

# 工作总结要素有哪些 属于沟通的要素(大全7篇)

总结是指对某一阶段的工作、学习或思想中的经验或情况加以总结和概括的书面材料，它可以明确下一步的工作方向，少走弯路，少犯错误，提高工作效益，因此，让我们写一份总结吧。相信许多人会觉得总结很难写？下面是我给大家整理的总结范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

## 工作总结要素有哪些 属于沟通的要素篇一

沟通，是一个互动的过程。为此小编为大家整理了一些属于沟通的要素的一些内容，希望对大家有帮助。

整个沟通过程由七个方面要素组成，即信息源、信息、通道、信息接收者、反馈、障碍和背景。

是指拥有信息并试图进行沟通的人，即沟通者。沟通的目的各有不同，可能只是为了提供信息，或为了影响别人，或为了与人建立某种联系等。沟通者的概念是相对的，在整个沟通活动中，沟通双方往往互为沟通者和信息接收者。

是指沟通者试图传达给别人的内容，这种内容往往附加有沟通者的观念、态度和情感。沟通者附加的态度和情感主要通过声调、语气、语速、附加词、语句结构以及表情、神态、动作等方式加以传递。这种信息可能是直接明确的，即内容通俗易懂，直截了当，无须思索和逻辑推理，这种信息也可能是间接隐晦的，需要深刻理解和推理才能弄懂其内容。

是指沟通信息传递的方式。人的五官如视觉、听觉、味觉、嗅觉、触觉都可以接收信息，但在日常生活中最主要和运用

最为广泛的沟通是视觉沟通和听觉沟通。人们常用的沟通的方式既包括面对面的直接沟通，也包括网络沟通、电话(语音沟通)、书信(文字沟通)、托人捎话(间接语音沟通)等间接沟通方式。心理学研究发现，在所有的沟通方式中，影响最大的仍然是原始的面对面的沟通方式，这是因为在面对面沟通方式中，沟通者除语言信息外，还可以通过眼神、表情、姿态、动作等向信息接收者传达更为全面的信息内容，对接收者具有更强烈的感染作用，同时，沟通者还可观察到信息接收者完整的反馈信号，全面了解接收者对信息的反应，并可根据对方的反馈及时调整自己的沟通方式，如果对方表现出的是积极的反应，则可以继续进行沟通，如果对方表现出消极的反应，则会随时对沟通方式和沟通内容加以调整，有助于提高沟通效果和最大限度地对接收者产生影响。

近年来出现的网络沟通主要包括文字沟通(博客、空间)以及视听沟通(视频)等形式，博客、空间的文字沟通仍类似于先前的书信沟通，而网络视频沟通虽然远比博客沟通要先进和全面，但和面对面沟通相比仍有许多不足，首先，视频沟通者和接收者必须通过观看视频画面才能实现沟通，这就容易给接收者造成一定的注意力转移，而面对面沟通则没有这样的中间过程；其次，和最直接的面对面沟通相比，视频沟通仍有一定的间隔感和距离感，同时无法实现直接沟通中的一些感情及信息传递功能，如拍肩膀、握住手安慰、递纸让擦眼泪等；再次，因视频画面局限，视频沟通远没有面对面沟通的视角全面、细微，尤其是缺乏画面外线索以及背景资料等。

即指接收信息的人。信息接收者的信息接受是一个复杂的过程，包括一系列注意、知觉、转译和储存等心理活动。信息接收者有可能是多人，如正在听课的学生、听取演讲的听众、群体性事件中被说服的人群等，也可能仅仅是自己，如自我沟通。

反馈是指信息接收者对信息的反应。反馈可以反映出信息接收者对信息的理解和接受状态。根据信息接收者对信息的理

解、接受状态，反馈可分为正反馈、负反馈和模糊反馈。如果反馈显示出信息接收者理解并接受了信息，如当事人对调解员所说话题饶有兴趣或者点头称是，则这种反馈为正反馈；如果反馈显示出信息没有被理解和接受，如听者一脸的茫然或直接打断说“我不懂你的意思”，说明听者并没有理解信息的内容，或者听者表现出很不耐烦的神态，阻止不让再说下去，表明不同意沟通者的见解时，则这种反馈为负反馈；如果信息接收者对信息的反应处于不确定状态时，即信息不够充分，接收者无法决定接受与否，这种反馈则为模糊反馈。模糊反馈并不是说接收者没有反应，接收者已经理解并接收到了信息，虽然接收者没有明确的表态，但信息会对接收者产生一定的影响。

反馈不一定来自对方，沟通者也可以在信息发送过程中自行获得反馈信息，比如沟通者发觉自己所说的话有误或不够准确，也会对此自行作出调整，心理学家称之为自我反馈。在自我沟通中常伴随有自我反馈。

沟通属于一种交互作用，在实际的沟通过程中，沟通的双方都在不断地将反馈信息回传给对方，始终处于一种双方互相传递和反馈信息的过程，任何一方既是沟通者也是反馈者，如果一方缺乏反馈或者出现负反馈，则会造成沟通的阻断，导致沟通无法继续进行，比如对方面对沟通者的说辞无动于衷甚至反感，沟通者的沟通则会以失败而告终。

人们在沟通中经常会发生障碍，沟通过程中任何环节出现问题，都会造成沟通障碍，如信息不明确，没有表达清楚、信息没有被正确转换成可以沟通的信号、错用沟通方式、信息接收者误解信息，比如过于随意的批评被人误认为是在开玩笑等，都有可能造成沟通障碍。

背景即沟通发生的环境。不同的背景，信息会被赋予不同的意义，同样一句“你这人差的远”，如果是在私人社交圈里对某个朋友说，会被认为是一句玩笑话，如果是在正式的场

合对某人说，则会被认为是一种侮辱。

## 工作总结要素有哪些 属于沟通的要素篇二

一、使命使命，解决企业为什么存在的问题。中国企业，平均寿命只有3年。为什么如此短，因为没有找到企业存在的理由。1975年，微软给自己找了一个理由：随时随地帮助人们自由地交流。韩国三星提出“事业报国”，海尔提出“创造世界名牌”。企业的使命从市场及消费者的角度来看就是客户的需求。市场的需求是企业使命的基础。赢利不是企业的终极追求目标。赢利是企业的基础需求，就好比人呼吸一样重要。但是人活着，不仅仅是为了呼吸，还应该满足社会的某种需求，如果一味的追求赢利，便会动摇企业生存的基础。使命不是为自己，而是为更广泛的人群服务，是在更广大的领域中寻找自己的价值，寻找自己的灵魂。也就是让使命来拯救我们散乱的能量，使我们有一种为他人工作的神圣感。我们都是普通人，一旦我们的命运与一个伟大的使命联系起来，我们便可以创造出历史的辉煌。许多企业没有思考为什么要办企业，这是导致其灭亡的重要原因之一。

二、愿景愿景是发展的方向，是由多个目标形成的。微软的愿景是每一家、每一张桌子都有一台电脑。这一愿景当初提出来的时候，大部分人持怀疑态度。愿景愈大，带来的冲突愈大。因为大部分人看见了才相信，只有少部分人没有看见就相信。现在微软的梦想基本实现，人们才相信其愿景的威力。愿景给企业发展指明方向，凝聚人才，创造一个将个人目标与企业目标相结合的沟通平台，从而产生了将个人命运与企业命运相结合的契机。企业不再是由一群普通人的简单组合，而是一个有共同理想、共同使命的生命联合体。每一个人不再是一个被动的服从者，而是为了共同目标进行创新学习的开拓者。共同的愿景从dna的角度改变了人与人之间的关系，这样的组织就如原子弹爆发一样，释放出每一个人的巨大潜力。同样是碳元素，结构的不同形成两种截然不同的

结果，一个是金刚石，另一个是石墨。

- 1、晨会、夕会、总结会
- 2、思想小结
- 3、张贴宣传企业文化的标语
- 4、树先进典型
- 5、权威宣讲
- 6、外出参观学习
- 7、故事
- 8、企业创业、发展史陈列室
- 9、文体活动
- 10、引进新人，引进新文化

企业文化四大忌讳

一忌：塑造企业文化当作买花瓶

二忌：道德标准“捏在手上”

三忌：诚信法则“挂在嘴边”

四忌：责任感“抛在身后”

**工作总结要素有哪些 属于沟通的要素篇三**

企业文化变革五要素

文 / 赵 磊

企业界有一句名言：不创新就灭亡。面对瞬息万变的经营环境，企业不但需要产品创新、服务创新、品牌创新，更要有适应内外环境变化的企业文化。ibm、ge等名牌企业之所以能够在浴火中重生，就在于适时进行了企业文化变革。从它们的经验来看，要成功进行企业文化变革，需要把握以下几点。

## 把握变革时机

企业文化的变革，创新文化的重塑，需要适时而变。研究表明，企业文化变革需要抓住以下时机：（1）企业战略发生重大调整。企业战略必须随市场竞争不断进行调整，每一次大的战略变革都会对企业产生很大的影响，企业成员对战略的认同和参与度，取决于价值观的标准，所以新的战略需要有新的企业文化支持，在这种情况下，企业文化变革往往会伴随战略的调整而进行变革。（2）企业危机出现。每次企业出现危机时，例如经营危机、财务危机，人们都很容易对企业文化产生怀疑，而这时恰恰是企业最需要文化支持的时候，此时企业领导人最喜欢导入新的企业文化理念，重塑员工的信心，从而渡过企业危机。（3）企业主要领导人更换。企业主要领导人在每一次的更换过程中都会导入新的企业价值观，或者对原来的企业价值观进行创新，新的领导人对文化变革的需求取决于他对文化及竞争环境的认同度。（4）原有企业文化已经不能使企业适应外部环境的竞争。企业文化本身具有延续性，一般企业文化都需要在适当的时候进行创新，特别是在外部竞争环境发生变化时，企业文化变革就更有必要提上日程了。

## 重塑创新价值观

企业文化作为企业核心竞争力的重要组成部分，要经得起经济全球化的考验，只有把创新的基因植入到企业文化变革当中，才能够让企业青春永驻。松下电器、ibm、英特尔、柯达

等百年企业之所以生存之今，原因就在于其创新精神长盛不衰，基于创新的企业文化像基因。

创新是适应信息化和经济全球化的客观要求。(企业文化论文)越来越多的企业意识到，任何公司，无论规模有多大、多有名气，或有多大的市场份额，都不能依赖过去成功的经验生存。持续的成功需要新的竞争优势。然而，在组织的惯性作用下，即使是面对环境的改变，许多企业也习惯于按以往的轨迹行事。

许多成功企业的事例诠释着企业文化变革的方向，它主要体现在下列五种核心价值观中：尊重人才、为企业使命而奋斗、营造自主氛围、接纳错误和失败以及让创新团队成员人尽其才。企业文化决定组织成员的创新自由度。追求创新的公司认识到，在企业内对创新思想严加控制是愚蠢的。他们对于自主权的态度基于如下观点：招聘自我激励的员工并尽量“放任”他们；要相信员工会自动调整他们的行动，向企业的目标看齐；了解人们在工作中自由程度的有效方法是区分角色服从和角色开拓；在角色服从型的环境中，职责说明代代相传，即使市场状况发生变化，他们也丝毫不会改变，相反，角色开拓者会自由地突破职责说明的限制；他们不是奴隶似地服从，而是重新定义他们的工作，预测顾客未来的需要。

## 消除文化变革的阻力

随着企业的成长、业务的增加，企业的. 组织机构经常会变得越来越庞大，组织的运行效率却变得越来越低下，最终形成“官僚化”的病态组织。尤其是在一些国有企业中，组织建立在“官本位”的基础和意识上，管理者过分重视自己的权力和表现自己的权力，事务的运行不是以事务本身的效率效能为依据。而是以自己的权力是否行使、是否被尊重、是否被重视为依据，实际上就是个人凌驾于企业之上。最终整个企业靠权力体系来运行，运行的内容也是权力，而不再主

要是企业的产品 and 市场。

重塑创新文化的一个重要方面。就是要突破官僚组织的障碍。ge在进行组织变革时，一开始就提出要全公司树立起对官僚体制的恨意，韦尔奇说：“在我们公司，我们培养对官僚的仇恨，而且我们在使用‘仇恨’这个可怕的字眼时，从没有过片刻的犹豫”。传统管理机制的一个直观体现就是过多的组织层级，破除官僚机制的关键就是要减少组织层次。80年代初ge竟然最多时拥有29个层级，等级森严，严格按照办公室面积和天花板数区分，一个报告从基层报上去，要经过几十层，等报告批下来可能已经是“猴年马月”。1985年，韦尔奇采用了经济学者熊彼得的“创造性破坏”理念，将ge原有的组织机构级别裁撤到5-6个，将公司结构从金字塔型变成了扁平化结构。韦尔奇创造出一个名词，叫做“无边界组织”，知识的传播，信息的流动，正是依赖于ge所倡导的这种摒弃官僚作风的“无边界组织”。在这种管理体制下，没有官僚主义的土壤。

## 为创新提供学习动力

重塑创新文化，应以创新为目标构建学习型组织，以此来提升组织的智商。（1）培养鼓励学习的环境。必须使员工有时间回顾和分析工作，构思策略性计划，研究顾客需求，评估现行工作制度，开发新产品。如果员工总是被打扰或被催促，他们就很难学习：在压力很大的情况下，往往无法学习。（2）打破有形无形的界限，促进思想的交流。界限会阻碍信息流通，孤立个人和团体。可采用会议、会面、项目小组等方式，跨越组织阶级，让企业与顾客、供货商连结在一起，使新想法能够流通，也有机会接触和思考不同的观点。（3）建立一个开放的环境。策略性回顾，研究变动的竞争环境以及公司的产品组合、技术和市场地位；制度检讨，也就是检讨跨部门的大型流程，例如出货体系是否健全；内部标杆学习报告，用以找出组织内的最佳做法，并做比较；研究访问团，派员



工拜访国内外的一流组织，深入了解其绩效和特殊技能；举办座谈会，让客户、供货商分享想法，相互学习。

在学习型组织中每位员工作为个体变得更重要了，所有员工均依赖彼此的能力，因此每个人要不断的超越自己，在传统的科层组织中规则是已知的，角色是预先确定的；而在学习型组织中，角色是流动的，所有人员为共同的愿景奋斗。在组织中员工的团队学习变得尤为重要，他们学会了从一种贬值的文化转向一种增值的文化。因此，并行工作和对等的协作成为可能，管理者、专业人员和雇员不再像严格等级制中的机器那样，是必须啮合在一起的齿轮，而是组织中的知识贡献者，每一个人、每一个职能都成为一种资源。

## 巩固文化变革成果

组织在企业文化变革中所面对的最大挑战，就是如何避免员工退回到过去功能不良的惯例当中。这指的是个人或团体一些不良的习惯模式，这些模式通常在熟悉的环境或刺激之下，就会无意识地自动启动。员工需要一些协助来持续新的行为，尤其是他们旧有的工作方式仍然根深蒂固且具有破坏性时，就更为需要。

要巩固变革成果，聪明的变革领导者会给员工提供机会，以重复练习巩固理想的行为；而领导者本身也会以身作则，提供指导与支持。企业领导者的模范行动是一种无声的号召，对员工起着重要的示范作用。因此，要塑造和维护企业的创新价值观，领导者本身就应是这种价值观的化身。他们必须通过自己的行动向全体成员灌输企业的价值观念。培训是促使文化塑造与变革的一个重要策略，在文化变革计划安排就绪后，就要督促员工参与培训、学习，让全体员工接受培训。通过专门培训，让员工知道创新文化的意义和作用，企业为何及如何实施文化塑造与变革，新的企业文化对员工有什么新的要求，使员工认识到企业现有文化状态与目标文化的差距。

巩固变革成果的另一项措施是建立相应的激励机制。价值观的形成是一种个性心理的累积过程，这不仅需要时间，而且需要给予不断的强化。人们的合理行为只有经过肯定并强化，这种行为才能再现，进而形成习惯稳定下来，从而使指导这种行为的价值观念转化为行为主体的价值观念，因此，企业内的各项激励制度是企业文化的具体化和形象化。通过制度，让员工明白企业在鼓励什么，在反对什么。行为得到不断强化而稳定下来，人们就会自然地接受指导这种行为的价值观念，从而使企业的价值观念为全体员工所接受，形成优秀的企业文化。

## 工作总结要素有哪些 属于沟通的要素篇四

### 1. 项目需求

当项目混乱和不可控的时候，往往是源头出了问题，解决源头才能治本。

软件项目中的范围管理重点就是项目需求，需求包括原始需求，用户需求，产品需求和软件需求。需求是项目的源头，需求生命周期包括了需求收集，需求挖掘和开发，需求定义和分解，需求实现，需求验证，需求确认等诸多过程。需求不明确和后期的频繁需求变更是软件项目十大风险之一，项目的计划和可预见性完全是建立在需求稳定基础上的，需求一变化整个计划就得不断调整，计划的频繁调整导致后期的项目执行无任何计划基线参照，后期项目完全不可控制。

正可视。

### 2. 组织类型

一群有技术，有文化和有目标的人却做不好一件事情是组织和文化的问题。

品研发进行，加快沟通效率和加强团队协作。

责，是按项目目标申请资源，根据需求执行项目计划和按时完成项目。

### 3. 项目团队

为了一个项目走到一起的成员，激励他们的是工作本身和共同的价值观，而不是职位或头衔。

练，团队建设将贯彻整个项目。项目管理者联盟，项目管理问题。

自己的工件负责任。

### 4. 项目计划

靠个人的直觉和经验可以保证你一时成功，靠系统的计划可以保证你长久成功。

实际的任务。

### 6. 项目监控

一套好的监控体系是通过预警机制将意外或突发事件消灭在襁褓之中。计划本身也是一种控制，只不过是事前控制；出了问题我们再分析，并采取纠正措施是一种事后控制。监控绝对不能只监不控，如果没有纠正措施，就很难算做真正的项目的控制。而且项目控制不能简单的理解为实际项目运行情况 and 计划基准之间的差异比较，而是从识别控制事件-确定控制标准-实施控制机制-执行工作一系列的系统的流程控制。

险管理等，这些活动在执行过程中都必须遵守相关的过程和规则。

控对象相适应。

总之，事前主动控制和事后被动控制包括以下几个方面内容：

相关性：不能专横武断，对单因素进行控制的时候要考虑到对其它因素的影响。

高效性：设计控制流程的时候，仅仅收集确实需要和有用的数据信息。

简单性：尽量使控制流程简单化。

及时性：控制流程应该可以及时提供各种预警信息，以便于采取纠正措施。

## 7. 项目可见性

就是指你和你的团队，以及项目的重要干系人都能够清楚的知道项目的状态和正在做的事情。

成就就可以很好的预测和跟踪。

目的贡献和作用，看到自己在项目中的位置。并且传达一种信息：项目是所有人的项目，不是项目经理的项目，只有项目成功了团队中的每个人才能谈得上成功和收获。

## 8. 项目状况

他们直接的联系，并指导后期的决策。

制定的计划，没有很好计划过的项目完全不能很好的反映出实际情况。

## 9. 纠正措施

如果一种思想没有付诸于行动，那么就毫无意义；如果一种行动不是一种思想指导的结果，那么同样毫无意义。在状态审查后我们会发现差异，当差异超过我们允许范围后必须进行纠正。纠正措施是对检测出的不可接受的差异有效，必备的事后反应管理步骤。没有跟踪贯彻纠正措施的状态审查是毫无意义的。

项目越执行到后期，要纠正一个问题对成本和进度的影响越大。项目经理往往受到来自客户和管理层的双重压力，在采取纠正措施这件事情上往往是说起来容易做起来来。纠正措施是一种事后补救的方式，在我们发现了突发事件后第一要做的是采取纠正和应急措施，但更重要的是必须进行反省和经验总结，改进我们的管理过程，在项目团队中树立一种及早的发现问题并第一次就把问题做对的思想。

## 10. 项目领导能力

理能力则是正确的做事情。

超的个人技能和领导能力是保证项目成功的必要条件。

## 工作总结要素有哪些 属于沟通的要素篇五

影响员工行为的三种力量——制度、管理和文化，这三个东西从不同的侧面影响着组织的个体行为及其结果，它们互相配合、缺一不可。

一个企业，不管它是属于哪种类型，影响员工行为的都有三种力量——制度、管理和文化。这三个东西从不同的侧面影响着组织的个体行为及其结果，它们互相配合、缺一不可。

这里说的制度包括两方面的内容：一是行为准则，即应该做什么、不应该作什么；二是工作标准，即应该怎样做，包

括岗位作业标准及业务流程。前者是强制性的，后者是指导性的，两者应当互相配合，相辅相成。

第二种力量：管理，具体的讲是指员工上司即主管的管理行为。一个企业有了制度和程序，难道就能运作起来了么？显然不是，当然还需要组织各阶位上的管理人员发挥作用才行。

主管的管理功能大概主要有两个：一个是控制，一个是指导。控制是指，主管人员依照公司目标、制度、标准和程序，对部属的工作进行安排和监控，使部属的工作在预期的范围内进行运作，以期达成工作目标。当然只懂得控制的主管算不上一个称职的好主管，一个称职的主管还应当懂得指导。指导包括两方面的含义，一是指导部属怎样正确地执行标准规范以及提高员工的工作技能；二是例外事务的调整与指导。我们应当懂得，制度和标准是死的，而现场的情况是瞬息万变的，有的时候如果按照“标准”做就可能发生问题，这时应当怎么办？员工只可以按规定做，而主管则应当依据经验和“例外法则”（譬如公司核心价值观、客户导向或趋利弊害原则等等）作出判断，对部属的行动做出调整和指导，这才是正确的做法。

第三种力量：文化即企业文化。对企业文化无论怎样的下定义其实都并不重要，重要的是如何正确的看待和运用才是最重要的。笔者在这里必须澄清一个错误的观念，在管理界许多的专家主张说，构建企业制度和企业文化是大企业的事情，这完全是一个误导。一个民族的文化是那个民族精神和物质文明的传承，同样的道理，一家公司的文化当然是这家公司精神物质文明的传承。企业文化不是写在墙上或者是文件的表达形式，而是看不见、摸不着但感觉得到的东西，不管你是否承认，它都是客观存在的，而且无时不刻地在影响着每一个组织成员的行为。客观事实是，好的企业文化氛围给企业以好的导向，不好的企业文化则会给企业带来负面影响，或更有甚者可能会毁掉一个企业。老子说，一言能兴邦也能

毁国。而且，形成一个企业文化的主导因素是这家企业老板的价值观、习惯与修养，所谓一个企业的文化就是老板文化，我认为是一定道理的。

三种力量中，制度和管理是有形力量，文化是无形力量；制度是基础是硬件，文化是动力是软件，管理是桥梁，制度和文化的管理（人）发挥作用；制度、管理、文化就是一个系统，它们互相配合、共同发挥作用、缺一不可。我们忽略了哪种力量的存在和影响都将是不明智的。重要的是，我们要认知和承认它们的存在，而且，根据自己企业的情况，用心构建这个系统，通过不断实践、调整，以实现三者的最佳动态的配合，这才是我们的管理者所需要考虑的。

制度、管理、文化是管-理-员工的三种力量，同时也是企业管理的三个层次。

制度是企业管理的低层次，执行的对象主要是企业的基层员工，因为基层员工的管理职能是作业。员工按照规章或规范做事情，规规矩矩，人众才能步调一致，产品才能减少差异，工作才能减少失误，才能达成工作目标。一个企业必须管理制度化，但制度化的管理绝对不是好的管理，这是中国式管理之父曾仕强教授的观点，我赞同。因此仅有制度化的管理远远不够，还必须有管理和文化相配套。

管理的中级形式就是企业的干部即主管人员所实施的管理，这也说明管理是干部的职责。老板一般不应当直接干涉或参与管理，否则干部将无所适从，公司运作将发生混乱。

文化是企业管理的高级形式，这是因为企业文化靠老板发起，是老板的责任而不是干部的责任。请试想一下，一家公司的企业文化建设，脱离了老板，没有的老板的认同、参与和支持，仅凭着人力资源部门在咨询师的指导在那里穷捣鼓，无疑是徒劳无功的，必将使得企业文化建设走入死胡同。

认识了这些道理，了解了事实真相，管理就变的轻松愉快而有效率了。

我们讨论团队管理经常是从团结、激情、执行力上面去讨论团队，这种方法讲起来很容易，但是执行起来会束手无策。原因何在？我想最重要的是没有对团队成员进行分析。

团队成员的划分可以有多个标准，新员工和老员工，年轻员工和中年员工，男员工和女员工，骨干员工和普通员工，听话的员工和不听话的员工，有主见的员工和没主见的员工，高学历员工和低学历员工，勤奋的员工和懒惰的员工，高层员工中层员工和底层员工，不同的员工分类我们对应着不同的管理对策。我讲的团队成员的划分是按态度分的三类员工，工作积极的员工、普通的员工、落后的员工。下面讨论一下这三样人群的特点以及管理的对策。

工作积极的员工。这类员工有自己的目标，知道为啥工作，也知道工作的方法、途径，所以这类员工工作积极，不抱怨，遇到问题总是想办法去解决问题。这类员工往往是团队里面的骨干，我们最根本的任务就是要处理好与这类员工的关系，我们要把他们树立成榜样，让他们去影响普通的员工，落后的员工。我们要善于发掘有潜力的新人加以培养，使之成为这类员工。我们要充分团结这类员工，他们是我们的支柱，这类员工数量应该保持在团队成员总数20%左右，当然在企业发展过程中，在市场发展过程中，在利益面前，有些骨干员工会发生蜕变，我们要加以注意，我们要逐步淘汰那些蜕化的骨干员工，我们要不断去培养、去吸收新的骨干成员，因为骨干员工是团队文化的发扬者，是决策执行的坚定者，是公司在遇到困难时的挽救者。我们也要充分尊重这一类员工的需求，使之保持持续的激情。

落后的员工。这类员工的特点就是喜欢抱怨，抱怨公司制度，抱怨公司待遇，抱怨公司人事安排，总之对公司的一切都是不满意，它的危害性最重要的是体现在它会宣传，向那些意



志不坚定的，没有主见的员工去宣传，进而起到破坏积极团队文化的作用，有时他们也不是故意的，但是危害是巨大的。第二个特点工作没有积极性，没有积极性就是混日子，当然业绩也就不会好。第三个特点执行力差，交代他一件事，一天应该做好的事情，他能给你拖上好几天。一个人可以能力差点，但是绝对不能工作态度差。能力可以学习提高，但是态度很难改变。所以对于这类员工，我们要展开批评与自我批评，做到尽量挽救。这类员工一般也占到团队成员的20%左右。他们是团队文化的毒化剂，对于没法改变的落后的员工，我们必须淘汰。给那些普通员工一个震撼。起到杀鸡给猴看的效果。

普通员工的特点。普通员工是一个团队里数量最多的员工。占到60%左右。他们或者没有远大的目标，或者是能力欠缺，或者没有主见或者是对公司处于满意与不满意之间的态度，他们的业绩说好不好，说差也不差的，做不了榜样，当然也当不了业务骨干。但是作为主管这类员工是我们要极力去争取的员工，极力去团结的员工。也是我们要培训的重点。因为这类员工最容易受到外界的影响，业务骨干去影响他，带动他的激-情，那么他就会努力工作；如果落后者对他加以影响，那么有一天他也会变成一个落后者。业务骨干的作用，团队文化的作用最重要体现在这一点，就是对普通员工的影响。我们要经常去刺激它的激-情，不断给他鼓劲。使其努力工作。我们要从中找到有潜力的培养成骨干业务。

工作的一切就是从群众中来，到群众中去。何解？一个出色的营销人员，很多决策，来源于自己的市场调查，但是作为一个管理高层，员工的建议将成为你决策的一个重要依据。我们要善于总结，把员工的思路想法，抽象出来，形成一种普遍的观点，然后再应用于实践。这就叫从市场中来，到市场中去。

## 工作总结要素有哪些 属于沟通的要素篇六

第一部分，简洁的基础信息那何谓简洁？不是让你将必要信息省略而是不得加入无用的信息，不是特殊要求的情况下像如下内容是不用出现的，如星座、血型、身高、体重、偶像、信仰等等，特别提醒关于你的信仰可能让人产生不安全感，因为有宗教信仰的人在我国是极少数的，而此类人在世界发动恐怖袭击的数量和比例都是最高的。

第二部分，做好性格、心理、精神方面的介绍，这有别于传统的介绍性格，至于为何还要就心理、精神做个介绍？没有一定心理素质、没有坚毅的精神何以成事？还有现代人尤其是大学生的心理、精神状况是比较糟糕的，你将你的优秀心理和精神体现出来可区别于同类竞争对手。

第三部分，王牌之师就是工作或者学习，不要把焦点放在文字多寡上而应该讲究条理性，介绍工作或学习遵循先基础信息再按照证书、业绩、工作方法、人际等进行介绍。此部分的介绍一定要清晰才能避免给人混乱的感受。

第四部分，在简历目标介绍栏目里把专精的形象完美地展现出来，并不是全部针对岗位、行业内容，也可以用少量内容阐明明确的人生观和职业观等，但不管针对任何内容必须专一。

1.简历制作要素

2.简历的主要要素

3.英文简历要素

4.优秀简历四要素

5.优秀简历四要素

6.简历的构成要素

7.简历的组成部分

8.it精英简历成功6要素

## 工作总结要素有哪些 属于沟通的要素篇七

还有不到一个月的时间就要高考了，高三的小伙伴们在这紧要关头一定恨不得自己三头六臂，一天24小时不吃不喝不睡，只是为了再多记住一些知识，再多掌握一道题。

但是，本站小编要提示高三的小伙伴们，紧要关头要注意休息，不要在关键时刻掉链子，保证自己的健康也是高考成功的一部分哦。

高考的成功大体上可以归为三个因素。

高考成功的前提是，你能去参加高考。如果你拼命复习，不吃不喝不睡觉，那么你能不能去参加高考已经成问题了，更别说高考成功了。

你对知识的整体掌握情况如何，你对高考题型的掌握情况如何，你的答题策略如何，以及其他与高考相关的知识、能力、技巧的掌握等等。这些是高考复习的主要部分，整个高考复习过程就是围绕这些展开的，所以这个因素直接关系到高考的成败。

但是，即便你的复习效果你很满意，但是如果你不能健康的走进考场并完成所有考试，那么复习效果也不能发挥出来。

有这样一种说法是，高考的成功七分靠考试，三分靠志愿。具体比例小编真的不清楚，但是高考志愿填报对高考成功的影响确实很关键。

辛辛苦苦读书十载，拼到高考，熬过了高考复习，顶住高考的压力，顺利完成每一场考试，得到一个和自己的努力成正比的分数。但是这距离高考成功还差一点点，那就是高考志愿填报。

每年高考之后，你可能都听说某个省的某个考生分数考的不错，但最后却没有被好大学录取，或者没有学到好专业。很显然，他们距离高考成功还差一点点。

那么，怎样填报高考志愿才能让高考彻底成功呢？

是被名校录取？还是被热门专业录取？或者录取学校的分数线和考生分数越接近越好？都不一定！

高考志愿填报涉及到很多方面，不能用单一的标准衡量。

填报高考志愿，考生和家长不仅要了解考生自身情况，例如兴趣爱好、性格特点、职业规划等等，还需要对学校和专业进行了解，不能只看学校名称或者专业名称就简单决定是否填报。

志愿填报虽没有高考题那么难，但是对于考生和家长来说也是一道关键的压轴题。

每年都有很多家长去参加各个学校的高招咨询会，或者花重金到各类机构找各种专家咨询高考志愿填报的问题，可见高考志愿填报的重要程度已经得到了不少家长和考生的重视。但是高昂的咨询费却让很多家长 and 考生望尘却步。