性问题，对一线销售人员的信心将有很大影响，所以此次回来后将请示吴总，针对此类问题进行彻底改善。

一，一进卖场首先看看外场的广告，什么品牌的广告做的最好，有无学习的地方?能了解在这个市场什么品牌占有率有可能相对较高。

三，上电梯看看diy的广告及自我音箱的暴光度，标贴在上电梯的过程中是否有无随处可见？四，围绕卖场转三遍，一遍看看卖场的人气，整体装机量怎样？哪些音箱批发走的好？自我的音箱卖了多少台？占有率大概多少？二遍看看哪些音箱品牌的样品暴光度较高，自我的音箱样品占多少？还有哪些需要加强并且能够把样品摆进去的？三遍看看卖场的展架及标贴还有哪些不在的？哪些没有贴好的？哪些需要加强的？哪里的音箱有灰尘？哪家的音箱样品或者标贴摆歪了等？要想把音箱卖好，主要还是不断去检讨自我，每去一次卖场都能改正一些东西，主要看样品，标贴，条幅，展架这些哪里做的如何就能够看出这个店面的工作开展情景。最终才是到自我店面及同行店面去了解。

出差工作总结报告篇四

作为见习业务员的我初次接触到公司业务，能够说一切是从零开始，但是我相信只要有颗爱学的心，只要谦虚的学习，肯定会在业务这块土地上生根发芽，长出不一样的精彩。现将出差期间主要的心得体会总结如下：1. 关于与客户的关系，公司与客户是健康的共赢合作关系，正常状况下没有谁牵制谁，但是在众多客户中肯定会有部分客户为了种种利益，难为公司，不好好配合。做为公司与客户的桥梁，我们业务人员，首先在保证双方利益的条件下，拉近与客户的关系，让客户对咱既有顾及但又不失情面。人际关系是一门艺术，这方面我想在未来的路上我要细心体会。

卖的啥多。其次，等了解差不多了再推荐咱公司的产品，要多说产品的卖点，或都直接说自己的产品有品牌、有市场。最后，要把客户对公司的影响，意向做一个评价，确定是直接定下产品，还是面谈或者再电话联系。跟他们交流过程中要尽量引导他们跟着自己走，不能光让他打听咱公司的价格政策，要注意不能透露其它客户及公司听重要信息，等等。

储，直接导致今年的冬储量骤降。目前各公司出价参差不齐，

有些客户在观望，而有些客户确实没钱做。在这场战争中我还没看出谁胜谁败。因为明白的这几家客户定哪个公司的都有，我要做好的就是多跟客户交流把自己这片做好，多劝他快做咱冬储。预付只有一个客户答应给打钱，说要等月底钱收的差不多了多打些。

把包装物这块清完；不定时的询问冬储预付状况，多点是点；熟悉产品，要做到了解产品规格、价格、使用范围、使用方法、每个老客户那以前放的货的种类。

做为新人，要做事严谨、凡事多想、多学多问、尽快充实自己。

出差工作总结报告篇五

二、出差地点：车村镇、木植街、黄庄、饭坡、田湖镇、闫庄

三、出差目的：了解市场状况、发掘新客户、拓展潜在客户，以扩大市场范围，提高市场占有率以到达拓宽销路，提高利润。

四、出差主要资料：

这次出差的主要线路是先由县城到达最远的车村镇然后回到途经木植街、黄庄回到县城再由县城出发到田湖镇后回到途经饭坡、闫庄。出差报告范文。

寻找下发现一家防盗门业老板与之介绍公司的产品及产品特征和规格后对钢木门格外关注。等等一些乡镇很多防盗门业对于钢木门都很感兴趣，所以觉得能够以钢木门为突破点在这些镇乡找到一批新客户。

刚过这么多乡镇能够看出乡镇有很大的市场能够挖掘为我们公司带来超多的`客户。所以在跑业务中给客户就应仔细认真

负责讲解产品及听取客户的意见或推荐，做到让客户了解产品相信产品。

出差工作总结报告篇六

一、市场分析

1、从总体市场上存的压力分为几个方面：各品牌与品牌之间的劲争压力、店铺费用的不断提升所造成的费用压力、物价上涨所造成的通货压力等等的一些因素造成大多数的客户对投资信心下降，所我们对市场开发的压力随之增大。

2、随着市场的不断发展现今在市场上的店铺资原也满足不了现状，就好以这次我们出差的几个省下方比较好的地区的店铺资原都十分的有限。出现一店难求的状况。

3、有__些地区客户对我们的品牌的价位和产品之差的差距不太能理解，比如说他们会拿一些大众休闲品牌作比较，当然我们会对这方面的问题给客户作一个详细的分析，我们的品牌的优势在哪里，有什么好的政策从而引导他走进我们的品牌，用心去了解我们的品牌。

二、存在的问题

1、工作安排的合理性及有效性，就好以这次我们所开展的冬季订货招商会在山西站我们的工作就安排得很不到位导致招商会的效果远远达不到理想的目标，所以工作合理安排也是一个成功的关键。

2、工作计划与实行性不强，做好工作计划我们之后的工作就是按照计划开展工作在要修正时对计划进行调整修正，但很多时候就会把计划省略掉。这样工作就没有了计划性和目的性，后期就很难把工作做好也难以得到理想的效果。

3、工作中团队之关的合理沟通，作为一个团队我们就应相互间进行有目的沟通，从沟通中相互吸收对方的优点从而提升自我的工作效率。我们团队在工作中就少了这种相互间沟通学习，我们有时分组在不一样的市场工作会撞到不一样的问题，我们在沟通中就能够相互了解不一样市场的状况及学习不一样的工作方式。

三、自我总结和下一步的工作

1、加强学习型组织的建立，做从好团队组织的假设。结合实际工作的经验，不断学习提高，充实完善自我，促进各业务人员素质的提高。和大家一道努力把业务部建成团结合作亲密无间、所向披靡的团队。

2、继续加大市场开发力度。进一步开拓市场，做细市场。消灭空白市场，构建一个立体市场销售网络。抓好大客户，抓好渠道建设，建好客户档案并随时跟踪回访。

在此感谢上级领导工作上给予关心及帮忙。

出差工作总结报告篇七

出差地点：广西南宁

出差日程：

4月24日：1、跟线——老员工，高级业务代表甲□20xx年8月入职□20xx年3月升为高级业务代表。2、与pj□lyd就招人、留人等相关问题和郭总沟通。

4月25日：跟线——新员工，业务代表乙□20xx年4月15日入职。

4月26日：广西hr文员(12人)集中培训。

出差情景：

一、老员工对新员工离职率高的原因分析。

1、压力过大。新员工还在试用期就进行考核，另一方面，公司的业务技能培训和帮带又不到位，很多新员工工作没多久就被罚款好几百，于是只好离职。

2、心态问题。很多时候，带新员工的老员工自我心态就有问题，对业务或公司的一些制度、模式不认同，这些心态很容易影响到新员工。另外，由于体系的原因，有些老员工对带新人没有职责意识。

3、开会时间太长，开会的时候主要是奖惩，对新员工没有异常的指导和鼓励。

4、老员工工作一段时间后，看不到自我的发展方向，只好另外寻找发展平台。

二、郭总对用人方面的分析。

在沟经过程中，关于人员招聘，郭总最先提出的是人员结构的搭配问题，包括学历、年龄、工作经验的搭配。同时，郭总认为业务代表这个层级不必须要大学生，此刻的大学生通常吃不了什么苦，实习一段时间就坚持不下去的十分多，能够研究多招些中专生、高中生，尤其是从农村或偏远地区出来的人。工作经验上，以1年左右最适宜，有两三年工作经验的人一般都已经构成固有的思维模式，很难改变。另外，在招聘过程中要异常注意心态的把握。

最终，郭总也提到，如果内勤人员能每月抽出一至两天跟线，对人员的招聘和培训上会有更大帮忙。

三、新员工拜访客户时出现的问题。

在拜访客户的过程中，和老员工相比，新员工主要存在以下几个问题：

1、新员工的基本礼仪可是关。员工有叼着烟进店的现象，在离店时嘴里虽然说着“好生意”，但人却是背对着客人，语气也略显生硬，在被客户拒绝的时候尤为明显，甚至一转身就脏话连篇。

2、对公司促销活动和品牌推广活动的结合把握不到位。在介绍公司山水啤酒“买1包送2瓶”的促销活动时，对4月1日—6月30日公司赞助的模特赛活动几乎不提及，海报张贴也较少。

3、业务技巧把握欠缺火候。公司“1包送2瓶”的活动实际上就是“买9包送2包”。为了提高销量，业务代表改成“买18包送4包”的形式，如果客户没有兴趣，再改为“买9包送2包”的说法。对于销售量明显十分少的小粉面店也不做调整。另外，对于促销的分寸把握也有欠缺。碰到客户确实还有很多酒并且十分坚决表示此刻不要的情景，仍有强行提货进店的情景。

4、情绪控制力较弱。一旦连续遭遇几家“老虎”店，就会很沮丧且直接表此刻脸上，直接影响到和下一家的沟通。

四、集中培训情景。

在招聘方面，集中培训的资料主要包括缺编原因与解决方案分析、入离职手续办理及注意事项、劳动合同规范管理、简历筛选技巧、招聘渠道评估及简单的面试技巧。在整个培训与沟通的过程中，发现各大区的hr文员对于总部推进的工作大多还是十分用心，工作推行缓慢的主要原因还是文员自身的定位和专业技能的问题。

1、新员工心态没有正确指引，老员工到必须阶段会出现职业发展瓶颈。

2、老员工离职过快，新员工没人带。

3、大区总经理只重视业务目标达成，不重视业务代表的招聘，在月度营销会议上从来没提起过人员招聘问题。

4、hr文员不参加晨会，平时也很少和业务人员沟通，对业务不熟悉，在招聘和培训上有很大局限性，通常都是大区总经理全权决定。

5、大区之间的异动有困难。业务代表因个人原因要到另外的大区的，通常很难实现。

6、新员工业务代表没有业务技能培训，很难达成目标，导致留不住人。

在这个沟经过程中，对大区hr文员作出以下指引：

1、hr人员的价值在于有效支撑业务的发展。在所有的hr工作中，都应当在这个前提下进行思考与沟通。

2、要有效进行招聘、培训等人力资源工作，首先hr人员本身要熟悉业务。同时，要了解招聘人员的本事素质并从这个方向去努力才能做好招聘。当人力资源工作逐步支撑到业务发展的时候，业务部门自然也就逐步重视人力资源的工作。这是一个良性循环的过程。

3、对于新老员工的抱怨，hr文员要基于“存在的就是合理的”首先站在公司的角度思考，寻找出公司制定那些制度的原因和优势，并作为面试或员工入职培训的心态引导。

如，员工抱怨开会时间长，作为hr文员首先就要思考晨会的资料和程序如何，目的是为了什么，为什么会有那么长的时间。经过思考就会发现，各大区的晨会主要是对工作中存在的问题进行剖析，对工作中好的经验进行分享，这对新员工

来说是十分难得的学习机会，由此可看到我们是学习型的组织。如果hr文员在面试或入职培训中把这一点进行有效的引导，那么新员工在开晨会的时候心态就自然会有所不一样，心态一不一样，在晨会中的收获肯定也就不一样。那么，即使暂时还没有专门的技能培训，新员工也不会有一种“我还没理解什么技能培训就要进行考核”的心理。那么，必须程度上也就能降低新员工的离职率。

4、对于员工离职率高的问题，应首先思考从我们公司离职的业务人员离职后去了哪里。一般而言，能够把这些离职人员的去向分为三类。其一，在做了一段时间的业务后，发现自我不适合做业务或不愿意做业务，从而转向其他职位。其二，虽然很喜欢业务工作，但做一段时间后认为快消品行业太辛苦，于是转向其他压力较小工作较自由的公司。其三，刚进入快消品行业，对于快消品行业的业务也很有兴趣，可是认为不熟悉其他公司的情景，认为其他公司压力可能相对较小或有其他方面的优势，于是离职进入别的快消品公司。

对于前两种情景，公司基本上没有花很大时间精力挽留的必要。而对于第三种情景，则是我们需要认真思考的问题。员工从公司离职到其他快消品公司，很有可能是因为高估了其他公司的优势或者低估了其他公司的劣势。如果hr文员能够把快消品行业的共性(如压力大、工作时间长等)、其他公司的劣势(如晋升慢、管理不规范、产品的地方性)和我们公司的优势(如发展平台、行业地位、品牌优势)在面试沟通或入职培训中进行分析，同样能够从必须程度上减少离职率。至少，员工离职研究会更慎重。

5、在面试过程中，对公司进行适当的宣传是必要的，一方面能够提高应聘者的求职意向，另一方面，我们的应聘者都可能是我们的消费者。但在宣传的同时，也应当就工作强度等问题给应聘者打好“预防针”，以免入职后出现心理期望和实际情景的巨大落差。另外，对于应聘者的承压本事以及对业务工作的兴趣也需要在面试过程中进行探寻，不能以简单

的封闭式问题进行询问。

五、针对上头问题，下一步的工作计划。

- 1、跟进广西hr文员对此次培训的反馈和今后的需求。
- 2、加强hr文员专业上的`技能指导。
- 3、到人员较稳定的大区进行跟线学习，进一步了解公司业务特点。
- 4、加强和培训、绩效模块沟通，对招聘和配置体系的优化进行相关思考和探讨。