# 团队入职管理方案范文优选19篇

来源：网络 作者：独坐青楼 更新时间：2025-05-27

*团队入职管理方案范文 第一篇一、为使公司员工离职有所依循，且使工作不受影响，公司人力资源部特制定本方案。二、本公司员工不论何种原因离职，均依本方案办理。三、员工离职区分。1、辞职：因员工个人原因辞去工作。2、辞退：员工因各种原因不能胜任其工...*

**团队入职管理方案范文 第一篇**

一、为使公司员工离职有所依循，且使工作不受影响，公司人力资源部特制定本方案。

二、本公司员工不论何种原因离职，均依本方案办理。

三、员工离职区分。

1、辞职：因员工个人原因辞去工作。

2、辞退：员工因各种原因不能胜任其工作岗位或公司因不景气裁员。

3、开除：严重违反公司规章制度或者有违法犯罪行为。

4、自动离职：员工无故旷工30日以上，脱离其工作岗位，自动生效。

四、辞职者应提前1个月申请。未按规定申报者，公司得以向其主张相关赔偿责任。

五、辞职者，若平时工作成绩优秀，应由单位直属主管加以劝导挽留；如其去意仍坚，可办停薪留职半年，但不发离职证件，目的是仍希望其再返公司效力。

六、离职手续

1、员工离职，须持已批准的《离职申请单》和《移交清单》到各部门办理移交手续，办妥后，再送人力资源部审核。

2、职员离职，应向人力资源部索要《移交清单》3份，按《移交清单》内容规定，详细填入《移交清单》。办妥移交手续后，一份存原单位，一份由离职人保存，一份随同《离职申请单》及工作卡一并交人力资源部核定。

七、移交手续

1、工作移交：原有职务上保管及办理中的形册、文件（包括公司章则、技术资料、图样）等均应列入《移交清单》移交指定的接替人员或有关部门，并应

将已办而未办结的事项交待清楚（章则、技术资料、图纸等类应交保管资料单位签收）。

2、事务移交：原领的工具、文具（消耗性的除外）交还综合办公室或有关部门；上述交还物品不必列入《移交清单》，由接收部门经办人在离职单上签字证明即可。

3、移交期限：5天。

八、离职人员办理移交时应由直属主管指定接替人接收；如未定接收人应临时指定人员先行接收保管，待人选确定后再转交；如无人可派时，暂由其主管自行接收。

九、各员工所列《移交清单》，应由其直属主管详加审查，不合之处，及时更正；如离职人员正式离职后，发现财物、资料未交还或对外的公司应收款项有亏欠未清的，应由该单位主管负责追索。

十、各种移交手续办妥后，方可领取薪金结算如下：

1、辞职者，发给其正常工资，无补助费。

2、即辞即走者，无补助费且应依约追究其违反劳动合同的违约金和培训费等损失。

3、自动离职者，不发任何薪金。对公司财物交接不清而擅自离职者，视情节轻重报送当地公安机关处理。

4、辞退者，发给正常工资，另按《劳动法》规定发给经济补偿金。

5、违纪开除者，依法按公司规章制度处分或罚款后，结算其正常工资。若有违法情节，报送公安机关处理。

十一、主管及财物经管人员

1、本公司职员经解职或调职时应办理移交，结算除另有规定外均依本法办理。

2、本公司职员的移交分下列两个级别。

（1）主管人员：是指部门经理、副经理及以上人员。

（2）经管人员：是指直接经管某种财务或某种事务的人员。

3、移交事项规定如下：

（1）造具《移交清单》或报告收（格式另定）。

（2）缴还所领用或保管的公用物品（簿册、书类、图表、文具、印章、车锁等）。

（3）应办未办及已办未结各案应交代清楚。

（4）其他应专案移交的事项。

4、主管人员的《移交清单》应由各该层次人员或经管人员编写。经管人员《移交清单》应自行编写，并均由各有关人员加盖印章，一式三份，一份送人力资源部，另两份分别由移交人、接管人留存。

5、《移交清单》应合订一册，移交人、接交人、监交人应分别签名盖章。

6、各级人员移交应亲自办理；若因调任、重病或其他特别原因不能亲自办理时，可委托有关人员代为办理，对所有一切责任仍由原移交人员负责。

7、前任人员在规定或核准移交期限届满时，未将移交表册送齐，致使后来接任人员无法接收或有未交遗漏事项，经通知仍不依期限补交者，应由接任人员会同监交人员上报，以逾期不移交或移交清论，视情节予以惩处。

8、接任核对或盘查文案，发现亏短舞弊时应会同监交人员或单独通报上司；倘有隐匿，除予以惩处外，应与前任人员负连带赔偿责任。

**团队入职管理方案范文 第二篇**

什么样的营销团队，就会有什么样的销售业绩。高绩效的团队，才会有高绩效的业绩。高效团队的建设必须在一套基本有效的制度下，强调成员在团队中的价值，最大限度地发挥团队成员的积极性和创造性，强化团队成员的集体荣誉感，使整个团队不是“你”、“我”，而是“我们”。

>一、激励原则

１、个人长期利益与企业长期利益相结合原则；

２、个人收益与企业价值增长相联系原则；

３、个人与企业风险共担原则；

４、激励与约束相对称原则；

５、个人激励与团队激励相结合原则。

>二、激励方式

１、年度绩效奖金；

２、年度股权奖励，三年经营期满兑现。

>三、被激励对象年度收入构成及其比例

１、收入构成：基本工资＋年度绩效奖金＋激励股权；

（举例：在完成董事会下达的经营指标情况下，设定总经理的年度总收入为４０万元，则其月度基本工资为０．５万元，年度绩效奖金为１２万元，激励股权为２２万股）

>四、年度绩效奖金的计发

１、年度绩效奖金的提取前提：年度销售额及年度利润指标的完成率均不低于董事会下达指标的８０％；

２、年度绩效奖金标准的设定：

方法一：按照年度所实现利润的１０－２０％计提年度绩效奖金；

方法二：按照行业水平、集团薪资体系、本企业规模等设定固定年度绩效奖金的额度，根据考核计发。

原则上，主张第一年先行实行固定年度绩效奖金，自第二年起实行利润计提年度绩效奖金；先行实行高比例利润计提年度绩效奖金，随着企业发展逐渐递减年度绩效奖金计提比例。

>五、年度计提利润的分配

董事长、总经理各占２０％，其他被激励对象（设定为八人）分配其余的６０％（具体分配方案由经营班子提出，报董事会审定）；

>六、年度激励股权的计算

以绩效奖金为基准，被激励对象每获得１元得绩效奖金，即给予１．８元得的激励股权（该比例由前述第“三”款第“２”条“绩效奖金”占比３０％、“激励股权”占比５５％换算得出）；

>七、激励指标

１、销售额指标；

２、利润指标。

>八、实施措施

１、每三年经营期为一个激励期；

２、两项指标三年动态持续考核；

３、三年激励期年度激励主题：

第一年度：以提升利润指标（减亏）为前提，整合市场资源、提升销售；

第二年度：加速提升市场份额，保证利润实现；

第三年度：销售放量，利润显著提升。

4、年度绩效奖金考核办法：

1、两项项指标均采用百分制；

2、项目得分＝项目指标完成比例×项目权重比例；

3、总分为各个项目得分之和；

4、总分８0％（含）以下，年度绩效奖金为0；总分８0％以上，年度绩效奖金＝得分/100×年度绩效奖金额（固定额或利润计提）；

>九、权利与义务

1、股权持有人享受年度分红权、送配权等权力；

2、股权持有人未经许可不得转让、出售、交换、抵押所持有的股权；

3、股权持有人调离，其持有的股权可以选择继续持有或内部转让；内部转让不成，由公司按购买每股净资产现值回收；

4、股权持有人离职，其持有的股权由公司按其认购价收回。

>十、股权管理

一）公司在董事会或执行董事会下设立薪酬委员会，薪酬委员会由股东选派3-5人组成，专门对股权进行管理；

二）薪酬委员会职能如下：

1、负责股权的管理，包括发放股权证、登记名册、净资产记账、行权登记、红利分配等；

2、向董事会或执行董事会报告股权执行情况；

3、在董事会或执行董事会授权下根据股权管理规则有权变更股权计划；

>十一、严重失职及渎职：

因被考核人严重失职、渎职，致使企业经营与管理工作遭受严重影响、企业经济利益或社会声誉遭受严重损害的，经过总部相关机构认定后，在绩效考核上给予被考核人予以扣分处理，最高可处以0分。

**团队入职管理方案范文 第三篇**

一、培训目的

1、让新员工了解公司概况，规章制度，组织结构，使其更快适应工作环境。

2、让新员工熟悉岗位职责，工作流程，与工作相关业务知识以及服务行业应具备的基本素质。

二、培训对象

公司所有新进员工

三、培训时间

新员工入职培训期1个月，包括2—3天的集中脱岗培训及后期的在岗培训。

四、培训方式

1、脱岗培训：采用集中授课的形式。

2、在岗培训：采用日常工作指导及一对一辅导形式。

五、培训教师

行政人事部负责人、店面经理、助理店长、在某方面具备专长和特殊技能的老员工

六、培训教材

公司简介、公司管理制度、部门管理制度、职位说明书、案例

七、培训内容

1、公司概况(历史、背景、经营理念、愿景、价值观)

2、组织结构图

3、公司福利待遇方面(保险、休假、请假等)

4、薪酬制度(发薪日、发薪方式)

5、绩效管理制度

6、职位说明书和具体工作规范、工作技巧

7、内部员工的熟悉(本部门上级、下级、同事及合作部门的同事等)

8、仪态仪表服务的要求

八、培训考核

1、书面考核。行政人事部统一印制考试受训者。脱岗培训中使用。

2、应用考核。通过观察测试等方法考查受训者在实际工作中对培训知识或技巧的应用。由部门直接上级、同事、行政人事部共同鉴定。

九、培训效果评估

行政人事部与新员工所在部门通过与受训者、教师、助理店长直接交流。跟踪了解培训后受训者的工作情况，逐步减少培训内容的偏差，改进培训方式，以使培训更加富有成效，达到预期培训目标。

**团队入职管理方案范文 第四篇**

>一、工作态度：

1．按酒店操作规程，准确及时地完成各项工作。

2．员工对上司的安排有不同意见但不能说服上司，一般情况下应先服从执行。

3．员工对直属上司答复不满意时，可以越级向上一级领导反映。

4．工作认真，待客热情，说话和气，谦虚谨慎，举止稳重。

5．对待顾客的投诉和批评时应冷静倾听，耐心解释，任何情况下都不得与客人争论，解决不了的问题应及时告直属上司。

6．员工应在规定上班时间的基础上适当提前到达岗位作好准备工作。工作时间不得擅离职守或早退。在下一班员工尚未接班前当班员工不得离岗。员工下班后，无公事，应在30分钟内离开酒店。

7．员工不得在任何场所接待亲友来访。未经部门负责人同意，员工不得使用客用电话。外线打入私人电话不予接通，紧急事情可打电话到各部门办公室。

8．上班时严禁串岗、闲聊、吃零食。禁止在餐厅、厨房、更衣室等公共场所吸烟，不做与本职工作无关的事。

9．热情待客，站立服务，使用礼貌语言。

10．未经部门经理批准，员工一律不准在餐厅做客，各级管理人员不准利用职权给亲友以各种特殊优惠。

>二、制服及名牌：

1．员工制服由酒店发放。员工有责任保管好自己的制服，员工除工作需要外，穿着或携带工作衣离店，将受到失职处分。

2．所有员工应佩戴作为工作服一部分的名牌。不戴名牌扣人民币10元，员工遗失或损坏名牌需要补发者应付人民币20元。

3．员工离职时须把工作服和名牌交回到人事部，如不交回或工作服破损，须交付服装成本费。

>三、仪表、仪容、仪态及个人卫生：

1．员工的精神面貌应表情自然，面带微笑，端庄稳重。

2．员工的工作衣应随时保持干净、整洁。

3．男员工应修面，头发不能过耳和衣领。

**团队入职管理方案范文 第五篇**

>一、从离职开始

好的开始是成功的一半，好的离职则始于好的结束，企业对离职员工的管理方案。一个好的离职，是一个双方均心存感激、相互肯定、坦诚面对的离职。

首先接到下属的辞呈时，立刻放下手中工作，处理这件事，以表示对该员工的重视。一般应由该员工的直接领导或人力资源经理与其面谈，主要内容包括：肯定该员工的业绩，了解离职原因，根据他的实际情况给出一些对他未来职业发展的建议，同时征求他对企业的一些看法。当然还有保留完整联系信息：个人电话，个人邮箱，msn，qq等。

>二、定期维护与更新

建立数据库：更新员工就职信息和联系方式，便于分组发送邮件等。这是保持员工联系的基础。

>三、制度管理

规范的操作流程会提高执行效率，设立“旧员工关系专员”来具体执行离职记录整理，员工跟踪和信息更新是十分有必要的。同时，对于返聘人员，企业可单独设立一套行政操作流程。

>四、功夫下在离职前

普通员工离职，再招聘的成本约占该岗位年薪的三分之一，而核心员工离职则会造成其年薪1。5倍的损失。企业绝不是鼓励员工离职，而是希望将损失降低到最小。通过对离职者的管理，让在职者和整个组织发展得更好。员工离开旧雇主选择新雇主的原因主要包括：人性化管理、品牌形象、企业规模、薪酬福利、晋升机会和培训机会。所以针对离职情况， 在这几方面进行改进，建立一个开放、坦诚的氛围以及规范的工作制度将大大提高返聘率，增加离职员工继续从不同方面发挥效力的机会，形成良性循环。

**团队入职管理方案范文 第六篇**

为了更好地为企业当前及未来新一轮的持续发展培养、提供合适的优秀人才队伍，企业将进一步加大培训的管理力度，将培训与激励、绩效考核挂钩，搭建起企业学习技术型团队的构架，根据对企业员工培训现状及需求分析，拟对企业员工培训进行初步规划。

一、培训原则

理论联系实际：培训需与员工需求，岗位要求紧密联系。

系统+循环性：提高员工某方面能力的培训要具有系统性，对于特别重要的能力会采用循环培训的方式。

1、层次多样：高层、中层、基层、新人。

2、类型多样：岗前、技术、管理类。

形式多样：讲课、座谈、学习小组、拓展。

二、培训目标

1、确保企业员工能符合企业企业文化及纪律要求，具备企业要求之能力——知识，态度及技能;

2、提高员工工作效率要求下，学习新技能，提升解决问题的能力;

3、加快新任主管心理及思维的转变，增进主管的管理创新能力;

4、培训时间计划于每周四下午4：30—5：30，各层次、类型、形式间隔式进行，每年11月份为“企业文化”学习月。

三、培训计划的编写与审核流

1、企业人事行政部每年于一月、七月上旬，向各部门发放《培训需求表》，并负责及时收集，汇总各部门的培训需求。

2、各部门根据本部门员工的不同情况及企业中长期发展需求等综合信息考虑，填报《培训需求表》交至人事行政部。

3、培训费用：包括拓展训练费用、邀请外部培训讲师的费用、内部培训讲师的年终个人贡献奖金等。

4、培训计划的编写与审核。

每年一月、七月中旬由人事行政部召开培训工作会议，各部门主管参加，总结上半年度培训工作，对半年及全面培训效果的有效性进行评价，同时指出经验教训，以利于改进，审议下半年度培训计划。

人事行政部于一月、七月下旬根据培训信息征集情况和培训审议结果，结合半年度工作计划、将综合审议的半年度计划表，与各个部门主管再次确认。

将确认好的半年度培训计划报请总经理批准后，逐步实施。

四、重点培训项目

1、全面预算管理

各个部门要秉着成本意识，树立节约的思想观念做好培训计划。

2、有效提升团队的执行力，增强团队的凝聚力

有效提升企业内部不同层面的人员的执行能力，加快企业的运作效率，增强团队的凝聚力，保持企业经久不衰的斗志。

3、逐步提升中高层管理者的管理能力

为企业培养优秀的中高层管理者队伍，提升企业的人才竞争力。

五、培训课程编排计划

1、一级培训(中层以上人员)

培训对象：各部门组长、主管及经理。

培训方式：每月召开次座谈会或拓展活动，内容包括执行力、领导力、组织能力、协调能力、员工关系、角色认知(对新任主管)、个人效能管理(时间，目标管理)等。

2、二级培训(基层人员)(培训项目、方式、时间待定，需做问卷调查)

培训对象培训项目培训方式培训时间

3、三级培训(新人岗前培训)

培训对象：企业新近员工

入职第一天培训项目：企业发展史，组织架构，企业文化;企业人事，考勤，薪酬制度等。

入职第二天后培训项目：岗位专业基础知识讲解;各部门培训项目。

六、培训管理

为保证企业员工培训工作的有效开展，人事行政部将积极搭建与营造完善的培训软硬环境，将从培训的前期、中期、后期开展全方位的、全程性的引导与跟踪服务等管理工作。

1、培训前期的管理工作

培训资讯透明化：为加大培训资讯的宣传力度，提高培训信息的透明度，人事行政部将每月初和各部门主管对于一个月的培训计划进行沟通确认，在培训前一周给相关人员发通知，确保人员尽可能到齐。加大对培训需求的分析：在比较系统的、重要的培训前，将由人事行政部对参训对象进行培训前期的需求分析，根据反馈的问题，组织培训师设计培训课题，提高培训的针对性。内部选拔培训讲师：针对各项培训项目，各部门可推荐或本人自荐担任培训讲师，培训讲师需要上交完整的授课计划，经过考评后开始培训授课，年终企业将对其授课成效，发放相应的个人贡献奖金;

2、培训实施阶段的管理工作

人事行政部为主导，其它各职能部门为辅，统筹做好培训的准备工作(包括培训场地、培训设施、培训资料、培训讲师);合理安排好各项培训进程，有效组织实施培训;根据实施结果，通过培训现场的评估，调整或修正培训计划。

3、培训后期的管理工作

培训效果评估是为了检验培训方案实施的有效性，分析开展培训活动所取得的成绩，找出培训过程中的差距，并发现新的培训需求，加以改进和完善新的培训计划。

培训结束后一周内填写本次培训的总结报告，由相应负责人签字填写实际成效情况;一个月内由人事行政部调查本月培训效果，人事行政部需把每次培训的情况整理备案，以便后期的逐步跟踪。

**团队入职管理方案范文 第七篇**

>(一)加强销售团队建设

许多销售经理往往不注重团队建设与企业文化的关系，认为团队文化和企业文化只是宣传口号。但实际上，企业和销售经理想要建立有效率的团队，就必须着眼和着力于塑造追求卓越的团队和企业文化。

例如建立团队成员档案，记录下他们的生日、爱好等信息，定期组织团队聚会等活动。唯有如此，团队成员才能尽量释放工作压力，相互之间才能够真正取长补短，同舟共济，变阻力为助力，变助力为合力。

建立定期销售经验交流学习机制，例如每周或每半个月整个销售团队进行集中，大家各抒己见，要么交流各自这段时期的成功经验或者失败教训，要么围绕某一同仁的棘手案例进行头脑风暴，帮助寻找解决思路和方案。

(二)销售团队定位与总体目标

销售团队必须有一个一致期望实现的愿景。在团队讨论中，你越努力使整个团队朝共同的方向前进，而不是专挑那些个别成员之间的不同意见，你的团队就越团结，越有活力。在实施愿景中，就会越努力奋斗。

>(三)团队管理规划

1、建立团队文化的四点要素

(1)成就的认同。

(2)任务圆满完成时大方的赞美。

(3)给应得的人真正的升迁机会。

(4)目标达成时的金钱奖励。

2、建立共同目标观念

(1)每个团队的成员必须相信，当公司获利时，他们也会得利。他们必须相信，当区域的运作顺利时，他们也是赢家。

(2)安排有赢家的善意竞争，但如果达成目标的话，就不要有牺牲者。

(3)内部竞争是健康的，不是特别指明某个业务员对抗另一个业务员。

(4)鼓励团队中的成员一起努力。要他们彼此帮忙，平衡优缺点。

(5)花时间在一起工作确是建立同胞爱的最好方法。

(6)销售团队中任何人的杰出表现都要让公司本部知道。

>(四)销售中心组织结构

总经理营运部-商务部

>(五)团队管理

团队的建设对于销售提供最基础的保障。

机构组成：总经理运营部、商务部

部门职责：运营部主要负责各项目的管理、策划、执行。商务部负责沟通客户、联系客户，执行公司决议以及产品推广工作。

**团队入职管理方案范文 第八篇**

>一、目的

为塑造高目标高绩效的优秀团队，正确诱导员工的工作动机，调动全体员工的工作积极性、创造性，发挥每一位员工的智慧和才能，使他们在实现组织目标的同时实现自身的需要。为建设适应公司发展需要的优秀人力资源队伍，提高公司可持续发展的核心竞争力，加强员工之间及与公司领导之间的沟通，特制定本方案。

>二、适用范围

本方案适用于全体员工

>三、激励原则

1、全面激励原则：针对所有员工运用各种激励方式进行激励，以发挥对全体员工的激励和促进作用。

2、多种激励方式相结合原则：将物质激励、精神激励、晋升激励等激励方式有机结合起来，充分发挥各种激励手段的协同作用。

>四、激励措施

综合考虑员工对安全、归属、社会形象、自我价值需要等多方面需求，分析影响员工工作积极性的主要因素：工作成就、成绩得到认可、工作吸引力、工作具有挑战性、责任感、个人发展、成长和提升、福利报酬、人际关系、领导作风等，及考虑员工个体差异追求不同的基本需求。特制定了以下五大类激励方式：

1、成就激励：

(1)目标激励：

由领导和员工共同确定岗位职责，结合公司发展目标、部门现状、个人工作效率，明确员工的阶段性考核指标，阶段性考核指标的制定原则为多量化、可达成、具一定挑战性。

结合我公司实际情况，可制定的目标激励如：所有人员均可考核出勤率。

市场部：考核新增投标数量、中标率、新签约工程项目数等;

工程部：考核在建项目工期准确率、安全施工天数、资金投入与预算比等;

技术部：考核申请专利数、专利授权与申请比、政府项目申请数、政府项目立项与申请比、政府项目实收资金与预算比、论文或期刊发表数量、对在建或投标项目的技术方案和支持反馈等;

运营部：考核项目调试时间、频次、出水水质与预期差距、对在建项目的技术和工艺支持力度; 采购部：考核设备采购期、采购费用与预算比、回款周期、付款周期等;

管理部：考核行政费用浮动与控制率、物业费用准确与及时率、支持与服务评分、投诉率、政府项目申请数、政府项目立项与申请比、资质审核等通过率、车辆无事故时间等;

财务部：考核公司所有费用支出与预算率、融资额与预算比、呆死帐占比、证件年检或审核准确性及通过率、公关成本浮动率等。

企划部：考核融资渠道开拓数量、完成计划融资额比例、对企业形象或市场占有率有影响的策划方案出台数量、在专业论坛或媒体曝光率等。

目标激励在考核期结束后，对完成目标的员工给予口头表扬及言语鼓励，同时将一年内累计达标员工作为下一年度晋升的考虑对象，可增加员工对自己能力的肯定、自豪感、目标性;对未达到目标的员工给予适度安慰及帮助，可安排部门内培训，以期下个考核期能达标，这种氛围可使员工在意识到差距的同时感到被重视，可增加工作的积极主动性。

(2)示范激励:

根据公司现状和不同阶段设立不同的示范奖项，具体标准及奖励明细如下：

月度学习标兵:公司可设立电子及图书馆，员工也可根据自己兴趣爱好自学各方面文化、知识、技能，通过文字总结、多媒体演示、技能展示等多种渠道向大家展现自己的所学，并向大家推广，公司从中选出学习标兵。

季节形象大使：根据大家平时的气质着装、上班时精神面貌、微信群展示生活细节能方式，向大家展现一个大方得体的形象、积极乐观的心态。

半年度出勤状元：根据大家的出勤状况，加班及请休假统计及工作效率，选出出勤率高、工作效率高、且不计个人得失的代表，带动大家工作的积极性，并提高大家的工作效率。

特聘投稿人：积极主动参与联合会期刊发表，通过对文笔、创意、发稿数量等考核，评选出对联合会期刊发表有特殊贡献并会继续支持这项工作的代表人物。

“爱家”大使：选出日常对公司环境、院落、设备设施、绿化等公共区域的事务关心，能时刻关注环境的变化，带动大家维护好我们的家园，根据季节不同或节假日需要，提出合理布置方案，被采纳后主动承担实施任务或配合相关部门完成的员工。

年度最具影响力人物：综合考评本职工作完成情况、承担非本职工作的主动性及持续性、公司活动参与性及互动性、通过职业考试或职称评定等提高了个人业务水平或技能、与其他部门的合作、对其他部门要求的配合、对领导的服从及汇报、受同事欢迎程度等情况选出。

特殊贡献：及时有效处理突发事件、遗留问题，为领导排忧解难、为公司挽回损失、或避免了事故发生等，维护了公司利益、推进或促成了业务开展等。

公益达人：热心公益，主动策划或参加社会公益组织，并带动公司同事一起参与公益活动，对社会或周边人群有帮助的热心人。

(3)参与激励:

鼓励员工参与公司非原则性问题的决策讨论，对公司的战略发展献言献策，可挑选1-3位员工代表对领导决策提出建议或意见，员工提出的意见或建议可行的，公司应积极采纳或稍作变更后采纳，并公开公示感谢员工，以增加大家参与的积极性和成就感。

(4)荣誉激励:

分阶段设立季度、半年度、年度优秀个人，年度优秀集体等，具体评选方法可根据人员或团队目标完成率、工作态度、出勤率、自主学习情况、合理化建议采纳率、对公司活动的策划及参与力度等来考评，对获奖者给予公示，发放证书及奖金。

2、能力激励：

(1)培训激励:给每位员工提供公正的培训机会，提倡内部员工之间、部门之间平等的竞争及优胜劣汰，创造有序的竞争环境，并通过培训找出差距，不断提升员工的能力，促进员工个人发展与公司长远发展相结合，根据在公司服务年限，不同级别可享受相应的培训项目或补贴，具体标准如下： (2)自我激励:鼓励自我提高、自我赏识，在统一团队大目标的前提下，设定自己的小目标，并有计划的完成;结合自己的学习效果、个人参加培训、资格考试等，可与示范激励里的学习标兵、最具影响力人物综合考评;公司有针对性的对有自我激励意识的优秀员工，设计未来的职业生涯规划，为员工展示供其发展的平台、晋升的空间。

3、环境激励：

审批，主管领导可根据自己权限微调公司对费用的支付比例，调整浮动不超20%。公司制定的培训计划内课程由公司统一付费。

(1)关心激励：关心员工的身心健康，生活需求，通过一系列关爱派送、慰问起到激励的作用： 总经理接待日：每月有一天设为总经理接待日，可跟总经理约谈，或召集总经理、人力资源部、各部门代表、或部分指定人员进行座谈，谈谈工作、公司现状、公司未来发展、大家的想法等，也可以指定特定主题展开座谈。

下午休闲时间：每个工作日下午3点有一次20分钟到半小时的休闲和自由活动，员工可根据自己的爱好选择健身、小憩、听音乐放松，活跃一下办公室氛围。

生日祝福：公司在每位员工生日时都送上百元蛋糕卷和总经理签发的生日卡片，以示祝福，并在每月第三周的周二，举行月度生日会，定制蛋糕和水果，全员为当月过生日的寿星送去祝福。

节日礼金：每年端午节、中秋节、春节公司发放节日礼金或礼品，额度为200-1000元不等，以示对员工及家人的祝福。

家庭关爱：入职1年以上员工，如家中有婚丧嫁娶、添丁、老人生病等事件，公司将送上礼金或慰问金，额度为200元至1000元不等，根据时间需要安排专人探望，如需用车，公司可酌情派车;部门内或跨部门每年可1-2次家庭聚会，公司酌情给予一定费用支持，额度为200元至500元不等;每位员工每季度可邀请1-2位家人或朋友参观公司，了解我们的工作环境。

合同时间：公司可视员工入职年限、工作能力、职位等综合情况，签订不同的合同时间，表现特别优异的公司考虑签订终身合同。

(2)信息激励:鼓励多种渠道的信息共享和沟通，员工及领导可通过微信群等途径，进行思想交流及沟通，或分享行业、专业、个人发展等方面的可用信息;公司领导带头传达和分享公司发展战略、发展目标及对员工的要求，建立并维护信息传递途径，使员工有目标的工作。

(3)文化激励:每位员工都牢记“ 政清人和、衔华佩实、厚德诚信、以人为本”的管理理念，努力践行“职业、敬业、团队、诚信”的核心价值观，在工作和生活中时刻不忘公司的企业文化，让文化引领我们的思维，我们的行为也传导着文化;为塑造具有共同企业文化的团队，公司每年定期的组织团队活动：

旅游活动：每年1-2次，时间为3-7天不等，预算经费根据当年度公司经营状况及利润而定;

部门活动经费：每年公司根据各部门人数给予一定的经费预算，各部门根据自身工作特点，自行组织部门内活动。

4、薪酬激励：

公司通过制定和实施具有外部竞争力和内部公平性的薪酬体系，合理满足员工对薪资的基本需求，保证对员工的基础激励作用;通过绩效工资和年终奖金设立系数，区分优秀和一般人才，淘汰不符合公司要求人员。

年度调薪：每年上半年和下半年各调薪一次，调薪幅度为0元-20\_元不等，影响调薪的因素分别为：行业及公司发展现状、同岗位同行业薪酬水平、本岗位职能、工作绩效、入职时间、自我激励能力，入职后获得的职称或职业资格证书种类及与行业的关联性，与领导、团队、其他同事合作程度，对临时突发事件的处理能力。(具体方案会配合后续的薪酬设计方案，设定各项权重和具体系数)。

绩效工资：设立绩效工资，作为薪资的一部分，员工每季度考核一次，主管级以上每半年考核一次，考核指标除个人工作完成情况、突出业绩、自我成长和提高外，还需考核部门整体绩效，及公司整体发展现状。绩效工资额度为基数\*系数，基础为月工资的10%，系数为-1到+2，有直属主管评定系数，领导可根据个体差异，调整每个人的系数，调整浮动为正负1。

工龄激励：根据员工入职年限设立工龄补贴，工龄补贴为每年发放，入职满一年为50元/月，以后每年递增20元/月，230元封顶。计费周期：第一年为入职月份至12月，第二年开始为每个自然年12个月，发放方式为每年1月份累计发放上一年度工龄补贴，与工资一起发放，如发放之日前员工离职，视为员工自动放弃该工龄补贴，公司不予发放。

年终奖系数：公司根据上一年度经营状况及利润率，拿出一定的利润百分比发放年终奖，与全员分享。年终奖发放额度为基数\*系数，基数为前12个月的月平均薪资，系数范围为0-3。每年农历年前，公司根据员工全年的绩效、日常工作表现、工龄长短、职位职能等综合因素，为每人设立年终奖系数，公司领导可根据每人为公司作出的贡献大小调整该系数，调整浮动为正负1。

补贴：根据职位和工作特点，为中高层管理人员提供车辆相关补助，如为常务副总配车，支持副总及高级经理购车，为其提供油补，油补根据工作绩效、入职时间长短、工作机动性等综合考虑，油补金额为500-1000元不等。

公司车辆由公司负责维修、保养、车险费用，个人车辆由个人承担以上费用。

5、负激励：

根据考勤、工作态度、工作表现、工作绩效、对领导安排工作的服从、对团队其他成员的配合程度等，结合绩效工资进行综合考评，对月表现不佳者，以“改进单”形式提醒本人，并给与一定处罚，对连续三个月达不到公司要求者，给予转岗或辞退。此项激励措施旨在当员工犯错时，不只是惩罚，运用惩罚的手段，达到激励的目的，践行“纠错是为了更好的正确前行”。

负激励可使员工知道不努力就有被淘汰的可能，对改进员工的工作效率起到推动作用，可结合其他激励措施一起执行。

员工是企业活动的核心，企业的发展离不开员工才能的发挥，而激励是员工努力工作的动力源泉，因此适当的短期和长期激励结合是增加企业凝聚力、促进企业战略目标达成的重要手段，有效激励员工是一个复杂的系统过程，并不是一个简单地方法。本方案旨在根据公司目前的发展状况及未来发展战略，制定出适合公司各阶层、各年龄段、各文化差异的激励机制，在积极推进公司发展的同时，满足不同群体的需求，最大限度的调动员工的工作热情和积极性。

**团队入职管理方案范文 第九篇**

销售团队的建设与管理，其重要程度就相当于群龙之首。如果缺乏管理，没有首领人物去制约管理一个团队。这样的团队通常最大的问题，就是做事没有工作效率，团队之间也不协调不团结，业绩也难以提高。尤其是销售团队，如果一个销售团队管理得好的话，做起事情会事半功倍！接下来就列出几个管理团队的心得，来给大家参考怎样管理好销售团队，以及在管理销售团队时，有哪些技术和要注意的问题。

>一、创造良好的销售团队氛围

营销或者销售原本就是一项充满激情的事业，作为一个销售团队怎么可以没有活力热情的氛围！这就需要管理员做好以下几点事情了：

（1）拥有团队精神

要想调动一个销售团队的氛围，前提就是要有团队精神。那么管理员就要以身作则，共同树立坚持不懈的精神，而不是遇难而退，让销售团队的成员们意识到团队讲的是协和，困难出现并不是一个人的事，而成功往往是由大家的力量去凝聚的！

（2）互相多沟通

定期与每位销售团队成员进行面谈，至少每月2次，最好每周一次。往往一个优秀的销售团队，就是因为销售团队成员之间沟通能力强，最好是能在开会的时候让团员们提出问题或者建议。需要建立每个成员对团队的归属感，能充分调动他们的主观能动性。管理员也应该掌握每位成员的情况。清楚A团员适合分配什么任务，B团员哪方面比较优秀！

（3）适当的鼓励和批评

鼓励下属的自主思考能力，例如开会的时候，当销售团队成员团员提出了问题或者建议，应该认真思索，并且适当的鼓励这种想法;相反对于表现欠佳、或者不负责任的团员，最好单独对其做思想工作，及时发现团员的问题所在并且指出。

>二、让销售团队有明确共同的目标

设定具有挑战性的销售团队目标，这里说的不是去找对手挑战，因为最大的敌人就是你自己！这里的目标，是指建立一个一致的、明确的团队发展目标。

首先，选定市场上的竞争对手产品，经过业务销售团队成员之间多方面研究和比较，找出企业产品的终端客户对象，再结合自身企业产品优势，来制定团队销售的最终目标。领导层自己首先要有明确的方向，并能明确地描绘给每一个成员。二是每个成员要有换位思考的意识，具备一定的大局观接下来，最好让团员们提出问题或者意见。

>三、团队成员要合理地分配

确定详细的工作流程后，接下来就是合理的分工了。当人员分配合理的时候，可以很快充分发挥每一位成员的智慧，以集体的智慧。

前提是要了解每个团员的特点，比如A团员做事比较细心，就比较适合细心方面的工作，或者B团员语言能力较强，就适合销售。这样管理销售团队的好处，就是挖掘到每个团员突出的优点，对团员自己本身来说，做自己比较有优势或者喜欢的工作，也会更有激情和自信！然后再适当地培训团员，可以说很快就可以塑造出人才了！

>四、规划好团队考核和总结标准

**团队入职管理方案范文 第十篇**

先对事后对人，明确责任，事事有人负责。人的管理是最难的，尤其对有一定阅历的销售人员。销售团队管理的目的是做好事情，达成公司的目标，也就是说管理好事情，让销售人员达成公司期望的目标就达到了销售团队管理的目的。所以包括销售目标在内的所有目标必须分解到责任人，人人对自己的目标负责。通过对事的管理来达到管人的目的。

>以结果为导向，量化管理。销售目标进行月度分解到门店为基本单位，各级销售人员对自己的目标负责。导购负责所促销的门店，业务代表负责自己管理的片区，城市经理负责整个城市，省级经理负责全省，大区对整个大区销量负责，销售总监则对全国负责。前提是销售目标的制定和分解科学，可执行性强。可以通过设立较高的目标充分挖掘销售队伍的潜力，进行目标完成率排名考核，处罚下游，鼓励中游，奖励上游。就像学生考试，试题很难，对每个学生是一样的，也同样能根据分数的高低排出名次。另外一种是设立较低的目标，大多数人超额完成，能鼓舞士气，同样进行完成率排名。总之不管考试题的难易，最终优胜者是排名靠前的。一定要考试，不然就不知道好坏了。所有的销售人员都参加数字化的目标考核。销售团队的管理就以结果为导向，对自己的销售目标负责。

>销售同比增长率排名的考核公平简单的反映出销售团队的业绩。对人员管理的大忌就是不公平，如果销售目标设置的不公平就先天造成销售队伍的不稳定，比如说2导购的门店基础不同，而目标任务设置一样，就造成基础较差门店导购的离职等。销售同比增长率就是大家都和自己的过去比，比的是进步的速度，落后就要挨打了。整体平均增长300%，为什么你的区域只有30%呢？针对这种市场就要分析原因，对症下药了。

>对特殊需要整改的市场，可单独设立目标考核。往往需要大力调整的市场，参加一刀切的考核时雪上加霜，更不利于市场的培育和调整，只能造成进一步恶化和业务队伍的频繁换人。这种市场可单独报备公司审批独立考核。

>以门店管理为基础，所有的管理考核落脚点在终端门店。解决了终端门店的问题，销售就形成了良性的循环。终端门店的销量提升分解点有：单品分销条码执行、零售价格管理、陈列执行、导购管理、缺货、赠品管理、特殊陈列、促销活动执行等，每项管理进行细化，设立;神秘人;检查，反馈到总部在下发到当地整改，再检查，再反馈，再整改，如此循环。公司的稽核部可下设一个终端门店稽核小组，;神秘人;可聘请当地的在校大学生，费用基本为10元/店，以顾客的身份检查，同时可以检查所有项目。该神秘人的设置能有效规避当地经理弄虚作假，加强对终端门店的管控力度，对经销商也能发挥监督作用。

>对导购的管理可设置费用销量占比的形式考核当地各级销售人员。快速消费品行业导购人数基数大，工资成本很大，加上促销员管理费每月支出很高，如果管理失控，对公司损失很大。比方我们设置8%的费用比例，导购工资占销售的8%以内，作为一项硬性指标考核当地经理。能有效规避乱上导购和虚报的现象发生。同时用;神秘人;来检查门店有无导购虚报十分有效，抽查几次就能发挥很好的威慑作用。

>建立导购培训及认证的体系，打造一支专业、高效、稳定的终端铁军。对导购以销售能力的提高为核心，总部加强促销话术的开发，高效传递到一线导购，力求做到点到位、口语化、傻瓜化、实战化。安排;神秘人;以顾客身份检查导购话术的执行情况。对导购实行初中高三级认证，让导购有提升空间，给予不同的物质精神双奖励。

>每月安排全国性主题终端营销活动。主题性营销活动的好处是全国一盘棋，相互造势，提升终端势能，也能比较各地的执行效果，进行全国对比。主题性营销活动能拉动消费者对品牌的持续关注，避免长期特价和堆码对消费者的刺激疲劳。对特价实行最低限价制度，活动形式多样化，严禁同一单品持续特价活动。通过对主题性活动的执行和管理，特别是效果的评估，能有效的管理销售团队。

>销售队伍的热情和士气是高效团队的基本条件。打造一支士气高涨的团队是一个系统工程。首先需要招聘具有乐观精神、勇于挑战、积极进取的员工。二则树立典型和样板，激发销售团队的潜能，别人能做到的你一定能做到。三则选好团队的领导，领导都无精打采就不要指望下属能生龙活虎了。四则做好培训，培养一种赢文化。五则做好激励和处罚，表扬先进，鞭策后进，整体提升。

>销售团队管理支招：给你的业务员灌灌水

现在许多企业营销人员之所以不能利用方案来有效开发客户，主要就是因为经验主义和懒惰思想在作怪。尤其是老业务员，这种思想表现更明显。而新业务员由于不懂得客户开发的技巧，一般是拿着企业产品直奔目标客户而去，客户开发的成功几率很小。即便有时候碰巧成功开发了一两个客户，质量也没法保证，给后续的市场工作埋下了一系列隐患。作为企业营销管理者，该如何通过工作指导，提高业务人员开发客户的成功率呢？

>销售团队管理：模拟演练、过程指导

为了强化培训效果，营销管理者可以组织业务人员设置场景演练，从市场调查到方案制作，再到客户谈判，一个环节一个环节地模拟进行，然后总结经验和教训。通过这种现场模拟演练，能明显提高业务人员的实际操作技能。另外，为了减少业务人员的工作失误，销售团队管理者可以针对业务人员写好的方案，组织讨论、沟通，确定后再让其拿着方案拜访已锁定的目标客户。

**团队入职管理方案范文 第十一篇**

一、目的

1、使新员工消除初到公司的紧张情绪，增强归属感及荣誉感，以尽快融入公司;

2、使新员工了解公司简介、品牌文化及相关规章制度，增强对公司的认知度;

3、使新员工树立良好的工作心态，初步掌握服装专业基础知识及相关业务技能，利于开展今后工作。

二、新员工入职培训模式

1、集中授课。培训部有计划地组织内部培训师对新员工进行针对性的集中授课，使新员工能够便利掌握公司要求的’应知应会学习内容。集中授课一般定在每月第二周(避开周五、周六、周日)，参训人员为上月入职新员工;

2、老员工帮带。新员工报道后由部门(店铺)指定专人带领新员工熟悉环境、了解工作内容，并加以指导和提供相关帮助;

3、自学。要求新员工建立学习心态，养成自学的习惯，由各部门进行新员工的自学跟进及评价。

三、集中培训工作流程

1、人事部负责统计新入职员工信息，\_\_店人员由营销中心协助统计信息并报于人事部;

2、人事部将当月新入职员工信息统计完毕后报培训部，培训部制定培训计划并发出通知;

3、各部门接到通知后负责通知本部门新员工按时参加培训，外阜店新员工由用人部门安排住宿及行程，并告知人事部、培训部;

4、培训部开展培训做好员工学习过程控制，考核及后期跟进，培训后将员工学习、课堂表现等情况反馈至人事部和用人部门，后期跟进情况要在一个月内完成反馈;

5、反馈情况由人事部记录入档，并作为转正考核的依据。

四、老员工帮带规定

1、新员工报道，部门负责人(店长)填写《新员工帮带表》，指定老员工对新员工进行帮带，并报人事部备案;

2、老员工帮带新员工学习内容包括：公司文化引导、熟悉环境、业务指导、公司各项规章教导以及谈心交流;

3、帮带期限以新员工约定试用期期限为准，新员工试用期通过即帮带结束;

4、新员工试用期满由人事部进行考核，考核合格试用通过，同时如被帮带新员工工作满一年，公司将对帮带人给予\_\_元现金奖励。

5、如新员工未顺利通过试用或新员工在试用期间自动离职者，则对帮带人不奖不罚;

6、如新员工在试用期间出现严重违纪行为，则对帮带人处以\_\_元罚款。

五、新员工需具备学习心态，工作中不断学习、创新

部门负责人(店长)须指定其试用期间自学内容，试用期满用人部门给予考核并出具考核意见。

六、其他规定

1、黛玛仕总监级以下新入职员工都需参加入职集中授课培训;

2、集中授课原则上安排在公司总部，如条件允许可在外阜店集中培训;

3、新店新员工集中授课期间按每天\_\_元标准发放生活费，半天按\_\_元计;

4、培训师培训安排可根据工作实际合理调整;

5、新员工入职培训均必须参加考试，考试不合格可进行补考，补考2次仍不合格者视为无法胜任工作，公司可予以解除劳动关系;

6、培训部做好新入职员工培训期间表现，与考试成绩一并反馈至人事部备案;

7、新员工参训期间应严格遵守培训纪律，认真学习，有故意捣乱者停止试用;

8、各部门应积极配合培训部组织新员工培训，并配合人事部做好对新员工帮带及新员工自学的跟进。

**团队入职管理方案范文 第十二篇**

>一、销售团队管理战略与规划的实质

1、销售团队管理战略与规划的内涵

传统的销售团队管理仅仅包括行政管理和事务管理两个方面，即只是在日常销售人员的招聘、培训、留用等程序性事务上，并不是企业的战略伙伴。在当今和未来的企业中，销售团队管理已经变得更加具有战略性，具有更深远的价值。销售团队管理战略与规划是有计划的销售团队使用模式以及旨在使企业能够实现其销售目标的各种活动的安排。销售团队管理战略与规划要求企业打破传统的销售“人事”定位，以更宏观的角度，思索企业内销售人力资源的布置与安排。从企业战略高度出发，一个企业的销售团队管理战略与规划可以是竞争优势的一个重要来源。销售团队管理战略与规划在企业经营管理实践中的作用表现为：企业中的“人”尤其是销售人员比其他有形的资源更有价值。这在组织间营销方式为主的企业表现出得更显著。因此，对于销售团队管理来说，发挥它在企业整体经营战略上的作用，就必要把目标确定在销售人力资源对企业战略的长期影响上，为此销售人力资源将从战略的“反应者”转变为企业战略的“制定者”和“执行者”，最终成为企业战略的“贡献者”。

2、销售团队管理战略与规划的特点

（1）不可替代性。在传统的销售管理中，销售团队管理的功用停留在作业性、辅助性上。然而随着知识经济和信息化时代到来，企业效益和效率的关键因素越来越多地要依赖脑力，人力已经成为企业获取竞争优势的关键性资源。销售人力资源更是如此。在一个企业中，优秀的销售人员可能只占全部销售人员的20%，但其业绩却可能占企业全部业绩的80%。如何选拔，留用优秀销售人员，不断培育出新的优秀销售人员在相当大层面上甚至关系到企业的兴衰存亡。因此，企业高层决策者在研究企业目标、战略时，越来越需要同步思考未来五年、十年的销售人力配置，从战略角度来研究销售人力资源的开发、培养和使用，而不是让销售团队管理工作被动地做出反应，这样才能使企业的销售人力资源成为企业真正的核心资产之一。

（2）可发展性。传统的销售人事管理将人力视为成本，因此，企业想方设法降低销售人力资源的投入以降低销售成本。而销售团队管理战略与规划则将销售人员视为企业组织的核心资产之一，企业舍得对销售人力进行开发投资，以激发员工的潜能，发挥销售团队能力的影响辐射力，以赢得企业长久，持续的竞争力。其根源在于销售人员是企业中流动性最大的群体，企业往往投资于销售员工身上，只是为他人作了嫁衣，因此，很多企业尤其是中小型企业不愿意对销售人员进行培训，只是招收企业某个时期需要的销售专才以应付当前的销售问题，长此以往，企业在销售活动方面仅仅只是应付状态，很难跟上企业战略企图。开发销售人员的潜力，以促进销售人员的发展是销售团队管理战略与规划和传统销售人事管理重大区隔之一销售团队管理战略与规划销售团队管理战略与规划。

（3）整合性。传统的销售人事管理以单独，职能式的狭隘视角方式来开展工作，不涉及企业其他职能部门的工作。而销售团队管理战略与规划则要求以整体的方式统筹外部环境、企业战略及情景诸因素。对销售团队管理不再局限于人力资源部门和销售部门的事，而是从企业组织整体、跨部门的角度去思考这一问题。事实上，在现代企业管理中，管理者有义务从企业的整体战略和文化建设出发指导、培养、约束、激励下属人员，提升下属人员的职业境界与进取精神，提升下属人员的人力资本价值，尤其是企业内的销售人员是企业业绩实现的关键因素，同时也是经常代表企业风貌，体现企业形象的群体，销售人员对企业的认同与否及其程度直接关系到客户对企业的认知，因此很有必要从企业全局出发来对待销售团队管理工作。

（4）系统的观点。在传统的销售人事管理中，对销售员工管理的几个互相联系的阶段――招聘、使用、培训、考核、奖励等往往被分割开，孤立进行管理，其结果很可能使员工自我感觉原子化，缺乏自主和被工具化，从而使员工感到沮丧和士气不振，造成流失率高，忠诚度低，激励不足，损害企业的竞争力。而销售团队管理战略与规划则要求销售人力资源管理的各个部分有机地结合起来，进行系统化管理，以创造出一种协同效应。这样一来，由于销售团队管理目标及其方法得到统一，会使销售员工明确可以期望什么，得到什么回报，以及什么事是重要的，从而增强员工的身心投入，避免工作中的矛盾和纠纷，帮助企业利用自己的独特竞争能力来对付竞争对手。

（5）竞争的观点。传统的销售人事管理所做的工作大多是一些涉及细节性的单纯“技术”性的工作，活动和影响的范围有限，以短期业绩导向为主。而销售团队管理战略与规划的重点放在发展企业可持续竞争能力建设上，它的目的是利用销售团队管理在企业制定战略和执行战略中的战略伙伴作用，帮助企业制定竞争战略，并采取与企业竞争战略相匹配的销售人力资源管理制度和政策，使企业能有效地开发和利用销售人力资源，从而提高企业经营绩效和市场竞争力。

>二、销售团队管理战略与规划和企业整体战略的匹配

企业的销售团队管理战略派生和从属于企业的整体经营战略，要制定有效的销售团队管理战略与规划，必须明确企业的整体战略，以及销售人力资源在其中的位置和作用。当将销售人力资源管理与企业战略管理之间不是作为一种按照先后顺序发生相互作用对待，而是一种动态的、多方面的、持续的一体化联系时，销售团队战略与规划就成为企业战略管理的战略伙伴。销售团队管理职能是直接融入企业战略的形成和战略的执行过程中的。在销售团队管理战略与规划中，销售人力资源的相关的高层管理者通过销售团队战略与规划的方式向企业战略规划者提供关于本企业及其行业的销售人力资源方面的信息，以帮助高层管理者作出最佳的战略选择;一旦做出战略选择，销售团队管理战略与规划的作用就是，通过分析销售人力资源系统所处的环境因素和内部条件，做出有关开发和形成销售人力资源的管理实践来为企业提供具备战略实施所需要的那些技能的员工。另外，通过有效的销售团队管理战略与规划来确保引发企业销售员工的相应行为，最终实现企业的战略目标。

如果采用总成本领先战略。那么采取这种战略的企业尽量在生产经营中降低成本，力图使企业用低价和高市场占有率来保持竞争优势。其适合于成熟的市场和技术稳定的产业。销售团队管理的战略与规划为：强调销售人员技能的高度专业化;企业利用较高的薪资诱引和培养销售人才，形成高素质的销售团队;为稳定优秀员工，实行内部晋升制度;实行差别较大的绩效管理，与业绩挂钩的浮动部分比例大;为控制销售费用，在实行高薪的同时，严格控制销售人员人数。

如果实行标新立异战略，那么这种企业是要努力使自己的产品或服务在行业内具有独特性。其销售团队管理战略与规划为：更多以招聘外部销售人员为主，通过聘用数量较多的员工，形成一个备用人才库，以提高企业销售活动的灵活性，并储备多种技能员工，视员工为投资对象，主要强调销售员工的合作能力;薪资水平更注重其与同行业的可比性和吸引力;实行以结果为导向的绩效管理，以团队考核为主。

如果企业以集中性战略为基本战略，那么企业将集中精力于某个特定顾客群体、某产品系列的一个细分区域。企业将依赖于员工的主动参与。其销售团队管理战略与规划的内容为：重视销售人员的归属感和合作参与意识，通过有效地授权，鼓励销售员工参与决策或通过销售团队建设让销售人员自主决策。

>三、销售团队管理战略与规划和企业发展战略的匹配

1、集中式发展战略与家长式销售团队管理战略与规划的配合

企业采用集中式战略时，往往具有规范的职能型组织机构和运作机制;具有高度集权的控制和严密的层级指挥系统，各部门和人员之间有严格分工。因此，销售团队管理战略与规划的内容为：在销售员工的选择和培训上多注重销售员工的职位所要求的单一技能，较少考虑整个系统;薪资计划的重点也集中保留拥有这些技能的员工方面;绩效考核体系更注重行为的考核。这种家长式的销售团队管理战略与规划，在销售员工的选择招聘和绩效考核上较多从销售职能作用上评判，且较多依靠各级主管的主观判断。多采用自上而下的家长式分配方式，即上司说了算。

2、内部成长和纵向整合发展战略与任务式销售团队管理战略与规划的配合

采用内部成长发展战略的企业必须解决独特的有专长的销售人员的配备问题。企业在市场不断扩大，业务不断增长的情况下，要求企业持续不断地招聘、调动和提升销售员工，而向不同的市场进行扩张的结果又有可能会对员工所具备的未来技能提出新的要求。因此，任务式销售团队管理战略与规划的内容为：企业的招聘以企业特定的市场知识为依据，尤其是企业正在拓展的新的发展方向更是如此;对销售人员绩效评价主要注重员工的行为和结果两个方面考核;薪酬更强调对增长目标实现的部分的奖励销售团队管理战略与规划营销管理。

如果企业采用纵向整合发展战略，在组织结构上较多实行规范职能型结构的动作机制，控制与指挥集中，企业更注重销售部门的实际绩效和效益。其任务式销售团队管理战略与规划为：销售人员的挑选、招聘和绩效考评较多依靠客观标准，立足于事实和具体数据，薪资的依据主要是工作业绩和效率，销售员工的发展仍以专业化人才培养为主，少数通才主要通过工作轮换来培养。

3、多元化发展战略和发展式销售团队管理战略与规划

采用这种发展战略的企业因为经营不同产业的产品系列，其销售组织结构更多地采用战略事业单位或事业部制。这种事业部单位都保持相对独立的经营权，这类企业的发展变化频繁，其发展式销售团队战略与规划的内容为：在销售人员的招聘上，较多运用系统化标准;对销售人员的考核主要看销售员工对企业的贡献，主观和客观标准并用;薪资的基础是对企业的贡献和企业的投资效益;销售员工的培训和发展往往是跨部门、跨职能、甚至是跨事业部的系统化发展。

>四、销售团队管理战略与规划的制定与实施

1、销售团队管理战略与规划的制定的过程

销售团队管理战略与规划的制定过程一般包括四个步骤：准备阶段、预测阶段、实施阶段和评估阶段准备阶段的任务是收集企业内外部环境和条件的信息以及现有销售人力资源的信息;预测阶段的主要任务是选择有效的预测方法，对企业未来某一段时期的销售人力资源供给和需求作出预测;实施阶段的主要任务是制定并实施销售人力资源总体规划和业务计划，提出销售人力资源供给和需求的平衡措施，使企业对销售人力资源的需求得到满足。

2、销售团队管理战略与规划的实施

销售团队管理战略与规划的实施主要包括销售团队及其运作机制的建立和销售团队管理信息系统的建设。销售团队及其运作机制由以下六个方面组成：日常销售事务办公系统，包括销售人员人事档案管理、工资管理、销售人事费用管理、销售员工招聘管理、培训管理，考勤管理，考核管理、奖惩管理等;销售主管测评，包括领导测评、管理能力测评;心理测验，包括个性测验、智力测评、气质测验等;管理诊断，包括工作满意感调查等;职务分析;其他事务。销售团队信息系统通过应用计算机技术、通信技术、系统科学、行为科学等，不断使销售团队的管理中的部分办公业务活动借助于自动化办公设备并于办公人员构成服务于销售团队管理目标的人机信息系统。其目的是充分利用销售资源，提高销售效率与工作质量，辅助销售管理决策。

**团队入职管理方案范文 第十三篇**

>保险团队管理方法一：善用竞赛激励

业务工作是每个月都有业绩目标的高挑战性工作，相对地，也是挫败感较大的工作。想持续创造团队高业绩，团队主管就必须善用各种竞赛或其他激励手段，而且必须是常态性的。每个月，团队主管都要有一个业务推动办法，来持续激励团队中的每一个营销员。因此，在奖项设置方面既要有一定的诱惑力，让每个人都提得起劲；又要最大范围地照顾到团队每一个人，不要让奖励成为明星营销员的专利。业绩好了，大多数人都还能获得奖励，团队的凝聚力自然就强了。

>保险团队管理方法二：加强团队协同作业

寿险团队比一般的团队更重视团队意识。寿险团队之间永远有各种业务竞赛，每个团队夺取冠军的斗志，只有依靠团队意识的落实和团队荣誉的重视，才能产生更高的绩效。单打独斗的营销员固然也能创造业绩，但加强团队协作更能让团队成长，因为许多经验不足的新人，需要由经验丰富的营销员协助，相互配合，共同完成销售流程，才能创造更多的业绩。如果一个人实现了高业绩，却不愿帮助团队其他成员，这就像球队中的明星球员，如果不懂得团队合作，仍然无法赢得胜利。()团队的凝聚力往往就是在这些协同作业中一点一点积累起来的。

>保险团队管理方法三：引导积极心态

心理学家认为，人之所以染上拖延症，大都是为了逃避本来该面对的事情。因此，主管帮助属员戒掉拖延症，要从属员的心态去引导。1）如果属员对必须去工作十分抗拒，那么引导属员试着想象自己停止拖拉完成一项任务时的好心情，或者他无法完成该任务时的糟糕心情。2）如果属员担心可能会失败，告诉自己不用一口气完成整个工作目标，只需着手去做第一步或者前两步即可。3）如果属员对待办事项清单中的某一项任务特别恐惧，那么引导他先从其他的任务开始，最好是他最愿意做的事项，由此积聚的动力将帮助他之后着手去解决更难的任务。4）树立属员的自律性，从工作中的小事情抓起，慢慢帮助他戒掉拖延的习惯。

>保险团队管理方法四：严格监督指导

主管需要树立团队的责任心，做好监督指导工作。例如，每个周、每个月对属员的工作情况进行追踪，对于落下进度的属员辅导或者给予提醒，随时掌握整个团队的销售进展情况。如果主管能够像老师检查学生作业一样去监督指导属员的工作，迫于监管压力，属员内心会产生纪律约束，也就不会对工作太松懈。

保险团队管理方法有哪些？通过上文可以知道，保险团队管理方法有善用竞赛激励、加强团队协同作业、引导积极心态以及严格监督指导等方式，这些是加强团队建设、增强团队凝聚力的科学方法。只有建设出良好的保险团队，保险公司才能获得更好的发展。

**团队入职管理方案范文 第十四篇**

为全面提升公司安全管理人员的能力素质，推动公司安全管理团队建设，制订本方案。

>一、安全管理人员任职条件:

凡具备以下条件之一者方可任职公司安全管理人员：

1、具备高中、中专以上学历，2年以上化工行业生产从业经历，且有从事主操作或班长的工作经验。

2、具备化工化学类、安全工程类或其它相关专业中等职业教育以上学历，2年以上化工行业生产或技术岗位从业经历。

3、取得化工化学类技术员以上专业技术职称者，1年以上的化工行业生产经历。

4、取得国家注册安全工程师执业资格证书者。

>二、等级划分标准及待遇

当安全员岗位出现空缺时人力资源部在全公司范围内发布招聘通知，由人力资源部、安全环保部、分厂生技科、分管安全环保科共同面试选用。

>三、新入职安全员的培训

新入职安全员在任职3个月内实行“师带徒”模式培训，由安全环保科长或副科长为担任师傅，由师傅制订学习计划，对徒弟进行培训。三个月内徒弟应掌握以下内容：

公司安全管理制度、分管区域基本生产工艺、重大危险源的基本情况，熟练应用各种应急防护器材、设备电气基本知识、基本风险辨识能力、特种设备及安全设施主要参数等基本安全知识。安全环保部根据学习计划每月对新入职安全员专业知识学习情况进行检查考核，连续三个月全部考试合格，方可出徒转为合格安全员。

>四、安全管理人员专业技能提升

1、4月30日前对各车间安全岗位薪资、现任安全管理人员适岗能力、专业水平进行统一评估，根据评估结果确定安全管理人员的岗位薪资。对于现任安全员评估后达不到合格标准的安全员，由安全环保科制订培训提升计划，采用与合格或优秀安全员结对帮扶的方式进行专业技能提升，安全环保部进行跟踪检查培训落实情况，经考试合格后，方可享受岗位薪资，不合格的调离安全员岗位。

2、各厂区按照安全管理人员的任职条件，在主操作中选拔出后备车间安全管理人员，建立后备安全员梯队，协助安全管理人员做好车间安全管理工作，并接受公司和分厂级安全培训考核。后备安全员由车间提出申请，分厂安全环保科审核批准后，报安全环保部备案，后备安全员一经选用可享受在原岗位薪资基础上调1档。

3、凡符合国家注册安全工程师报考条件的安全员，鼓励参加国家注册安全工程师考试，考试通过拿到证书后，按公司的相关政策给予奖励，并经公司评聘后按以上标准对其岗位薪资进行调整。

4、非安全员岗位人员考取注册安全工程师执业资格者，经公司评聘可直接享受安全技术员的.薪资待遇。

**团队入职管理方案范文 第十五篇**

在市场经济条件下，员工在企业间流动是不可避免的。面对员工的离职，是“人走茶凉”、反目为仇，还是遵循“一日共事，终生为友”的信条，是考验人力资源主管的智慧和胸怀的关键时刻。离职员工也是企业重要的财富：一是离职员工能为企业提出客观而中肯的意见，可以说，离职员工的抱怨是企业最宝贵的财富。二是离职员工是树立企业良好形象的活广告。在企业工作时间较长的员工一般都受到企业文化和经营理念的良好熏陶，对企业各方面较为了解，良好的关系可以促使其对外传播正面企业形象。离职员工关系管理是通过与离职员工保持长期稳定的联系，建立离职员工信息资料库，并通过双向的价值交换和个性化沟通，使其为企业的发展创造价值。实施完善的离职员工关系管理，是发挥离职员工对企业价值的有效途径。麦肯锡咨询公司将离职员工的有关信息编纂成册，称其为“麦肯锡校友录”。他们将员工离职视为“毕业离校”，离职员工就是他们遍布各处的“校友”，并从离职员工那里获得大量的商机。

>一、离职面谈：建立关系的开始

离职面谈是与离职员工建立关系的开始，是企业人力资源管理中员工管理工作的延续，同时也是提高人力资源部门工作能力、完善人力资源管理和开发机制的重要途径。通过离职面谈，给予员工留任或重返企业的机会，根据面谈中搜集到的信息，可以改进企业现有政策、管理制度等方面的不足，更有效地培养在职员工的忠诚度，帮助企业增强人才吸引力，防止人才继续流失，促进企业的良性发展。

离职面谈通常应在主管部门得到准确的离职信息备案后进行安排和处理。离职面谈的原则应该是：(1)了解面谈的目的，尽量得知为什么员工要离职，企业在哪些方面存在不足，然后针对这些原因改进，防止流失更多的员工，所以面谈不应该草草结束，沦为形式化的表面文章。因而在执行员工离职面谈时应体现出企业的人文关怀。(2)安排足够时间供离职员工畅所欲言，要适时保持沉默，让离职员工有时间可以思考。面谈时不要只是按照事先列出的问题逐项惯例式的发问，而是要积极地倾听，如果有不清楚的地方，要仔细询问。(3)让离职员工感受到你的真诚，使离职面谈取得应有效果。如果他觉得你只是在应付，例行公事，就不会得到积极的、有价值的回馈。

面临离职的员工与企业再也没有利害关系，忌讳也少，会很自然地流露出对于企业的真实或长期隐藏着的评价和观点，尤其是一些在职期间由于顾虑难以说出的问题。即使管理者不找他，他也会有很多话要说，有很强烈的发泄欲望，甚至有些人希望得到人力资源管理部门对其行为、表现给予评价、指导。此时，最好是人力资源部门或高层管理者出面，特别是对于中小企业来说，高层人物直接代表企业与之交流，正好适应了他们的发泄需要，而对于企业来说是做了一次免费的管理咨询。由于离职者与企业的关联减少，在心理上对于管理者的防御心理与行为会趋于放松，在管理者的善意鼓动下会很自然地发表对于企业管理的看法——以第三者的立场针对他在工作中感到不满或令他失望的现象发表评论，有时甚至会是对于管理者的批评。

交流的主题应该尽量与离职员工利益直接相关，体现出企业对其的尊重与关怀，可以按照其心理适应状况逐步展开交流，如其在企业中的工作感受，对企业不满的方面及原因，导致离职的直接原因是什么，今后打算是什么及企业能否提供帮助，企业在哪些方面值得努力等问题。交流过程中，管理者要及时做良性或补救性沟通，必要时给予指导、帮助。如果他是抱着对企业怨恨的心理离开的，可能会是牢骚满腹，应尽量让他发泄出来，同时要找出令他不满的原因，以便让企业能够发现自身管理上的弱点与漏洞。同时尽量消除其中的误会，

毕竟买卖不成情义在，减少他的抱怨也就为企业减少了一个“敌人”。

不少跨国公司都非常重视员工离职面谈，坚持员工离职“意味着在人员管理上某些方面存在问题”的人性化理念。如摩托罗拉公司在员工离职时会进行一次离职面谈，专门有辞职表格供填写，并建立辞职档案，实行程序化管理。着重询问他们为什么离开?如果时间能倒退，摩托罗拉怎么做才能留住他?如有员工在辞职时由于某些原因而不如实填写，人力资源部会等他离开后一段时间再问他，那时候可能他已经没有顾虑了，会将自己真实的原因讲出来。

>二、建立离职员工关系的管理平台

保留离职员工过去的信息资料和通讯方式，甚至建立离职员工数据库，是建立离职员工的技术平台的重要部分。这样在离职员工正式离开公司后，可以不断保持电话、信件等联系，把公司新的信息、新的发展战略及时告知离职员工，而且对离职员工在新公司的发展状况做跟踪记录，形成一个离职员工信息库。

>三、用情感沟通维护关系

由于关系是一种人际互动，这种互动包含相当程度的情感成分，因此在进行离职员工关系管理时，要注意与离职员工建立情感联系。这也是人本主义的一种体现，而且对于企业文化的建立和企业品牌的建立有着非常大的影响。正面的情感来自于一方成功超越了另一方的期待，负面的情感则是未达到另一方的期望。当然也可能你的期望仅仅是满足。这种情感会从离职员工与企业其他员工的交往过程中产生。

在离职初期，人力资源主管可以就离职员工的个性特征、兴趣、职业需求，对其特长和潜能做出正确的评价，帮助其明确职业发展蓝图。这对员工再次就业，找到合适的位置，增加职场安全感和加深对企业的感情都是非常有效的。离职后，企业应根据员工的不同背景对员工进行细分，并因人制宜地为他们提供最对其口味的信息，让其感受到来自原公司的关怀，仍旧保有归属感，如邀请他们参加公司庆典、定期寄送公司刊物等。一方面，这会使离职员工感觉自己被尊重，愿意为企业奉献才智；另一方面，对离职员工做跟踪记录，使企业一旦需要就可与其取得联系，节约了搜寻成本。这样就在组织与离职员工之间建立了一种良性的人际互动的感情沟通渠道。ibm对于离职的员工，仍保留一份名单，人力资源部经理会经常跟他们沟通，仔细倾听他们有价值的意见，关心他们离开ibm后干得怎么样，想不想回来，并没有因为他们离开ibm而对他们冷淡。在这种文化下，很多原来离开的员工又重新回到了ibm，并且回来后又做得很成功。ibm认为，从ibm离开的员工出去干上几年后会学到一些东西，如果他们愿意回ibm，公司的门总是敞开的，他们会增加新的价值。

**团队入职管理方案范文 第十六篇**

>1.团队管理培训内容的全面化

培训的内容要结合实际，尽量要做到因材施教。通常情况下培训的内容基于培训工作的执行人和部门、岗位不变是很少有所调整的，基本上上相同的。其实特殊的人员、特殊的职位需要特殊的培训内容，比如主管、经理的培训内容就可能因为培训工作的执行人的变化而应该有所不同。

我们说内容要结合实际，其实质是对我们培训工作的执行人提出的要求，因为要做到结合实际，就需要我们执行人能够时刻关注公司、企业业务变动、人员能力的强弱等需要通过加强培训来提高、适应的情况，另外还要结合我们培训的效果进行有针对性的安排新的培训内容。

培训管理应该由针对性地部门、职位的人来负责执行。不同部门、不同职位的人在特殊的专业里要更擅长、更精通，我们需要吸收专业的知识培训，而不是简单的点到为止、是懂非懂。

>2.持续性的团队管理培训

要知道企业始终是处于动态变化中的，它会随着季节、项目、公司发展方向和战略等因素有所调整，那么对于新的业务、新的工作内容都应该进行相应的培训。其次，团队的成员基于领悟能力、努力程度、工作态度和其他影响因素导致的能力提高程度各有不同，我们需要在他个人的发展道路上针对他特殊的短板进行因材施教式的培训。

我们在工作中会不断发现新问题，对于这些新问题的解决和分析，就需要依靠培训，培训我们的团队对新问题的认识敏感性和处理方式方法。培训的内容上应该相对较多，尤其是业务部门的培训，我们不可能在单一时间里就可以培训完的，我们应该制定一定的培训计划，并就培训内容进行定期和不定期地安排培训工作。

企业老板要建立一种意识：那就是建立团队的目的是在培养一些能帮助企业处理事情的人，通过培训制造和复制很多自己，并让他们承担我们应该承担的事情，那么他们能力的提高就是我们应该关注的问题，要让他们有能力独立地处理事情，而不是简单地养着他们。

>3.团队管理培训结果必须具有有效性

既然培训工作应该有效果，那就要求培训工作不能简单地流于形式。对于培训工作的执行人，尤其是人力资源部门所负责的公司文化、行政制度、财务制度等和自身业务、职责工作联系不紧密的培训内容。而对于接受培训的团队成员，也不能简单地看待这些培训，不能总觉得培训的内容和自己关系不大，或者培训的内容和知识自己都已经懂了、领会了。

>4.全方位团队管理培训

作为公司、企业单位的一员，除了要接受针对自身岗位的特殊知识、特殊操作规定之外，团队还必须要了解和执行单位对所有员工制定的统一规定，尤其是公司文化和行政及财务制度等。作为一个独立的个体，HR要注重他们在供职期间能力上有全面的提高，尤其是基于其岗位应该具备的能力培养。

因此全方位的培训必不可少，不能局限其岗位所需的工作知识，还需要培训公司的企业文化、财务制度、行政制度、特殊销售业务知识、服务技巧，甚至包括日常公司、企业单位内部配合、流转方面的要求和制度等。

HR也不能固定于一个单一的培训会上进行培训的形式，对于团队成员任何缺点和做得不到的地方，一经发现，就应该及时告知和纠正，从培训的角度说明一些问题的严重性和出现的原因，进而在工作中将培训纳入到全程范围内。

授人以鱼，不如授人以渔。在培训过程中，不应该是简单的让他们知道要做哪些事，而应该将重点集中在让他们知道为何要这样做和怎么做好这些事。比如如何发现问题、如何分析问题、如何解决问题等。

企业培训是一个多赢的过程，人力资源管理部门通过对员工的培训，让他们清晰地了解自己的价值，改进自己的工作态度，提高自己的工作能力，为职业生涯的发展提供健康的保证，而培训也是员工最大的福利，团队的培训工作是建立一个高效团队过程中非常重要的事情，做好培训工作对于提升团队解决问题和提供服务能力具有重要的意义。

**团队入职管理方案范文 第十七篇**

为解决贵公司员工及保安人员工作期间就餐问题，根据公司实际情况，现对公司食堂经营管理提出以下管理方案：

>一、经营管理方式：

1、贵公司提供厨房、餐厅、厨具设备；免费提供水、电、燃料费用（我方管理必须节约不得浪费杜绝出现长流水，长明灯等浪费现象）；向我（韦莲美）提供食堂职工工资及管理费。食堂用具及设备由双方清点后签字确认，今后公司员工增加所增加的用具及设备再确认入账。

1、由韦莲美负责只对外招聘食堂工作人员及管理人员，对其进行相关的培训、日常的管理考核（相关制度附后，表1）。

2、根据公司目前就餐人数约80人左右，计划配置厨师2人、主管1人、服务员3人（以后贵公司职工增加，食堂的工作人员也相应增加，增加方案是xxxxxxxxxxxxx）。这些人员为劳务工，由公司提供就餐及住宿问题。

3、目前员工待遇具体分配由韦莲美定：大厨工资2800元/月/人、厨师2200元/月/人、服务员1200元/月/人、主管2400元/月/人，合计11000元，管理费=11000X10%=1100元，总计12100元；此费用不含税费、水、电费；工资的浮动应比照物价的浮动或厂内职工工资浮动比例协商调整。

4、新招聘的职工和在职职工每年的体检费由公司报销，为了食堂员工形象有统一的着装，公司应为每个员工发配工作服。

5、食堂的所有物料采购由公司负责，并且对所采购的所有物料的质量和安全负责。所采购的物料要双方协商同意方可。

>二、员工用餐方式、标准及补贴（具体表格附后，表2）

1、根据公司目前实际情况，主要开设员工工作餐（含保卫人员）和领导临时接待餐。为了便于食堂正常供应，不造成浪费，各部门应于每日下午6:00前将本部门次日就餐人数及用餐标准提供给食堂，食堂工作人员按就餐人数安排采购员采购及做好用餐前准备工作。临时接待用餐按公司相关规定审批，并提前通知，以便安排采购和人员工作安排。2;用餐2、用餐标准：（具体表格附后，表3）

早餐供应：白（肉）粥、豆浆、粉、面、鸡蛋、包点等轮流供应。标准每人每天2元。

午餐、晚餐供应：员工套餐按每人每餐6元，标准供应二肉二菜一汤，米饭统一由食堂工作人员装盛（二至三两）。食堂另外可根据需求量做1~2个肉菜供员工自购。

临时接待用餐：根据实际用餐人数由办公室安排用餐标准。

>三、食堂财务管理及监督：

1、公司食堂设立专用账户，财务开支由后勤管理科、财务科、企管科监督。

2、拟定完善的食堂管理制度和监督制度。由后勤管理科负责对食堂的管理进行严格监督；并由公司相关部门人员组成监督小组对食堂的管理工作进行监督考核。

>四、未尽事宜及特殊情况与管理部门领导协商后确定。上述方案经审批后即日执行。

**团队入职管理方案范文**

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！