# 人脉管理要从20岁开始范文合集

来源：网络 作者：心上花开 更新时间：2024-12-24

*第一篇：人脉管理要从20岁开始人脉管理要从20岁开始做为社会性动物的人类来说，是无法以单打独斗的方式生活在这个世界上的。对于以优异成绩进入大学学习的精英们来说，你在专业上的能力是一把披荆斩棘的利刃，而人脉则是出奇制胜的秘密武器。生活中，很...*

**第一篇：人脉管理要从20岁开始**

人脉管理要从20岁开始

做为社会性动物的人类来说，是无法以单打独斗的方式生活在这个世界上的。对于以优异成绩进入大学学习的精英们来说，你在专业上的能力是一把披荆斩棘的利刃，而人脉则是出奇制胜的秘密武器。

生活中，很多学生也许会疑惑，为什么有的同学会获知了一些大型企业重要的研讨会情报，占据进入职场的有利高地呢?其实，能够找到活动场地并不是这些学生幸运的收到了主办单位的邀请函，而是靠着自己努力积攒的人脉获取职场情报。

大学不仅是你由孩子转换为成人的地方，也是踏入社会的出发点。20岁左右的大学生们要做好人脉管理，找到身边的“贵人”，以使自己进入社会后的眼界与他人大不相同。

积累人脉的多种途径

很多公司招聘是会通过内/外部推荐来直接获取可信任度高的人才，而作为中间桥梁的，就是那些在职的同门师兄师姐。因些，珍惜并巩固你的校园人脉，不仅能够帮助你尽快成长，还会让你的求职更高效快捷。

在城市里还有很多职场新人和职业经理人的聚会，例如商业论坛、校友聚会、商会举办的酒会等，积极参与其中是积累人脉的重要途径。在这些商务聚会中，你也许有了第一套正装，印了属于自己的名片，懂得了商务礼仪，越来越有职业素养，更重要的是有了将来进入职场的人脉关系。

当然，寻找人脉的途径不仅仅是这些，你的小学、中学、大学同学，经历过短暂共事的战友，工作中打交道的各类客户，短暂聚会、偶然邂逅的新朋友，都是我们应该把握的人脉资源。对于情投意合，又处于不同领域的机缘，要多多用心经营。

培养人脉要广结善缘

某位优秀又热心的大三女孩的方法很值得借鉴：不错过任何机缘。

学生也有机会伸向社会，所以她就把眼前可以抓在手上的机缘充分掌握。不论是做论坛义工还是在教会里，只要是看来对方有善意的人们，花不了多少钱发个简讯，等对方有响应，就加入自己的群组当中，渐渐找寻机会，让这群组的人彼

此联系，参加一些活动;接着有机会各别拜访，进一步把对方的人际网络加在自己的新人脉关系里面，形成像是一串粽子式的人脉关系。

**第二篇：管理要从细节开始**

管理要从细节开始

“管理——还是需要从细节开始”，这篇题目似乎有点老生常谈的味道，但现实中，想做大事的人很多，但愿意把小事做细的人很少；我们不缺少雄韬伟略的战略家，缺少的是精益求精的执行者；不缺少各类管理制度，缺少的是不折不扣的执行。细细品味管理的真谛，“注重细节”就是一贴治疗企业管理顽疾的“良方”。

“市场——精耕细作、生产——精雕细琢、成本——精打细算、技术——精益求精、团队——精诚合作”的“五精管理”理念，或许能抚平急功近利、浅尝即止的浮躁心灵。

2024年，宝胜在全球虚拟经济冰消雪化、实体经济陷入泥泞、金融海啸挟风裹雨呼啸而来的时候，能够顺利实现“百亿集团”目标，依靠的是团队合作，依靠的是对市场稍纵即逝的机遇把握，依靠的是对管理细节的不懈追求。2024年，面对更加严峻的经济形势，“如何抵御寒冬”？如何让宝胜这艘“电缆航母”安全平稳地渡过“经济危机”？毫无疑问，“关注细节”依然是一种让航母保持快速的动力源。

“精耕细作的市场”是企业发展前提

市场无所不在，关键在于你能否发现它、满足它。不同的思维决定了不同的市场。非洲人光脚与卖鞋的故事，就是最好的案例。发现了市场，我们还必须精心呵护、细心耕作，只有春夏的精耕细作，才会有秋天的累累硕果。

2024年，宝胜为进一步深化营销体制改革，推行了区域市场管理体制，将全国市场版图划分为12个区域，原有的48个办事处细分成87个销售公司和项目部，由区域销售总监坐镇市场一线组织协调攻关，从而使企业能够更加直接、及时、快速地触摸市场实况、了解市场动态、收集市场信息、服务市场客户。区域市场总监不仅要高效地带领营销人员冲锋陷阵，更要在提升营销人员的新思维、新理念上下功夫：

1、“观念营销”比“产品营销”更重要。什么决定消费者的消费行为？——消费观念。“观念营销”就是快市场一拍、引导市场消费的行为，就是把最新的消费思想灌输给消费者，使其改变传统消费习惯和方式，认同并接受你所推荐的产品与服务的行为。因此，每位营销人员要善于洞察和发现新的消费趋势，以“观念营销”开道，引导市场，促进消费。

2、学会“先营销管理”。随着全球经济一体化的发展，市场也要求我们必须跳出传统的先制造、再销售、后跟踪服务的营销模式，实行“先营销管理”的新营销策略。即把营销行为放到产品制造之前，这样就可以把握个性化市场需求的脉搏，紧紧围绕顾客需求不断延伸、创新技术、产品和服务，以达到不断巩固、扩大市场的目的。

3、由“产品营销”向“文化营销”转变。

现代企业营销的一个重要内容就是先营销文化理念，后营销产品。营销人员应当先通过“文化营销”，达到与顾客相互间的沟通和互融，消除文化障碍，实现消费认同与市场开拓。肯德基在中国的成功就是“文化营销”的典范。

4、由“价值营销”取代“价格营销”。绝大部分营销人员认为，市场营销就是“价格营销”。然而，如果过度纠缠于价格竞争，不仅会造成企业陷于价格战的泥沼，还会造成顾客对产品产生不信任心理。而“价值营销”不同于“价格营销”之处，就在于它是通过向顾客提供最有价值的产品与服务，拉开与竞争对手的差异，创造新的竞争优势。

5、“营销是卖”还是“营销是买”？这在营销指导思想上有着本质区别。前者注重的是把产品卖出去，而后者则注重赢得顾客的心。宝胜不是“卖”产品，而是“买”顾客的忠诚度，这才是永久的市场。

市场细分、资源整合和区域管理是“表”，营销人员综合素质提升是“里”，只有表里如一，才能真正实现提高宝胜营销网络覆盖率和渗透率，扩大市场占有率的目的。

“精雕细琢的生产”是企业发展关键

企业在激烈的市场竞争中靠什么来生存？价格还是品质？所有具有远见的消费者和具有社会责任感的企业家，都会毫不犹豫地选择“品质”。不难想象，一个产品如果没有良好的质量作为保障，再亮丽的宣传也势必是“空中楼阁”。而优质的唯一标准，就是产品性能是否满足甚至超越顾客的期望。因此，宝胜要求每一名员工都要将产品当作“艺术品”来精雕细琢，时刻拿着放大镜观察我们的产品，不放过任何一个细节。在确保产品内在质量的同时，还要注重改善产品的外在质量，通过作业流程化、流程合理化、工作标准化、标准表单化、考核绩效化的精细化管理，确保现场环境的整洁、流畅、安全；设备运行的满负荷；工装模具的高质、精确；工艺执行的严格、精准，使公司生产始终处于优质高效的运行质态。

“精打细算的成本”是企业发展核心

企业以赢利为目的。因此，我们的一切工作必须以成本为中心，降低成本是企业增加积累和实现利润最大化的最佳途径。“降成本、找差距、争市场”是宝胜永恒的成本管理主题。在流程上，我们要做到正确决策、高效执行、全面控制和严格考核；在经营过程中，我们要覆盖生产经营的各个环节，从生产向前，要延伸到市场分析及产品设计，向后，要延伸到顾客购买和售后服务；在管理对象上，我们要做到不断拓展成本管理的内涵,无论科学技术，还是生产方式都要将其纳入到成本管理系统中来。所以，这里讲的成本不仅仅指“生产、材料成本”等微观概念，它应该包含更为丰富的内涵，涉及到“供应、财务、制造、工艺、设备、技术、基建、会议、信息、标准、存货、仓储、物流、销售、服务、文化、人员、时间”等各个管理范畴。

我们不能仅从部门的小角度，片面的看待成本，而应着眼公司未来，全面认识成本。任何工作的任何环节都要以“数字”说话，要学会“数字”管理，从表面“数字”，发现存在问题、深刻分析问题、彻底解决问题。但，大家切记：成本不能靠算出来，而应该靠日常工作干出来。成本管理落实到实际中就是：节材降耗，减少浪费，节约制造成本；增强技能，减少失误，避免时间成本；统筹安排，快速运转，压缩库存成本；完善制度，科学采购，降低采购成本；严格预算，规范程序，控制费用成本等。只有通过磨练，宝胜每位员工才会逐渐成长为“斤斤计较”、精于算账的行家里手。

“精益求精的技术”是企业发展根本

多年来，宝胜通过持续的技术创新，取得了今天的发展成就，但不容乐观的是，我们仍然局限在狭窄的“红海”市场中拼杀，竞争异常惨烈，利润极其微薄。而国内80%的高端、高利润电缆市场却被国际跨国公司占领。因此，一个企业仅仅依靠节能降耗和单项成本管理等简单管理模式，获取更大利润已无可能。所以，树立“以科技驱动企业成长”的管理理念势在必行。

1、通过新产品的开发、设计的优化、新材料的运用、工艺技术的创新、设备技术的改进等，实现管理方法的科学化，进而将降低成本与技术进步有机结合起来，形成比较完整的科技创新框架体系。

2、该理念更加注重科技在扩大利润空间方面的作用。企业在产品开发过程中，不能仅仅关注科技创新对市场占有率的提高，还必须强调创新所带来的产出一定要大于投入，建立以科技驱动为核心的科技成本管理体系。

3、“以科技驱动企业成长”理念，一个很重要的特点就在于，它把企业的各种生产要素充分融合在一起，使企业生产组织更趋现代化，资源配置更加合理，从而加快了企业从劳动密集型向技术型转变，从注重物流管理向注重信息管理转变，从“产—供—销”传统管理模式向“营销—开发—制造—销售”的现代管理模式转变。

宝胜始终强调，做技术必须要精益求精，只有通过产品的升级换代，提升企业核心竞争力，通过技术贴近市场，强化对市场的技术支持，通过技术创新，引领市场、创造市场，最终提高企业赢利能力，促使企业健康发展。

“精诚合作的团队”是企业发展基础

一支精诚合作的团队是开展一切事业的基础。一支高效的团队必定具备：清晰的目标、互补的技能、高度的忠诚、充分的信任、良好的沟通、昂扬的士气、最佳的业绩。宝胜始终坚持不懈地抓团队建设，其目的也在于此。我们从营造良好的企业文化氛围入手，以文化教育人、引导人、感染人，加强对员工的培训，提高责任心、增强凝聚力、强化执行力。

要想打造电缆行业一流的团队，就必须以比市场更高的标准要求每一位宝胜人。“不养闲人、不用懒人、不亏能人”是我们一贯的用人原则，对不能适应市场要求的员工，坚决予以淘汰；对因工作失误而造成损失的员工，坚决予以处理；对作出贡献的员工，坚决予以重奖。不能因为个人工作的一点疏漏，而让企业失去一次市场机会和一个重要订单。每个部门、每个员工都要找准自己在市场中的定位，紧密合作，无缝衔接，加快流程再造，满足并超越市场需求。

**第三篇：人脉管理**

人脉管理

【摘要】 有人用心编制自己的人脉图获得很好的回报，有人三重备份通讯录工作效率大大提高，有人认为别人的一句好话有时胜过自己的十年努力。。

职场中，常有人抱怨自己因为没有背景靠山，没有贵人提携，所以总是得不到提升，也碰不到机遇。其实，只要你用心去搭建自己的人脉网，你就会发现，生活中不缺贵人，你的朋友、同事、同学甚至是萍水相逢的人都有可能成为你的贵人。

人脉好比是八爪章鱼，总是在不断地集合着、交错着，究竟谁会成为你的贵人，你无法预料，而你要做的只有控制和编织好自己的这张网。采访中，多数职场人认可“人脉关系是推动成功的一种无形力量”。

编制自己的人脉圈

浙江移动温州分公司经理叶建明几年前就开始注重管理自己的人脉网，他的电子通讯录就是一张行业人脉覆盖图。他把所有认识的人的通讯方式作乐详细的记录，按行业、性别等不同组合进行分类，并在这些人所在的行业下面的栏目内标明详细的关系情况，比如男同学、女同学、中学同学、大学同学、普通朋友、重要朋友、客户、合作伙伴、老师等，随便输入哪个关键词都能快速找到。他会定期对这张人脉图作一次梳理，不断丰富”人脉图“中的内容。因为不可能和每个人都保持很密切的联系，这就需要根据各个朋友的情况，制定出不同等级的联系频率。联系办法也有很多种，打电话、寄明信片、电邮、短信、QQ、MSN等等，都可以成为保持\"温度”的有效方式。不同的节日，对不同的人群发合适的短信问候，加深彼此印象。这种方法，让他在运用人际资源时，得到很好的回报。

三重备份通讯录

经常听到一些朋友说自己的手机被偷，里面的通讯录也随之消失殆尽---如果因为手机遗失就丧失人脉实在是代价太大。如果你是一个职场有心人，也许早就会预料到发生这种事情的可能性。新丁香江滨大酒店的总经理李玲称自己从来没有遇到这类事，她把所有联系人的电话都分别做了手工、电子文档及手机保存，全方位备份自己的通讯录。生活中有很多一面之交的朋友，而在三重备份的过程中，可以加深对名片的印象，即使很久以后再次见面，她都能准确无误地报出这个人的名字及职务来。在对人脉网的整理中，李玲总会用心去发现和记录别人的生日，在他人生日当天及时发送祝福短心或送上礼物鲜花等，这一举动迅速拉近双方的距离。有了一张健全的人脉网，李玲不仅工作效率大大提高，生活中碰到的大小事也都能够左右逢源。

**第四篇：法制教育要从娃娃开始**

青少年法制教育工作是我们普法工作的重点之一，法制教育要从娃娃开始。近年来，我区青少年法制教育取得一定成绩，青少年遵纪守法意识逐步加强，未成年人权益保护工作呈现良好发展势头，但同时也不同程度地存在问题，有待我们共同探讨研究，以下是我们的一些做法、认识和设想，供大家参考。

一、主要情况做法和经验·

（一）领导重视是关键。建立健全各类相关组织、制度，对工作全面布置、动员，各学校校长主抓青少年学生的法制教育，并将德育教育和法制教育有机结合，法制教育与预防未成年犯罪相结合。·

（二）有计划、教材，有课时等保障。各学校制定计划，安排课时（政治课、思想品德课）按照统一教材《中小学法制教育读本》进行法律知识讲授教育。·

（三）形式多样，初见成效。继续发挥课堂主渠道的作用，利用第三课堂和社会实践活动，如举办法制讲座，开展法制知识竞赛、法制知识手抄报展评、学生心得交流，利用墙报、宣传栏，参观、观看法制录像电视，警示教育，观看法制教育图片展览（禁毒）模拟法庭，主题班会，以案说法，印发普法传单，如印发《预防未成年人犯罪三字经》等宣传资料，给学生，开展法律咨询，旁听法庭谈心活动，生动形象，使学生感到身临其境，避免了抽象的条文的灌输，增强了同学们学法、守法的自觉性。·

（四）学校、家庭、社会三位一体的法制教育体系初步形成。如成立“家庭学校”，请家长到校讲课或向家长讲述法律知识，加强沟通联系，聘请法制副校长利用正反面典型现身说法，组织学生到劳教场所参观，正反经验告诉我们，家长要做守法楷模，要循循善诱，切不可歧视、打骂、侮辱。否则将适得其反，家庭是预防犯罪的第一道防线，未成年人大多数时间是在学校，所受的教育影响主要来自学校。因此，学校的法制教育必不可少，教师是人类“灵魂”的工程师，是未成年前进的“航标”。因此，教师对未成年人进行心理健康等多方教育，引导他们走正道，另外社会环境，也是很重要的，如一些暴力、色情、赌博、迷信、恐怖活动等危害，也是不容忽视的，调查报告《法制教育要从娃娃开始》。总之，只要家庭、学校、社会三方联动，各负其责，密切配合，就会抓出成效。

二、存在的问题和薄弱环节·

（一）重视不够。在学校教育中，与其他课程相比，法制教育仍然得不到足够的重视，法制课被其他课挤占现象，教学课程得不到保证，认识上也有模糊，往往忽略，轻视法制教育，安排时间不够。·

（二）缺乏高质量、适合青少年特点的教材。目前的教材针对性不够强，不够通俗。与中学生日常学习、生活联系不紧，实用性不强。·

（三）法制教员（副校长、教师）教课水平有待提高。目前大多数法制课教师都是政治课教师兼任，缺乏必要的法学基础知识和实践经验，遇到实际问题就显得束手无策，有的解答不了学生遇到的问题，教学质量不高。·

（四）网吧、电子游戏厅等不利于青少年健康成长的场所急需整顿、治理。目前网络上暴力、色情等有害信息很多，另游戏节目使一些学生“上瘾”，无心学习，一些学生无钱玩游戏，就产生非法图财的想法和做法。学生中午时间去网吧、游戏厅不阻止，危害较大。

三、若干设想、建议、措施·（1）纳入教学大纲对课时要确保，考试中要体现内容，学校设立法制教育专门机构，有专人抓。·（2）编写一些较高质量的教材或读本，加强阵地建设，教材要图文并茂，通俗易懂，要针对青少年心理特点、实际。·（3）法制教员要进行培训。可利用寒暑假等不影响正常教学的时间对法制课老师进行培训，着重培训与学生学习、生活密切相关的法律知识，提高他们的运用法律能力。·（4）切实强化对网吧、游戏厅等场所的治理。文化等有关部门要切实负起责任，严格控制中小学生进入网吧、游戏厅等场所，按上级规定办事，对违规的严肃处理，实行主管责任过错追究制。·（5）形成学校、家庭、社会联系和综合管理机制，形成合力，加大工作力度。宣传、公安、文化、工、青、妇等各方组织起来，青少年教育要全方位，多方面紧密配合，才能避免教育出现死角，要常研究，常部署，常检查，常关心，责任到人，制定领导常抓的管理制度，家长、老师做守法的楷模。·（6）建立预防未成年犯罪和保护未成年人权益机构网络和联系制度，实行教育预防保护三结合，以检察院、教委、司法局、关心下一代协会为主导，建立上述机构，突出抓重点对象的教育，帮助管理，建立档案，各方协调，及时解决一些青少年的涉法问题，有关参与单位提供法制宣传教育资料书籍或图片，对影响学校教育环境等特别问题进行综合治理，采取措施，及时矫治不良行为，公安机关要加大对教唆青少年犯罪行为的打击力度，加强青少年易涉足活动场所的治安管理，建立青少年法律援助工作站，增强青少年知法、守法意识，拒绝引诱，摆脱危险，用法律保护自己的能力。在教育中，把“后进生”失足少年作为法制教育重点，采取结对帮教办班的形式，耐心细致做好思想转化工作，建立帮教队伍，坚持帮教制度和活动，争取转化，有所成效。·各学校每学期要至少用三至五天时间集中开展法制教育。·劳动部门要让待业青年尽快上岗，以减少青少年犯罪。·要适当增强学校法制教育的投入，在人、财、物上予以支持，形成制度。

**第五篇：教育需要从爱开始**

教育需要从爱开始

（1）教育需要师爱，师爱就是教师专业情感，专业能力和专业发展的体现。我们即使无法奉献高层次的师爱，但我们教师至少也要让学生产生亲近感，使他们感到安全、温暖。

教学中仅仅如此是不够的，我们的师爱，不是家长的溺爱，他必须与理性严格紧密结合起来！师爱践行在两个规律的基础上；一是教育规律，二是学生的身心发展规律。学生是发展中的人，在发展中，我们要允许他们犯错误，我们要实事求是的看待每一个学生，认识到他们独立的个性。学生是有独立性格的整体。他们有自己的思维方式和生活方式，尤其现代科技和互联网的飞速发展。我们和学生的价值观可能不同的选择和冲突。

（2）师爱是让学生的认同接受并在学生成长中产生积极影响的情感，我们要从了解学生走向理解懂得学生的所思所想，所作所为，然后慢慢引领逐步提升。让我们的师爱慢慢走向崇高。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！