

销售经理个人工作年度总结

销售经理个人工作年度总结 篇1

本年度完成的销售工作着实让我收获了不少经验，作为销售经理让我能够认识到管理好销售团队的重要性，因此我在领导的支持与地下同事的配合下落实年初制定的销售计划，经过这段时间的不懈努力使得年终到来的时候收获了不错的成就，为了再接再厉应该要对本年度的销售经理工作加以总结。

团队的管理以及销售任务的分配是需要予以重视的，我明白作为销售经理的自己在工作方面应该以加强管理为主，虽然我也能够胜任团队中的各项销售工作却难以创造更大的利益，毕竟个人的努力相对于集体的力量来说是微不足道的，所以应该要通过自身的努力将销售团队的力量凝聚起来才能够创造更高的效益，而我在工作中也能够认清自身的定位并对各项销售任务进行部署，督促好底下的员工完成每个月的绩效指标并进行考核，激励他们努力工作的同时做到统筹兼顾，对我来说这方面的努力也能够为销售团队的发展创造不错的效益。

积极做好客户开发以及资源管理方面的工作，关于这点主要是加强客户信息的收集力度以便于抽空进行联络，开发新的客户并让对方购买产品或者办理业务是我的职责所在，而我也会要求底下的员工也做好客服开发工作从而积累人脉资源，对于销售工作的完成来说人脉资源的积累是不可缺少的，因此我很重视这项工作的落实并在这方面倾注了不少心血，另外我也会通过资源管理工作的落实来为销售工作的完成提供便利，主要是利用手头的客户资源来让员工将精力都放在销售的'过程之中。

注重对每月工作的反思与总结从而更好地积累经验，为了让员工重视销售工作的完成自然要加强这方面的管理才行，所以我要求底下的员工每月都上交工作总结及计划从而让他们回顾完成的销售工作，这样的话也能够让他们加强对自身的分析从而了解销售工作中存在哪些不足，在我看来适当地给予工作压力能够更好地激励底下的员工，而我自己也会对平时完成的工作进行反思并加以改进，对我来说朝着更高的目标而奋斗也是对销售团队负责的表现。

我会继续做好销售团队的管理并为了效益的提升而努力，至少经过这一年的努力已经让我从中积累了不少管理经验，而我也要再接再厉并争取在明年的销售工作中再创辉煌，作为销售经理自然要对这方面的努力予以重视并履行好相应的职责才行。 销售经理

个人工作年度总结 篇2

_年_月以来，在_公司_支公司的正确领导下，作为营销业务四部一名销售团队经理，我立足自身岗位实际，带领全体销售人员，

认真努力工作，积极服务客户，完成了工作任务，取得良好的成绩，获得上级领导和客户的满意。有关个人工作情况总结如下：

一、个人基本情况和工作履历

我叫_，男，_年6月2日出生，_年_月毕业于_专业，大学本科文化。20__年6月参加工作，先后在_公司综合部综合岗、渠道业务一部中介展业岗工作，后来担任营销业务二部和营销业务四部个代营销团队经理岗、销售团队经理。

二、认真学习，提高业务水平和工作技能

自参加人保财险工作以来，我意识到保险业不断发展和业务创新对保险员工提出了更高的要求，必须认真学习，提高自己的业务水平和工作技能，才能适应工作的需要。

为此，我积极参加上级组织的相关业务培训，认真学习保险业务操作流程、相关制度、资本市场知识、保险产品知识以及如何与客户沟通交流的技巧等等，做到在与客户的沟通中，当客户问起保险产品和其他有关问题时，能够快速、正确地答复客户的`提问，给客户 提供建议和处理方法，用自己的专业知识构架起与客户沟通的桥梁，促进保险业务发展，为单位创造良好经济效益。

三、认真工作，努力服务好客户

我现在主要负责_市开发区“_”等6家4S店的保险业务。我带领全体销售人员认真工作，努力服务好客户，促进保险业务发展，提高单位经济效益。

一是始终坚持以客户为中心，严格履行“公开承诺”、“首问负责”、“微笑服务”，增强服务意识，创新服务方式，改进服务作风，满足客户多元化需求，提高客户的满意度。

二是彻底更新观念，自觉规范行为，认真落实支公司各项服务措施，苦练基本功，加快业务办理的速度，避免失误，把握质量，维护好客户关系。

三是针对不同客户的特点，细致入微，努力做好服务工作，要赢得客户由衷的赞许，为支公司争取更多的忠诚客户，持续推进保险业务发展。

四、辛勤工作，创造良好经营业绩

我不怕困难，辛勤工作，为支公司创造良好经营业绩，其中20__年06月—20__年06月为110万元，20__年07月至今每个月实现业务收入_万元，以实际行动为支公司的发展作出了自己应有的努力和贡献。

在过去的几年中，我虽然完成了任务，取得良好成绩，但不能以此为满足。今后，我要更加努力学习，提高自己的领导能力和业务能力，创新工作方法与服务形式，争取创造优良业绩，促进支公司健康持续发展。 销售经理个人工作年度总结 篇3

一、本年度工作总结

20__年即将过去，在这将近一年的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，临近年终，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把明年的工作做的更好。下面我对一年的工作进行简要的总结。

我是今年三月份到公司工作的，四月份开始组建市场部，在没有负责市场部工作以前，我是没有_____销售经验的，仅凭对销售工作的热情，而缺乏_____行业销售经验和行业知识。为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习产品知识，一边摸索市场，遇到销售和产品方面的难点和问题，我经常请教_____经理和北京总公司几位领导和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案和对一些比较难缠的客户研究针对性策略，取得了良好的效果。

通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对_____市场有了一个大概的认识和了解。现在我逐渐可以清晰、流利的应对客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，良好的与客户沟通，因此逐渐取得了客户的信任。所以经过大半年的努力，也取得了几个成功客户案例，一些优质客户也逐渐积累到了一定程度，对市场的认识也有一

个比较透明的掌握。在不断的学习产品知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高，针对市场的一些变化和同行业之间的竞争，现在可以拿出一个比较完整的方案应付一些突发事件。对于一个项目可以全程的操作下来。

存在的缺点：

对于_____市场了解的还不够深入，对产品的技术问题掌握的过度薄弱，不能十分清晰的向客户解释，对于一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决问题的方法。在与客户的沟通过程中，过分

的依赖和相信客户，以至于引起一连串的不良反应。本职工作做得不好，感觉自己还停留在一个销售人员的位置上，对市场销售人员的培训，指导力度不够，影响市场部的销售业绩。

二. 部门工作总结

在将近一年的时间中，经过市场部全体员工共同的努力，使我们公司的产品知名度在河南市场上渐渐被客户所认识，良好的'售后服务加上优良的产品品质获得了客户的一致好评，也取得了宝贵的销售经验和一些成功的客户案例。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。

客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在：

1) 销售工作最基本的客户访问量太少。市场部是今年四月中旬开始工作的，在开始工作到现在有记载的客户访问记录有_____个，加上没有记录的概括为_____个，八个月_____天的时间，总体计算三个销售人员一天拜访的客户量_____个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

2) 沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图；对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，洛阳迅及汽车运输有限公司就是一个明显的例子。

3) 工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

4) 新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

三. 市场分析

现在河南_____市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。在价格上是卖得偏高的价位，在本年销售产品过程中，牵涉问题最多的就是产品的价格。有几个因为价格而丢单的客户，面对小型的客户，价格不是太别重要的问题，但面对采购数量比较多时，客户对产品的价位时非常敏感的。在明年的销售工作中我认为产品的价格做一下适当的浮动，这样可以促进销售人员去销售。

在郑州区域，因为_____市场首先从郑州开始的，所以郑州市场时竞争非常激烈的市场。 销售经理个人工作年度总结 篇4

白驹过隙，20__年立刻离去，20__年悄然到来，现在回顾一下20__年工作历程。整体来说有酸甜苦辣，得到了很多也失去了很多。自从7月11日来到公司至今，已经工作了整整半年之多。工作流程已经步入正轨，并且对于我所从事的电话销售这个行业有了更加全面的了解，客户关系日积月累。但是整体来说我自己还是有许多须要改进，失去了很多不该失去的时间和客户。以下是我今年总结工作不足之处： 第一：沟通技巧还是不够娴熟。每天都要接触很多不同客户而我跟他们沟通的时候不太简单把握什么样的人说什么样的话，有时候遇到比较直爽的客户，说多了反而不利，遇到菜鸟说什么都不会懂的。语言组织表达实力是须要加强改进。

其次：针对已经合作或者曾经合作的客户的后续服务不到位。看着在线和离线客户量渐渐多起来，有时间了自己还是在在不遗余力的维护每一个比较有价值客户。客户虽然已经签下来了，之前感觉万事大吉了，其实这种想法是特别的不成熟，后来的工作当中，再加上汤经理的指引。的确感觉到一个新客户开拓比较难，但是对于已经胜利合作的客户维护好其实是比较简洁的，假如把老客户维护好，后续续签的机会会很大。因此这点我得把目光放长远。

第三：新客户跟进的不是很好。对于我们这个行业来说连绵不断的培育新客户是重中之重，有时候一个比较有意向的客户我会很抱有希望的对待，但是有时候还是会漏掉一些遗忘跟进，等下次在跟进的时候人家已经不须要了。

第四：开拓新客户量少。今年我合作胜利的客户主要是通过电话单和老单签下来的，而自己真正找的客户比较少，培育好的没需求，有需求的.不信任我们，这点值得自己好好的深思一下。

第五：工作效率有待提高。有时候假如一天下来没有任何事情的话基本完成任务是没问题的，但是一旦有个需求开户做些调查和做个方案就会耽搁许多时间，这一点有待提高。

综合以上几点是我在今年的工作中不足之处表现，我会在今后的工作当中加以改进，有句话说得话：聪慧的人不会在同一个地方摔倒两次。当然谁都情愿做一个聪慧的人，所以同样的错误我不会再犯，并且争取做到更好。望公司领导和同事共同监督我。一个人有错误不怕，怕的是不知道改正，而我就要做一个知错就改，并且从中把缺点变成自己的优点。今年主要工作职责是电话销售，顾名思义就是通过电话达成交易的销售。而我在这半年里也主要是在公司通过网络、电话来获得跟客户的沟通，工作上听上去每天坐在办公室里，打几个电话或者 QQ 客服等联系到客户，这样很简洁，但是事实上工作量还是有的，每天要跟不同的客户打交道，并且第一时间通过自身的语言来留给客户一个特别好的印象。为了让客户对我们公司的产品质量更加信任，除了价特别，更重要的是一个服务。

要让客户感觉到中国人才热线的一个大型聘请网站、有很好的服务团队，并且就好比是在享受的过程一样，把谈生意的氛围转化为一种挚友之间的友好沟通沟通。

并且让意向剧烈的客户第一时间能够想到，想到跟通赢防伪公司合作等等这些都是与自己付出辛苦的努力是休戚相关，并且作为销售人员来说第一时间要有特别敏锐的嗅觉感觉到客户的需求。对于意向剧烈的客户而言除了很好的电话问候、短信问候、QQ 问候外还须要有一份工作的热忱感染到客户，让客户从自己的行为中感觉到我的真诚。那么信任客户量也会渐渐积累起来。

我信任通过自己在工作上的努力，并且饱满热忱的迎接每一天，终究会见到彩虹，并且信任在明年公司会更好，自己的业绩量也会比今年更加有前景。也希望信任通过这一年的工作实践，从中吸取的阅历和教训，经过一段时间的反思反省之后，在20__年甚至更长一段时间里，能让我在各方面有一个新的进步和提高，从而把工作做到更好更细更完善。望明年自己的业务量能够达到质的飞跃。

销售经理个人工作年度总结 篇5

做为__家具的店长，就今年店内的工作情况并作如下总结：

一、精神。

一个杰出的店长必须具有猛烈的敬业精神，爱好本职工作、精力充沛、勇于开拓。

二、知识。

这方面的条件同意了店长的销售能力，就是搞好销售工作的基础。包含以下几个方面：

1、商品知识。要熟悉商场所有商品的生产工艺、质量特点（包括面料、材料、油漆等）功能（适合在何种环境和条件下使用）、规格型号（包括面料和产品等）、生产周期、付货时间、库存情况；了解商品的使用方法、保养及维修知识；了解本行业竞争产品的有关情况。

2、企业科学知识。必须掌控本公司的历史背景、经营理念、生产能力、产品结构、品种系列、技术水平、设备情况及服务方式、发展前景等。介绍公司的销售情况及在各地区的销售网络。

3、用户知识。了解家具购买者（包括潜在客户）的消费心理、消费层次、及其家居环境布置的基本要求。

4、市场科学知识。介绍家具市场的环境变化、顾客出售理满足用户。因为你在与顾客交流时，有效率运用身体语言（例如眼神、表情等）传达你的底气。而且在了解商品时，以反击其他同类产品的方式以获取顾客对我们商品的信任，其结果只可以适得其反，甚至并使顾客产生不满的情绪。最后在谈问题时，尽量站在其他人的角度设身处地考量具备很强的说服力。

三、了解顾客。

店长在与顾客攀谈时，可以其出售动机、房屋居住面积、家庭翻新风格、个人颜色偏好、大概经济情况等方面著手介绍客人的挑选意向，从而存有针对性的了解商品。

四、抓住时机。

根据顾客相同的勃然大怒，实行相同的招待方式，对于目的性极强的顾客，招待必须主动、快速，利用对方的回答，不失时机地动手深入细致模拟商品；对于犹豫不定、正在“货比三家”的顾客，店长必须冷静地为他们传授本商品的特点，不要急于求成，孟顾客比较、考量再并作同意；对于已沦为商品购买者的顾客，必须稳步与客人维持相处，可以重点了解公司的服务和其他服务设施商品，以不致其产生被冷遇的感觉。

五、引导消费。

在顾客已对其较讨厌的产品有所介绍，但尚在考量时，店长可以根据介绍的家居装饰科学知识协助客人展开挑选，知会此商品可以达至怎样的效果，还可以有意的谈到此类商品的消费群体的层次

都比较低，以有效率催生最终的成交量。鼓励消费最重要的一点就是店长以较深的专业知识对产品展开了解，给顾客消费提供更多专业水平的建议。

六、处理意见。

在销售工作中，经常可以听见顾客的意见，一个杰出的店长就是不该被顾客的相同意见所阻碍的，店长首先必须尽力为购买者提供更多他们中意的商品，防止反对意见的发生或反对意见减少至最轻程度，对于已发生的反对意见，店长应当冷静地聆听，例如顾客所明确提出的意见不恰当，理应礼貌的表述；反之，理应真诚的态度表示感谢。

七、抓好售后。

售后服务就是一个比售货还重要环节，就是企业与顾客处置不好买家关系的'非常重要一环，它能够创建消费者对企业的信任感，不但可以强化商家与已出售物品的顾客间的联系，使得他们沦为“回头客”，同时老顾客也能够影响至顾客，拓展更甚广市场，狠抓售后服务可以从以下几方面著手。

- 1、联系客户、保证服务。产品售出后，并不意味着买卖关系的中断，店长应继续定期与顾客接触，保持联系并为其服务。如果顾客对产品表示满意，店长还要充分履行组装、维修和服务等方面的保证，对于顾客的意见，店长应表示愉快接受，并及时采取改进措施。

2、记录、保存信息资料。企业销售部门通过创建客户档案，搞工作记录去介绍产品销售市场的变化，为分析和开拓市场提供更多有益的先进经验和参照，为健全售后服务提供更多宝贵的资料。店长应当留存、记录的信息包含：客户的姓名、住址、联系方式、所出售的产品的名称、型号、规格、购买量、成交量金额及顾客攀谈的过程中其他有价值的信息（竞争对手投放市场的产品及其市场营销特点等），销售过程中顾客出售和不出售和原因，对企业的产品明确提出了何种意见。

3、分析、管理关键客户。关键客户是所有顾客的核心部分，是那些在商场全部销售利润中占较大比例，在一定社会层面中具有代表性和影响力，在家居选择方面具有品味、崇尚潮流的客户，这些客户可从工作记录和客户档案中选出，店长在售后工作中将这类客户作为重点公共关系对象，是一种重要的营销手段；根据经验，有些在将来某一时间可能成为的客户，且具有关键客户的特征，可认为是潜在关键客户，这类客户也必须引起店长注意。

这就是我在 20__年自学至的家具销售方面的科学知识、心得体会，包含一些销售技巧。期望在明年，家具行业能够迎一个代莱春天。

销售经理个人工作年度总结 篇 6

时间如流水，很快 10 年也过去了，回顾_年，以下是我在担任销售经理这一年的总结：

一、销售业绩回顾及分析：

(一)业绩回顾：

1、开拓了新合作客户近三十个(具体数据见相关部门统计)。

2、8~12月份销售回款超过了之前3~8月的同期回款业绩。(具体数据见相关部门统计)

3、市场遗留问题基本解决。市场肌体已逐渐恢复健康，有了进一步拓展和提升的基础

(二) 业绩分析：

1、促成业绩的正面因素：

①调整营销思路，对市场费用进行承包，降低新客户的合作资金门槛。虽然曾一度被人背后讥笑，但“有效就是硬道理”！我的思路是促成业绩的重要因素之一。

②加强了销售人员工作的过程管理，工作实效有所提升。

③用提高提成比例和开发新客户给予额外奖励的“经济激励”手法，形成了“重奖之下必有勇夫”的积极心态，也是促成业绩的重要因素之一。

④对于市场遗留问题的解决，依据“轻重缓急”程序，采用“坚持公司利益原则，以有效依据处理”的指导思路，从而使问题的解决未成触份公司的利益。

2、存在的负面因素：

①销售人员对公司的指示精神理解不够，客户定位不够稳定，没有严格按照终端思路开拓客户，部分客户选择方面存在一定失误！

②销售人员的心态以及公司存在薪资制度，均存在“急功近利”状况。销售人员更多的只想有钱回到公司帐上，却没有更多的考虑客户是否适合公司的合作定位以及长久发展。

③客户选择公司产品时更多考虑的是折扣低价，所以很多未将铺底铺入终端卖场，甚至根本无终端意识，直接将公司的终端品牌变成毫无优势的流通产品。

④大多数代理商的“等”“靠”“要”观念存在，但公司的产品价格降到底价，已无更多利润支持市常

⑤公司的品牌定位终端，但包装缺乏视觉优势，宣传促销赠品不够新颖丰富，对产品的宣传、销售的拉动力不大。

⑥暂时缺乏品牌入市的拉动策略，不能促成品牌的热销。

⑦销售人员不能切实推行公司指导思路，至今未建立起典范式的品牌样板市常。

⑧销售人员缺乏统一的营销培训，观念、思路、方法和工作执行力无统一和协调，往往擅长市场开拓而不擅长市场维护和提升。

二、费用投入的回顾和分析：

(一)费用回顾：

1、营销政策调整后，市场费用得以控制，公司的盈利能力稳定，8~12月相比3~8月同期利润额增加。(具体数据见相关部门的统计)

2、人员费用的固定风险降低，基本扼制了人力资源的亏损，8~12月相比3~8月周期人力成本降低，剩余价值提升。(具体数据见相关部门的统计)

(二)费用分析：

1、正面因素：

①公司提出市场费用承包政策之后，最大限度防止了费用陷阱，费用超支现象得以控制。

②公司调整并制定了销售人员新的待遇方案，公司的固定风险降低了，人员的竞争意识和挑战性加强。

2、负面因素：

①营销部没有数据统计的支持，对费用的控制较为盲目。

②市场支持费用和人员费用报销等，营销部存在“知情难，无审批”的歧形现象，管理无法加强。

③个别人员管理观念陈旧、保守，不能主动遵从层级化管理，因此整个管理缺乏科学的流程。

④老板“一笔签”的现象依然存在。

三、营销团队的建设回顾及分析：

(一)团队建设业绩回顾：

1、销售人员的“放牧式”现员心理压力和工作危机感，从而使销售人员的主动性不断增强。“居安思危”的心理利于工作能动性和工作实效的提升。

2、负面因素分析：

①公司内部的辅助管理配合不到位，团队管理实效降低。

②公司部份管理人员管理意识保守，团队管理实效降低。

③销售人员长期适应了“放任式”的管理，从观念上、心理上和行为上有一定适应期去接受较为实效的管理。

④部分人存在“老油条”观念，有一定优越感，因此对于公司加强管理有“和稀泥”的想法存在。

⑤部分人心存不轨，希望钻公司管理的漏洞。所以希望公司管理的漏洞一直存在，甚至增加。

⑥人性特点的普遍反映：被管理者希望公司管理的能见度、透明度一致较低。因此对能见度逐渐增强的管理有一定抵触心理。

⑦公司管理高层调整，久经事故的销售人员见风使舵，左右逢缘，趁机蒙混过关，不遵从公司的管理，重新回到“放任状态”。

⑧谁都想做好人，缺乏主动做“恶人”的管理人员，管理原则不能坚持，等于一纸空文。

四、内部管理运作的回顾及分析：

(一) 运作回顾：

1、基本解决了不按客户定单发货的现象。

2、公司制定工衣，并规定着装时间，公司人员有了较统一的形象。

3、文员工作有了一定分工，工作程序、方法和责任逐步明确。

4、制定并实施了新的行政管理制度，逐步规范了员工行为，出勤等管理一视同仁，趋于规范化。

5、客户档案基本建立。

6、周一和周六有开例会，工作有了积极明确的氛围。

(二) 存在的负面因素分析：

1、部门协作性不强，都喜欢围着老板转，喜欢把老板推到“工作前线”。一方面不能形成管理层面；另一方面促成了“一笔签”现象，并让老板处于被动境界。停留于小公司的思想、观念、模式和行为，是阻碍公司科学化管理进程的最大障碍。

2、客户管理能力较弱，有待进一步的能力提高和完善。

五、存在的主要问题：

1、销售管理无数据：

一份正规地年度工作总报告，应该用数据来说话，可是……真正的销售管理必须包含两部份内容：一、销售回款的管理；二、销售费用的管理。从而成为真正的经营。管理需要数据支持，就相当于打靶需要有望远镜帮助看靶心一样。每次放枪，都应当检查果，以便于不断调整而尽量达到最高目标准确度。而公司现时的销售管理，就等于闭着

眼睛瞎放枪，只知道靶子的方向在哪里，至于每一枪的果，只能凭着经验去判断，去调整射击位置。所以目标的命中率可想而知！所以我认为，正确地管理应当是每半个月，财务部门应当向销售部门提供详尽的数据，帮助销售管理的判断和调整，以达到最高管理实效！

2、管理无层级：

公司的员工常挂到嘴边的.一句“我要请示老板……”。本意没错，老板才是最终决策者！但是我认为老板花钱雇用我们，最少应当有三个目的：一、为公司创造剩余价值；二、为公司解决问题；三、帮老板分解、承担责任。所以应当是员工主动帮老板分析问题，解决问题，把老板“藏到幕后”。否则的话，做好人做恶人的都是老板！——例如，某客户要申请某项支持，若公司给予了支持，客户会认为“老板不错”！若由于其他原因公司未给支持，客户自然会认为“老板太精了”！正确在做法，我认为是永远让老板是“好人”，时刻维护老板的正面形象。

身为公司的管理人员，是判断和处理一般问题的责任人，是帮老板做事的。如果大事小事都让老板判断和处理，那就等于是老板在做事！既然老板自己在做事，多请些文员就行了，哪需要那么多经理呀、老总呀！另外老板“一笔签”绝对正确！——正确的前提在于各级管理人员有责任帮助老板判断，确保老板每一笔都签得正确！

而且，从管理的角度来分析公司的管理。《A管理模式》一直强调管理的层级和跨度(事实上，无论任何组织或群体，成功的管理结构都是呈“A”形状)。管理的扁

平化，适合小的组织。当组织不断壮大之后，人的精力和能力很难再直接适应不断膨胀的管理层和面，如果可以的话，各朝帝王都完全没必要设那么多部门，养那么多大臣！就相当于，如果公司大事小事都是老板处理，相信老板一天48个小时都不够用！老板雇用管理人员就等于养着一群光拿钱不做事的“闲人”，——老板不是在做生意做企业，而是在做“慈善事业”！

我一直的观点，公司的管理应当是一条自动化地生产线，老板就只是掌握开关的自动化操作员。当然，“生产线”要真正实现自动化，对每一个“部件”的品质要求都比较高，我想作为操作员(老板)来讲，最担心的还是“部件”的品质！——因为“部件”品质不稳定，一方面操作员心理压力和警惕性会加大，比较累。第二方面操作员会时常扮演更换“部件”的“机械维修工”；第三方面，生产出的“产品”很难达到“预期品质”；第四方面，品质不稳定的如果是“重要部件”，有可能会毁掉整条“生产线”！

3、管理无流程：

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。
。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/187133133062006101>