



# 经营管理模式浅析

# 目 录

- 一、什么是文化
- 二、什么是模式
- 三、企业为什么要应用模式
- 四、企业如何应用模式
- 五、注意事项

# 一、什么是文化？



文化  
culture

抗拒不了、改变不了的习惯

# 什么是企业文化？

企业文化  
Learning in any time at any place, it is way of success.

LOGO xxx有限公司

敢为正义，勇于正气  
坚持正义，倡导廉洁  
Persist in justice, Advocate incorruption

**团队**  
Team

OO 不但要团结和自己意见相同的人，而且要善于团结那些和自己意见不同的人，还要善于团结那些反对自己并且已被实践证明是错误的人。

**创新**  
Innovate

OO 不但要团结和自己意见相同的人，而且要善于团结那些和自己意见不同的人，还要善于团结那些反对自己并且已被实践证明是错误的人。

**诚信**  
Sincerity

OO 不但要团结和自己意见相同的人，而且要善于团结那些和自己意见不同的人，还要善于团结那些反对自己并且已被实践证明是错误的人。

**态度**  
Attitude

OO 不但要团结和自己意见相同的人，而且要善于团结那些和自己意见不同的人，还要善于团结那些反对自己并且已被实践证明是错误的人。

**坚持**  
Insist

OO 不但要团结和自己意见相同的人，而且要善于团结那些和自己意见不同的人，还要善于团结那些反对自己并且已被实践证明是错误的人。

**超越**  
Transcend

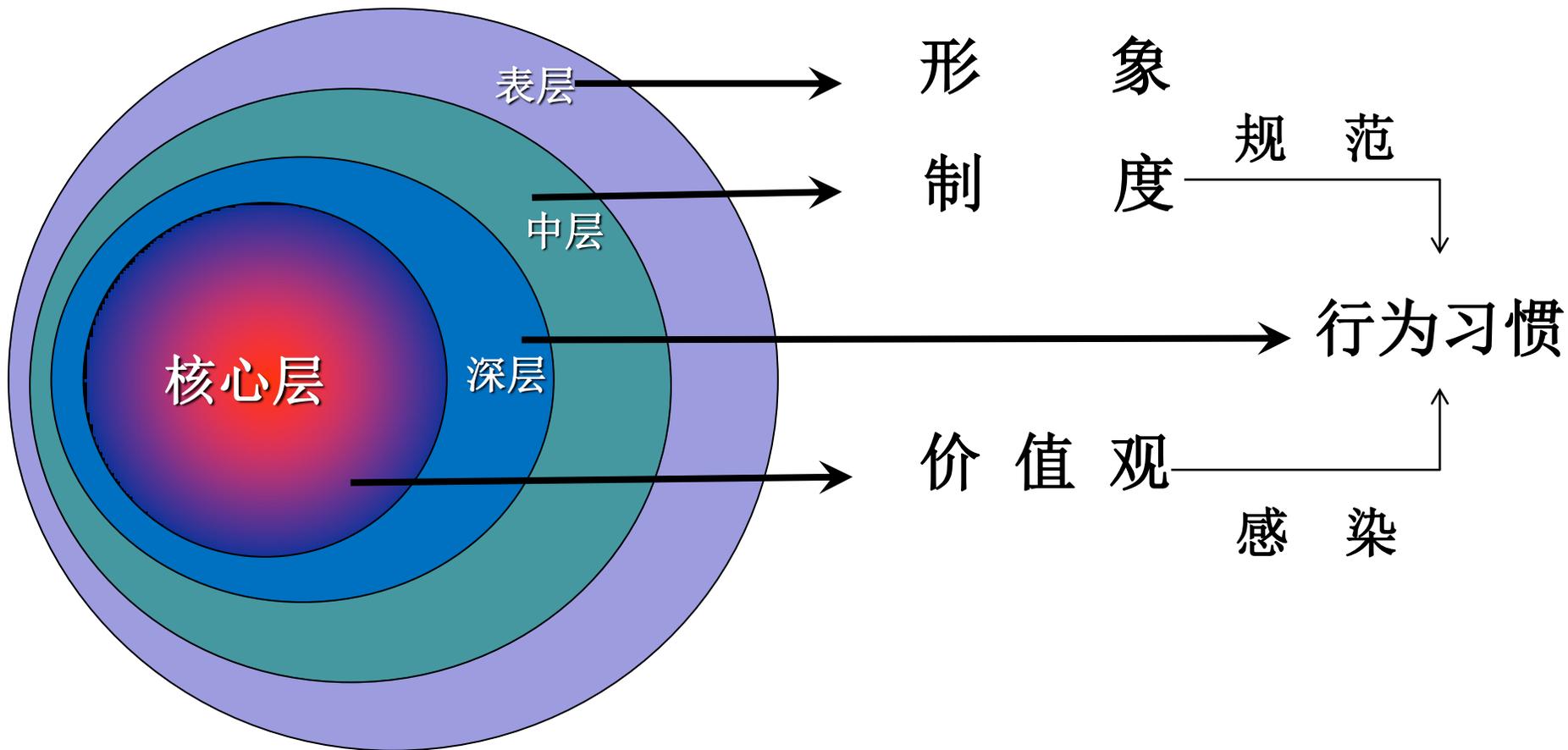
OO 不但要团结和自己意见相同的人，而且要善于团结那些和自己意见不同的人，还要善于团结那些反对自己并且已被实践证明是错误的人。

敢为正义，勇于正气  
坚持正义，倡导廉洁  
Persist in justice, Advocate incorruption

企业文化  
culture

企业在一定的社会历史环境下，在长期生产经营和管理活动实践中所形成的企业形象、企业制度、行为准则、道德规范、企业精神、价值观念、企业愿景等。

# 企业文化的结构和内容



**果实**是模式和方法

**树叶**是理念  
理念是营养

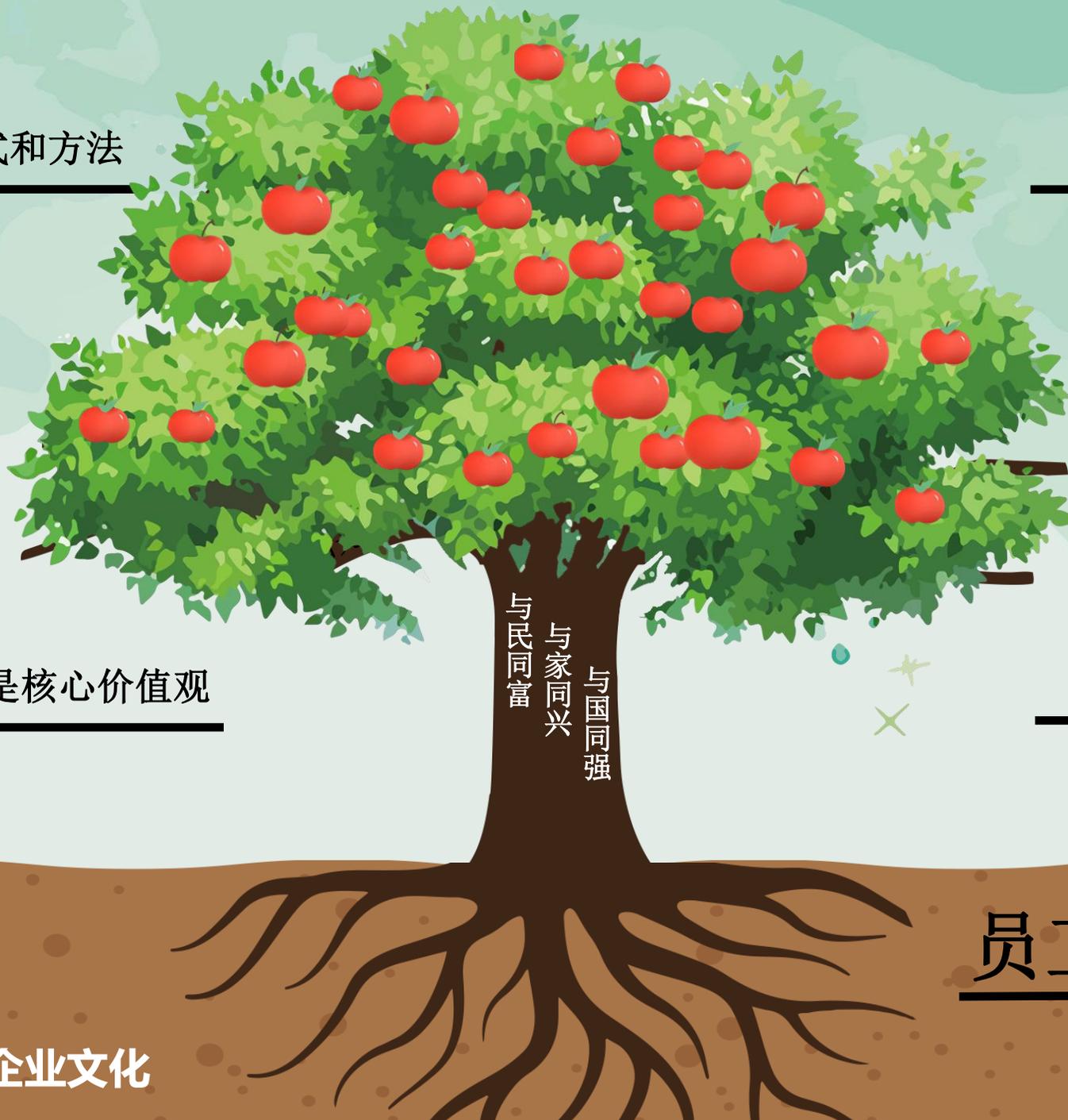
**树干**是核心价值观

**树枝**是文化体系

**振东文化**

扎根于员工土壤，  
经过总结凝练而成的企业文化

**员工**是产生文化的土壤



与民同富  
与家同兴  
与国同强

## 二、什么是模式？

A、制度和习惯的结合体

B、是企业为了达到经营目标，自觉遵守、自我运行、自我优化的一种**管理工具**



### 三、为什么企业要应用模式？

- A、领导安排的工作经常落不到实处
- B、员工内心上进的欲望很强，但是苦于没有方法
- C、企业本身的制度永远不会完善
- D、企业制度复杂，谁也记不住
- E、企业虽然有制度，但是同样的错误仍然反复出现
- F、企业管理不标准、不规范、效率低

## 四、企业如何应用模式

### 模式的类型



**经营模式（战略）**



**管理模式（战术）**

# 1、经营模式（战略）的类型

## A、发展模式

顺其自然，进二停一

# 1、经营模式（战略）的类型

## B、递进模式

规划五年  
细化三年  
部署一年

# 1、经营模式（战略）的类型

## C、定位模式

放-大发展阶段

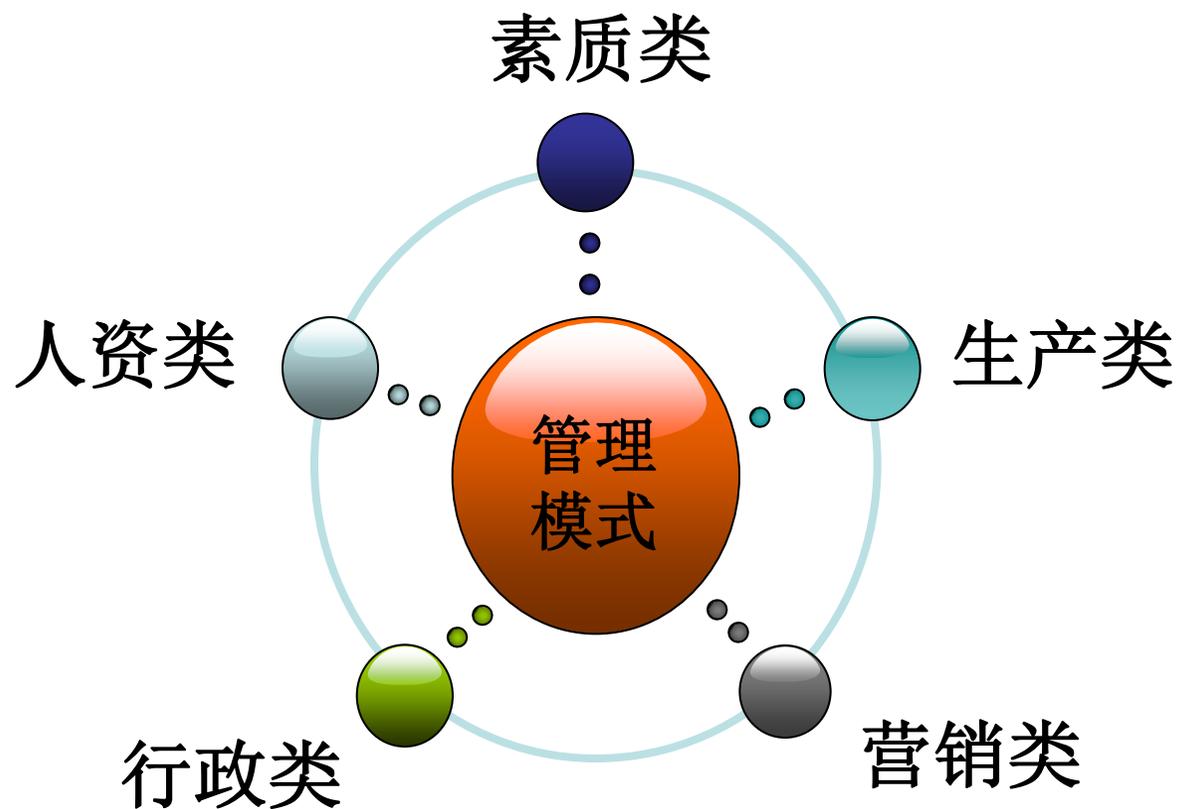
顺-巩固阶段

理-逐渐成熟阶段

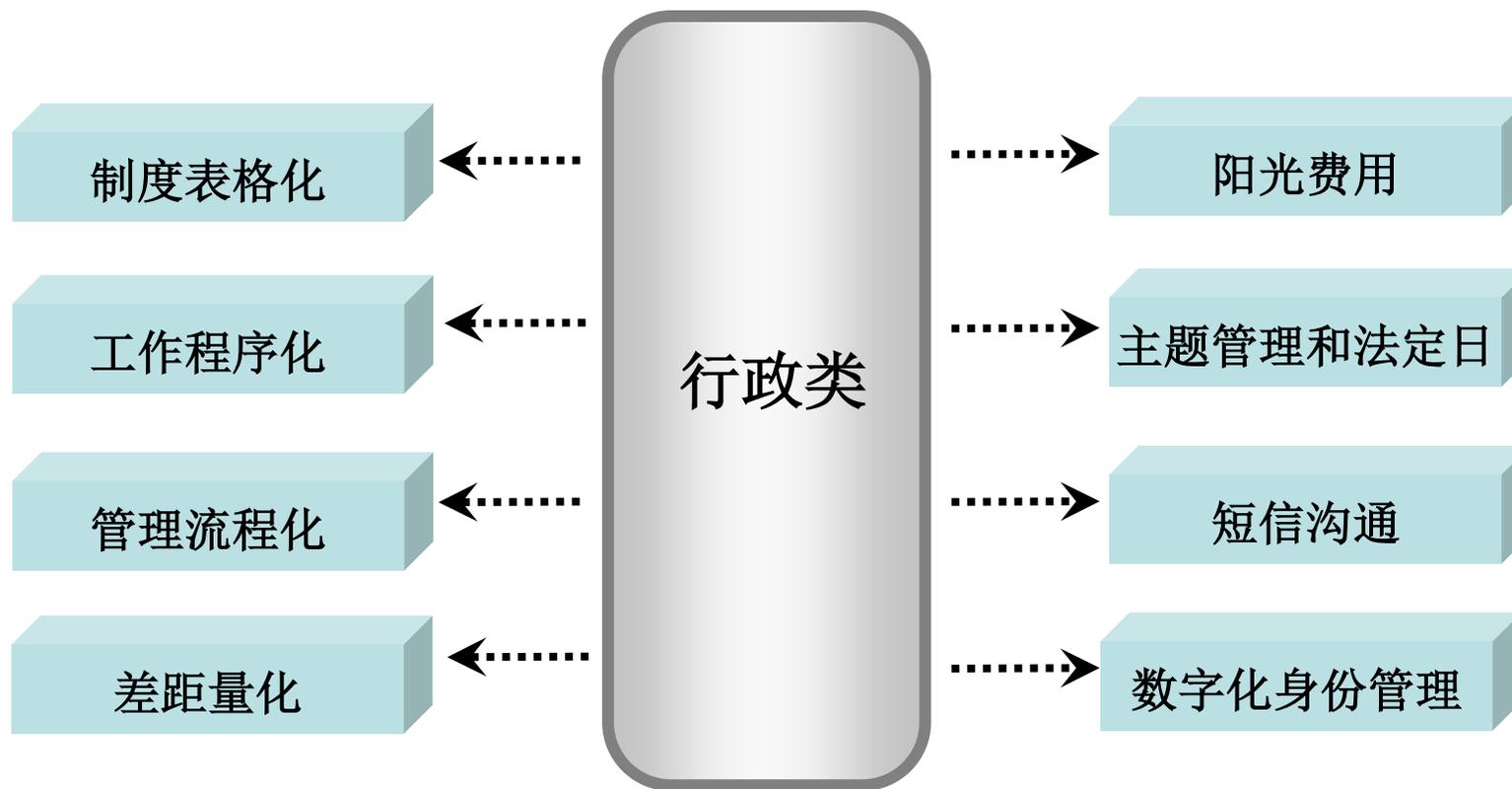
摸-扩张阶段

碰-创立阶段

## 2、管理模式（战术）的类型



# A、管理模式-行政类



# 制度表格化

**03** 填表单位或计量单位。

**06** 表格中的大项有明显分类，用双竖线隔开。

**14** 表号编制跟管理流程相匹配。文字为竖排。

**01** 单位LOGO 尺寸为0.81\*3.49cm。

**02** 新宋体、加粗，字号视页面大小和内容多少定。不能有振东集团字样，以免重复。

**07** 数字宋体：Times New Roman,与文字保持一致，并用千位分隔符，根据情况保留两位小数或不保留，数字居中，上下居中。

**04** 填表日期和时间段。

**05** 项目栏边线加粗，宽度为1磅。

**08** 单元格大小由标题格子数和填写内容的多少而定，尽量节省，不要浪费。

**09** 外边框加粗，宽度为1.5磅。

**13** 一个字符的间距。

**营销中心一部 月月报表**

单位：盒

序	区域	4月		5月		6月		7月		同期比		完成率	8月	9月	10月	11月	12月	1月	备注
		排名	实销	增幅	排名	实销	增幅	排名	实销	增幅	实销								
小计																			

制表： 审核： 批准：

注：①经理制表，分层审批上报②填表说明：A. 序是以当月销量大小排序 B. 增幅是指在上月基础上的增长比例 C. 完成率是指截止本月累计完成全年任务的百分率 D. 备注填写影响销售的增减原因 E. 本表统计前三个月，预计后6个月销量③3号报各层领导④入数据库⑤违规罚经理200元，总监500元或根据初次、小、中、大的违规程度，写一篇1000字、2000字、3000字以上的学习心得、论述或论文(内容与违规项目相匹配、论文最低要求在振东内刊上发表)。

**12** 注意：条与条之间没有标点，最后用句号结束；第二行跟①对齐。

**11** 注由五部分组成：①制表人、审核人、批准人②填表要求③何时上报何部或何总④入数据库⑤违规责任。

**10** 从左到右为编审批顺序。文字要尽量简约。

表格里文字距离单元格边距一般在半个字到一个字之间。

# 个人工作程序化



## 董办编辑员工作程序

**每日必做**

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 早上10' 鼓舞自己, 增强自信。</li> <li>2. 检查一次办公桌卫生。</li> <li>3. 做早操、高唱运动之歌。</li> <li>4. 检查自己形象(眼、卡、证等)。</li> <li>5. 参加班前会, 接受并安排工作。</li> <li>6. 读企报推送内容。</li> <li>7. 学习《走进运动》半小时。</li> <li>8. 故事内容编辑整理。</li> <li>9. 两微工程转发。</li> <li>10. 每天工作内容梳理总结。</li> </ol> <p><b>每周必做</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 参加每周活动。</li> <li>2. 细化一周工作安排。</li> <li>3. 参加一次轮讲轮训。</li> <li>4. 与同事沟通提高工作效率办法。</li> <li>5. 记录班长讲话金句、指示精神。</li> <li>6. 落实推文准备情况。</li> <li>7. 研习优秀稿件, 提高撰稿能力。</li> <li>8. 下基层学习了解相关知识。</li> </ol> <p><b>每月必做</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 参加一次品牌会。</li> <li>2. 细化一次本月工作。</li> <li>3. 向上级沟通汇报至少8次。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>11. 优化故事内容。</li> <li>12. 学习一个办公软件操作技巧。</li> <li>13. 学习董事长近年讲话内容。</li> <li>14. 认真找一次差距。</li> <li>15. 梳理一次工作台面。</li> <li>16. 每天做一次总结。</li> <li>17. 写每日一文(工作感悟)。</li> <li>18. 向领导汇报一次当日工作。</li> <li>19. 给家人通一次电话。</li> <li>20. 睡前20' 找当天工作的差距。</li> </ol> <p><b>10. 搜集可编写故事的材料。</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>11. 学习微文写作。</li> <li>12. 向高管请教沟通, 学习提升。</li> <li>13. 学习产品知识不少于2小时。</li> <li>14. 总结本周工作不足及改善之处。</li> <li>15. 参与一次三人小组讨论。</li> <li>16. 上交一次周总结。</li> <li>17. 细化一次下周工作。</li> <li>18. 全身心放松休息一天。</li> </ol> <p><b>4. 参加一次班前会。</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. 完成推文两篇。</li> <li>6. 总结本月工作内容。</li> </ol>
---	---

日事日毕
日清日高



## 董办编辑员工作程序

**7. 跟踪一次本月工作进展情况。**

**8. 找公司元老采访沟通。**

**10. 与关系疏远的同事深入沟通一次。**

**11. 落实一次本月工作情况。**

**每季必做:**

1. **向董事长进行季度工作汇报。**
2. 参加一次有关文体比赛活动。
3. 进行一次人事考核。
4. 征求一次同事意见和建议。
5. 与集团各部门人员联系。

**每半年必做:**

1. 看一本经典著作。
2. 参加一次管理培训课。
3. 参加一次公司战略规划课。
4. 征求一次同事对自己的意见。
5. 对自己深刻反省一次。

**每年必做:**

1. **做一次年度工作总结。**
2. 对一年的工作做一次差距式总结。
3. 参加一次年度行政体系会。
4. **参观一个全国知名企业。**
5. 和一个专家交朋友。
6. 参加一次“扶贫济困”活动。

**11. 交一个新朋友。**

**12. 差距式总结一次本月工作。**

**13. 参加部门分析会议。**

**14. 制定一次下月工作计划。**

**6. 学习一本写作类书籍。**

**7. 参加一次综合考核。**

**7. 结交一两名社会人员。**

**9. 参加一次员工论坛。**

**10. 规划下季度工作。**

**6. 到公司下属子公司参观一次。**

**7. 参加一次下级评议上级活动。**

**8. 写一份下半年工作总结报告。**

**9. 对下半年工作进行一次计划。**

**10. 参加一次集团公司半年总结大会。**

**7. 完成一份年度工作总结计划。**

**8. 参加一次民主生活会。**

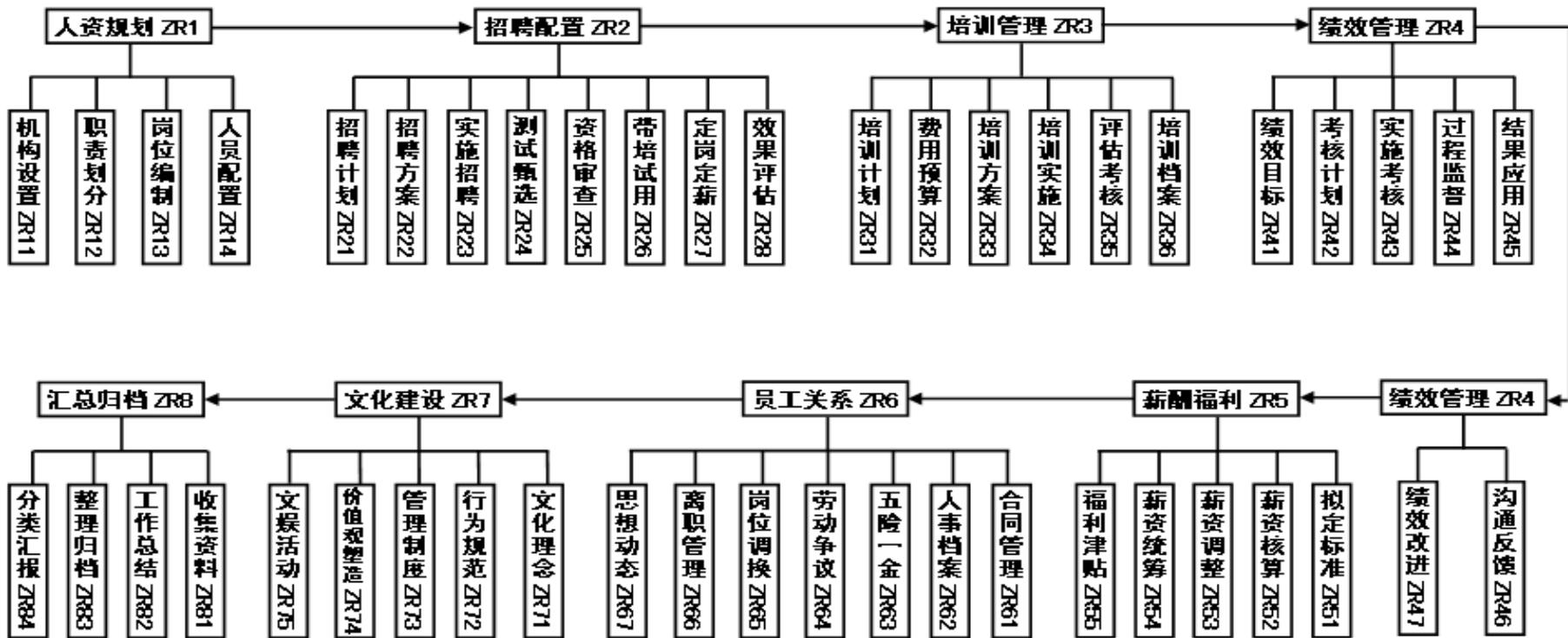
**9. 参加一次岗位竞聘活动。**

**10. 参加一次年终总结会。**

日事日毕
日清日高

# 岗位管理流程化

## 人力资源部管理流程 ZR



# 差距量化

	工作方法
目的	<ul style="list-style-type: none"><li>• 堵塞管理漏洞，交叉管理，人人都管事，事事有人管</li></ul>
要求	<ul style="list-style-type: none"><li>• 根据个人性格特征设置找差距指标</li><li>• 因事、因岗位、因性质制定奖罚指标</li><li>• 凡找差距必有处罚</li></ul>

# 主题管理和法定日

案例：设立自检差距日



振东五和医养堂

# 主题年

序	产生时间	主题年	模 式	序	产生时间	主题年	模 式
1	1996	凝聚年	老板模式	8	2003	细节年	梳理模式
2	1997	服务年	向下服务模式	9	2004	差距年	差距模式
3	1998	诚信年	情感模式	10	2005	执行年	专家模式
4	1999	发展年	波浪模式	11	2006	激情年	互动模式
5	2000	观念更新年	简单模式	12	2007	阳光年	阳光模式
6	2001	二次创业年	理管模式	13	2008	梳理年	递进模式
7	2002	学习年	教练模式	14	2009	成本年	控化模式

# 主题年

序	产生时间	主题年	模 式	序	产生时间	主题年	模 式
15	2010	提升年	跨越模式	23	2018	效益年	众塑模式
16	2011	标准年	规范管理模式	24	2019	节奏年	PK模式
17	2012	优化年	长效管理模式	25	2020	立新年	拓思模式
18	2013	绩效年	优创模式	26	2021	考核年	量化模式
19	2014	提质年	功力模式	27	2022	营销创新年	精销模式
20	2015	增效年	管研模式	28	2023	数据深化年	数据模式
21	2016	突破年	层级管理模式	29	2024	新品年	
22	2017	拓展年	点火启智模式				

# 法定日

周期	时间	内容	组织团队	责任人	参加人
周	周一	每周一理	各系	系主任	全员
	周三	每周一品	市场部	总监	全员
	周四	每周一案	各系	系主任	全员
	周五	轮讲轮训/工作周报	各团队	经理	全员
	周六	周例会	各团队	经理	全员
月	1-2日	工业经管会	生产系	系主任	系全员
	3日	集团经管会/高管论坛	经管委	总裁	集团各总、总监，子司一二把手、财务负责人
	4日	各项专题会	各相关系	总监	部成员
	10日	决算日	计财部	总监	部成员
	10、25日	品牌日	文宣系	系主任	全员

# 法定日

周期	时间	内容	组织团队	责任人	参加人
月	18日	工资发放日	财务部	总 监	部成员
		敬孝金日	工 会	主 席	会成员
	26日	安全质量日	生产系	各司总	系成员
	28日	民主评议日	人资部	总 监	全 员
		预算日	计财部	各司总	部成员
		生产成本分析日	生产系	各司总	系成员
		财务分析日	计财部	总 监	部成员
		差距日、问题反馈日	企管部 办公室	总 监	全 员
	第三周六、日	经理、研究生、员工论坛/两个月	人资部	坛 主	全 员
	最后一周	营销业务分析周	营销系	系主任	系全员
	30日	研发会议	研发系	系主任	系成员

# 法定日

周期	时间	内容	组织团队	责任人	参加人
季	季末第三周	人事薪酬梳理周	人资部	总 监	部成员
	季末第四周	体系会	各团队	系主任	系成员
年	元、七月第一周	年度、半年总结周	各团队	各司总	全 员
	正月初八	开年培训会	会务组	总指挥	各代表
	正月十三	总结表彰会/阳光春晚	会务组	总指挥	各代表
	正月十四	营销总结表彰会/营销春晚	会务组	总指挥	各代表
	正月十五	竞聘日	各团队	总指挥	全 员
	正月十五	激情联欢会	会务组	总指挥	全 员
	七月	民主生活会	党 委	书 记	全 员
	七月一日	党员论坛	党 委	书 记	党 员
	七月十八日	职代会	工 会	主 席	职代表

# 法定日 — 仁爱天使助学日



“仁爱天使助学日”



“身残志坚”——党路遇

将每年八月的第四个周日定为资助贫困大学生的“助学日”，已举办26届

# 法定日 — 冬助日



冬助日



“振东女儿”——葛江燕

将每年农历冬至定为专门帮助企业驻地孤寡老人和孤儿的“冬助日”，已举办24届

## 法定日 — 敬老日



将每年腊月二十三日定为资助驻地70岁以上老人“敬老日”



为资助身患重症的大病患者，在2006年5月注册7000万成立了“中华仁爱天使基金”

# 阳光费用



未经阳光费用审批的费用，不得核销，撕票率3%

# 早计划晚总结

## 早计划

### 【10计划】

1、上海药交会同行交流

目的：学习提升

2、上海客户拜访

目的：解决供货价格问题

3、电话会议

目的：跟进活动进度

激励语：所谓成功，就是简单事情坚持做、重复做、用心做。

【振东XX】

## 晚总结

### 【10总结】

1. 上海药交会同行交流

结果：时间安排紧凑，交流深入，效果好

2. 上海客户拜访

结果：未达成共识，效果一般，需继续跟进

3. 电话会议

结果：找差距、做指导，效果好  
差距：工作力度还不够大

措施：跟进督促指导，快速推进

【振东XX】

# 短信沟通



统一自称 振东XX



节气养生诗



信息即时回复



节日诗词

# 数字化身份管理

振东电信号码：17799990000~17799999999

总号段规则

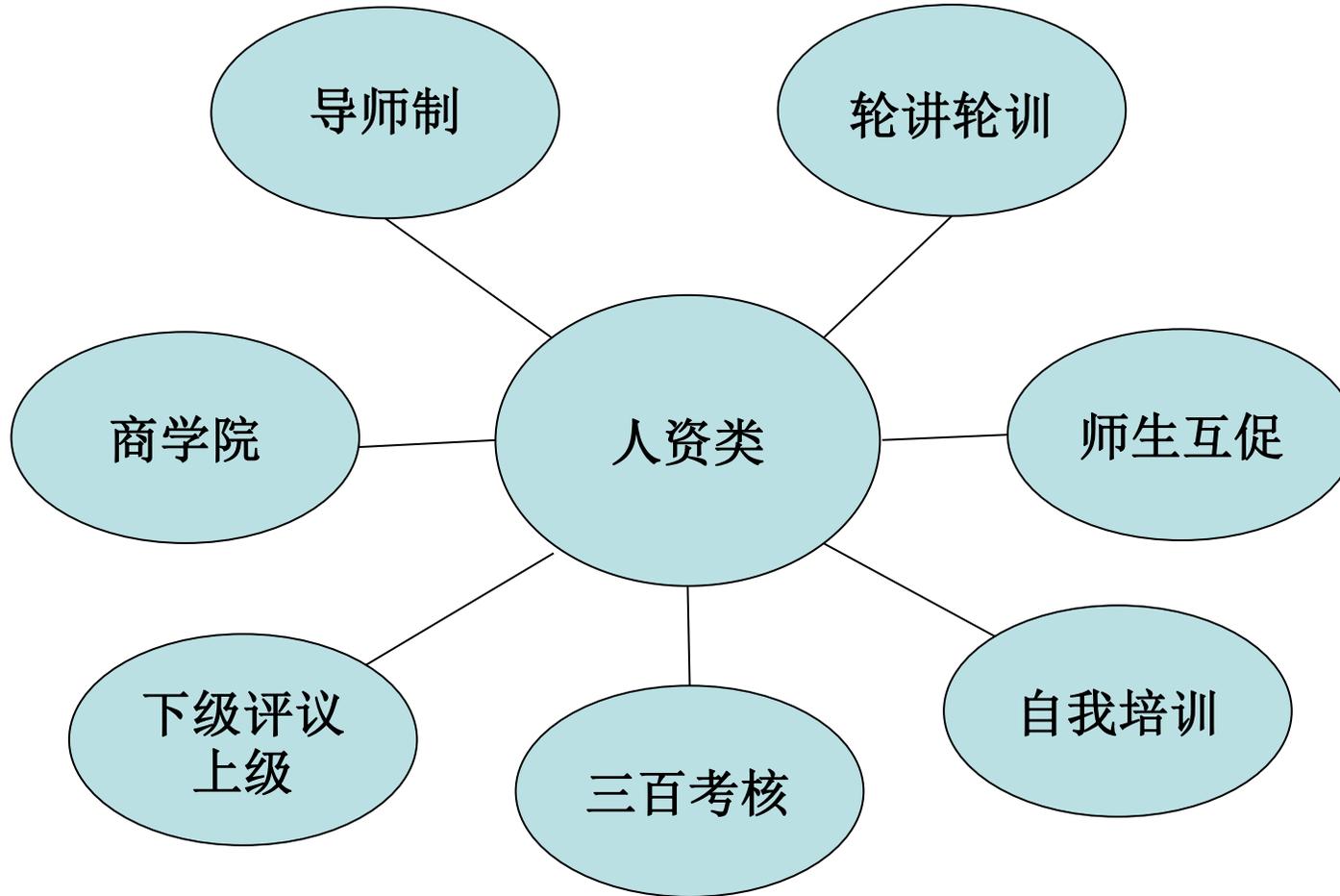
种植研发	1000-1999
生 产	2000-3999
医 贸	4000-4999
五和医养堂	5000-5999
营 销	6000-9999

生产体系一把手规律

长治振东	2001
大同泰盛	2002
屯留五和堂	2003
太原安欣	2004



## B、管理模式-人资类



# 商学院



企业是学院，公司领导是院长  
各子公司为系，领导是系主任  
管理层和技能优秀者是老师  
普通员工是学员  
各省分公司是班级，省总是班长

# 商学院

## 学院设置

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
学院	振东商学院	振东学院	泰盛学院	五和堂学院	安欣学院	中药材学院	商业学院	食品学院	康护学院
院长	李安平	高富强	高治华	梁海伟	卫春红	李雅妮	寇磊磊	常晋瑜	卢子睿

## 系别名称

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
系别	行政系	文宣系	人资系	计财系	审监系	物料系	科研系	生产系	营销系	电商系
系主任	刘峰	赵晋	白素芬	詹建勇	李莎莎	宋晓君	游蓉丽	张新明	王旭峰	刘澜涛

# 导师制



老总导总监  
总监导经理  
经理导员工  
老员导新员

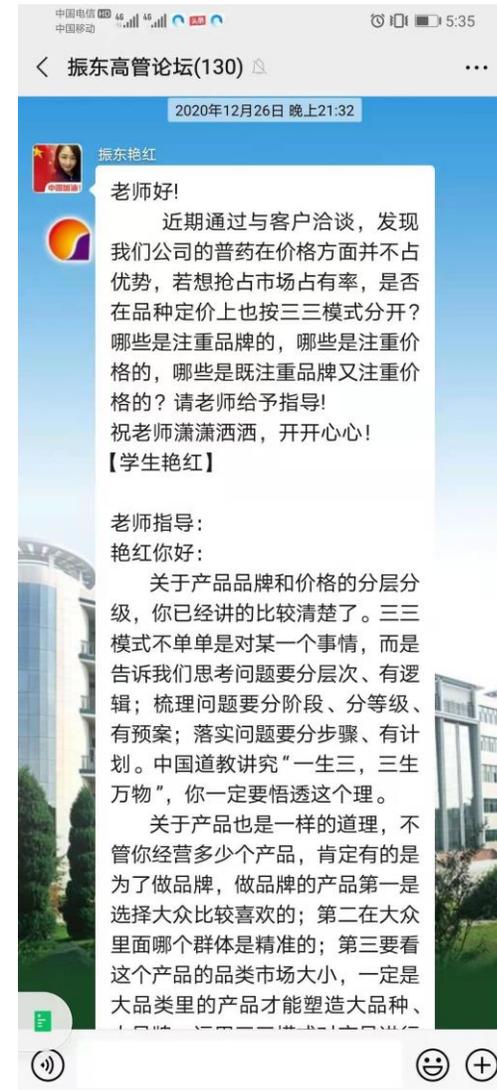


- 1、学员制为期两年
- 2、一学期内一门不及格补考；  
两门不及格淘汰
- 3、考核方式：月评、期考、  
答辩、综评

导师制模式

# 师生互促

学生提出问题，导师回答指导  
师生以微信形式进行问答  
发送所在微信群  
群内其他师生展开探讨辩论



# 轮讲轮训



听别人讲，能吸收20%  
给别人讲，能学到100%

轮流当老师  
轮流当学生

备课+授课  
+评课+考试

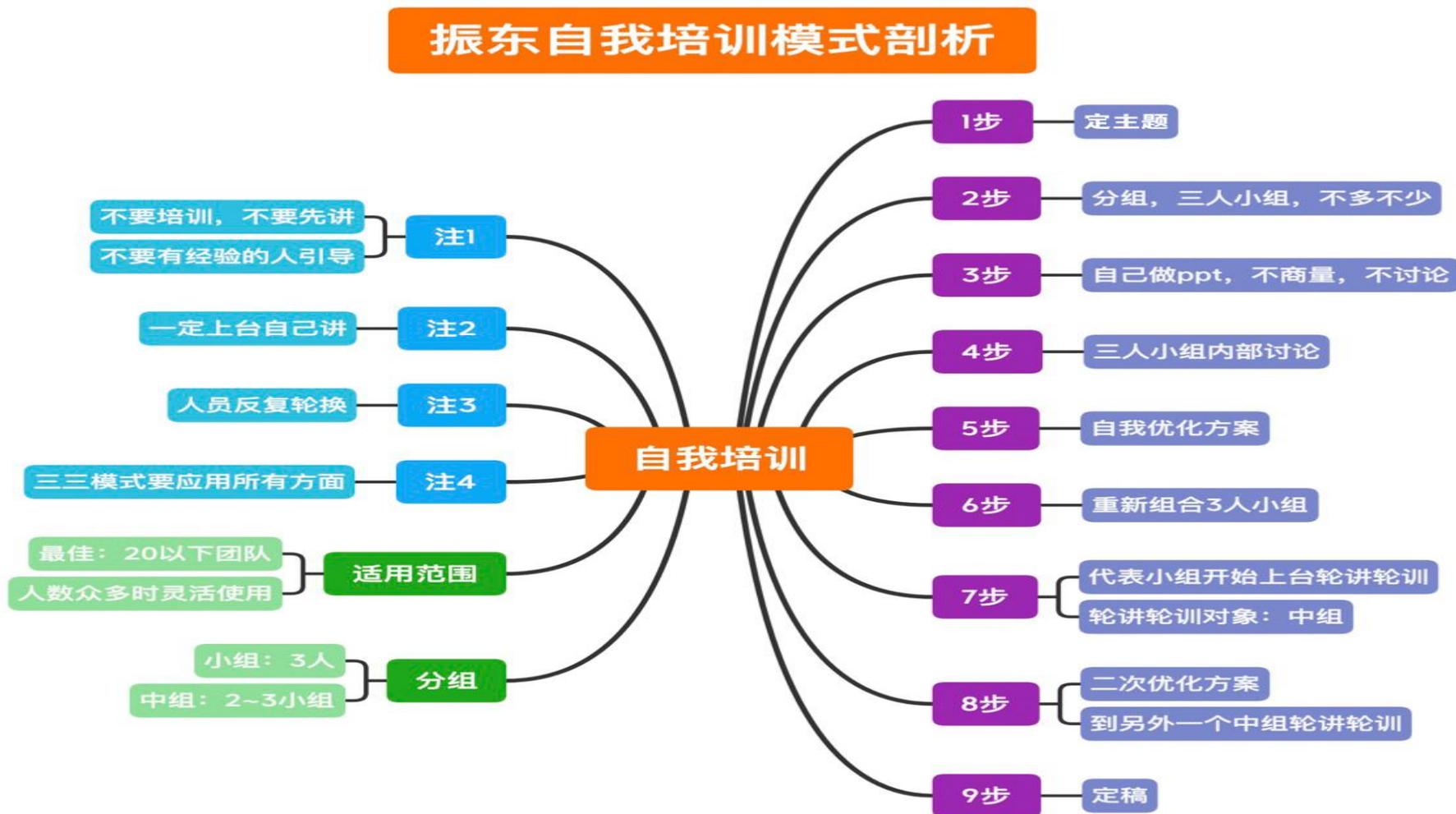
# 自我培训



五和医养堂组建团队

选定主题，组建三人小组，各自出方案，上台答辩；轮换小组成员，完善方案，再次上台答辩，反复3次，通过自我学习提高能力。

# 自我培训



# 三百考核



考察  
基本工作能力

考察  
工作中的  
具体行为

考察  
任务完成情况

# 下级评议上级

## 工作方法



**1** 组织专项会议，各人**背对背**客观评议

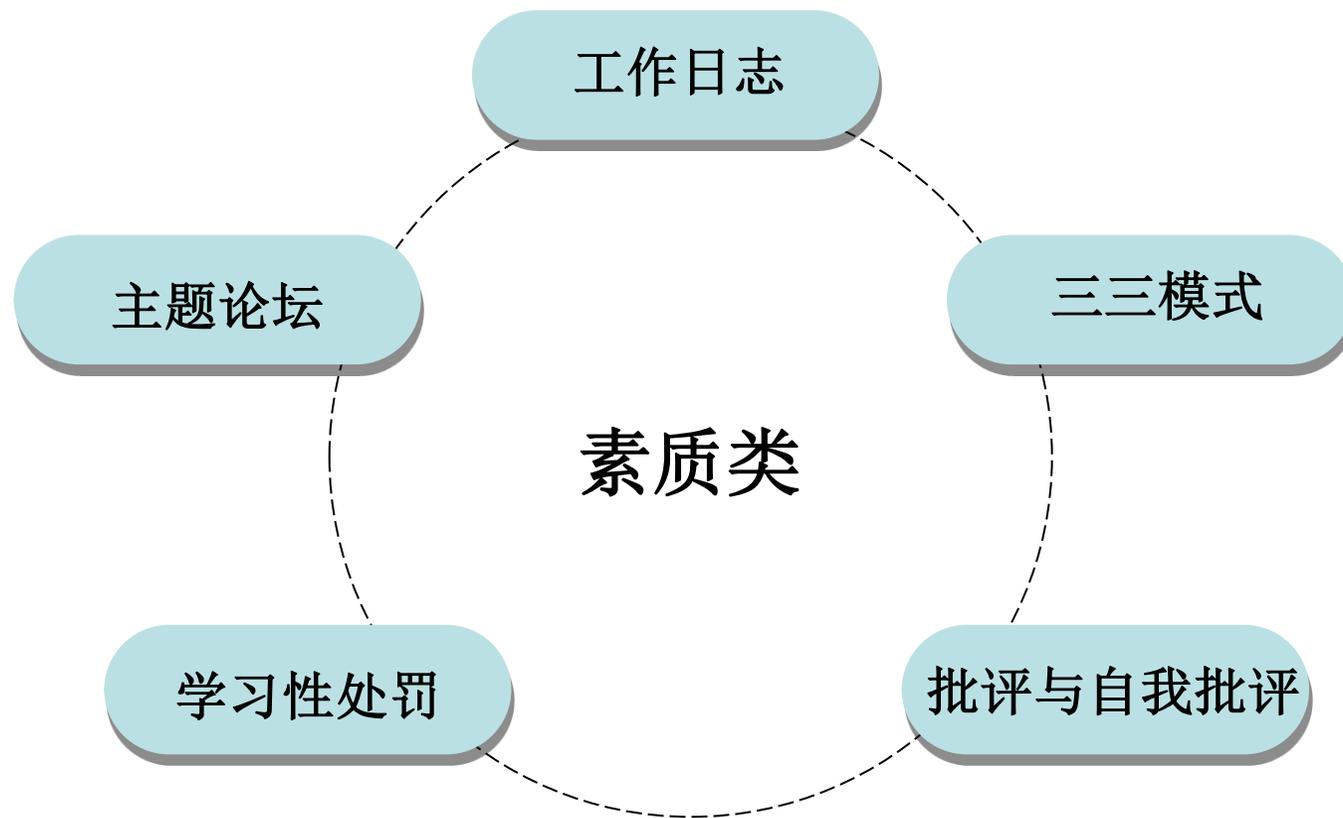


**2** 总裁派专人现场收集、密封或直寄总裁



**3** 评议汇总后直报上级领导（上挂两级）

## C、管理模式-素质类



# 工作日志

振东集团 本月工作计划 年 月 日

第一周	
第二周	

每日有目标，每周有主题，每月有总结，每季有成果，每年有成功。

本月工作计划

振东集团 本月工作计划 年 月 日

第三周	
第四周	

永远追求规范，永远鼓舞自己，永远寻找差距，永远阳光心态。

振东集团 年 月 日

工作内容	落实情况	自评

大事记：

忘掉自己，才能提高自己；总结差距，才能发展自己。

当日工作内容及感想

振东集团 年 月 日

感想与体会	

销售理念：勇拓成交 常访勤见 明察细理

振东集团 第一周工作总结 年 月 日

个人总结	
领导点评	

时时有目标，日日能上进，月月有收获。

本周工作总结

振东集团 第二周工作总结 年 月 日

个人总结	
领导点评	

思维简单、瞄准靶点、集中精力、万事成功。

振东集团 本月工作总结 年 月 日


只有成熟的思想，没有成熟的市场。

当月工作总结及整改措施

振东集团 整改措施 年 月 日


用心研究定能知己知彼，知己知彼定能百战百胜。

# 工作日志

## 本月工作考评及经理综评意见

**振东集团** 本月工作考评 年 月 日

经理根据员工的实际工作表现,在相应选项内打“√”,并找出差距。

考核内容		A	B	C	差距
	行为规范				
	指令执行				
	同事关系				
	客情关系				
	学习情况				
	方法创新				
	业务状况				
	思想自律				

总评: 优秀 A  良好 B  一般 C

优在创新、贵在结合、重在落实、胜在坚持。

**振东集团** 经理评语 年 月 日

员工主要工作事项列举	相应指导意见
	经理签字: _____

轻松工作效率高,快乐生活真舒畅。

# 三三模式

## 产生案例

各老总下市场跟进招标



投资者交流会

# 三三模式

模式定义：

(一) 中管以上人员每月按时间维度进行工作安排：



# 三三模式

模式定义：

(二) 全员按“三档九级”梳理所有工作：

- 分档（A/B/C）：所有工作内容都能按照不同维度划分为A、B、C三档；
- 分级（1/2/3）：在ABC三档之下，每个档位都能依次排列出1、2、3三级。一档三级，三档九级。

# 主题论坛

产生案例

最早经理论坛

振东集团首届“经理论坛”红豆峡留念 2007.10.27



首届经理论坛

# 早期经理论坛主题

届次	时间	坛主	主题
1	07.10.28	焦万清	职业经理人应具备的素质
2	07.11.25	焦万清	个人发展瓶颈及破解措施
.....	.....	.....	.....
49	12.2.18	李艳艳	如何制订制度
50	12.3.17	赵建斌	借民主生活会提升自我
51	12.4.21	王永宏	如何借PK降低经营成本
52	12.5.19	姜华阳	如何优化制度
53	12.7.7	赵 亮	如何降低成本
54	12.8.25	申秀清	完善制度 修改程序
.....	.....	.....	.....
128	24. 3. 24	关慧敏	如何深耕全员品牌



员工论坛



经理论坛



高管论坛



研究生论坛



党员论坛



八一论坛

# 批评与自我批评

- A、自上向下，先从本团队中职务最高的人员开始，依次进行
- B、批评与自我批评时不反驳不解释
- C、领导逐一点评总结，并提出提升、改正要求



民主生活会

# 学习型处罚

## 初次违规

学习一个理念或模式，并写一篇一千字以上的感悟

## 中违规一次

学习一个与违规项目相匹配且延伸周边的专业知识，并写一篇三千字以上的检查性论述

## 小违规一次

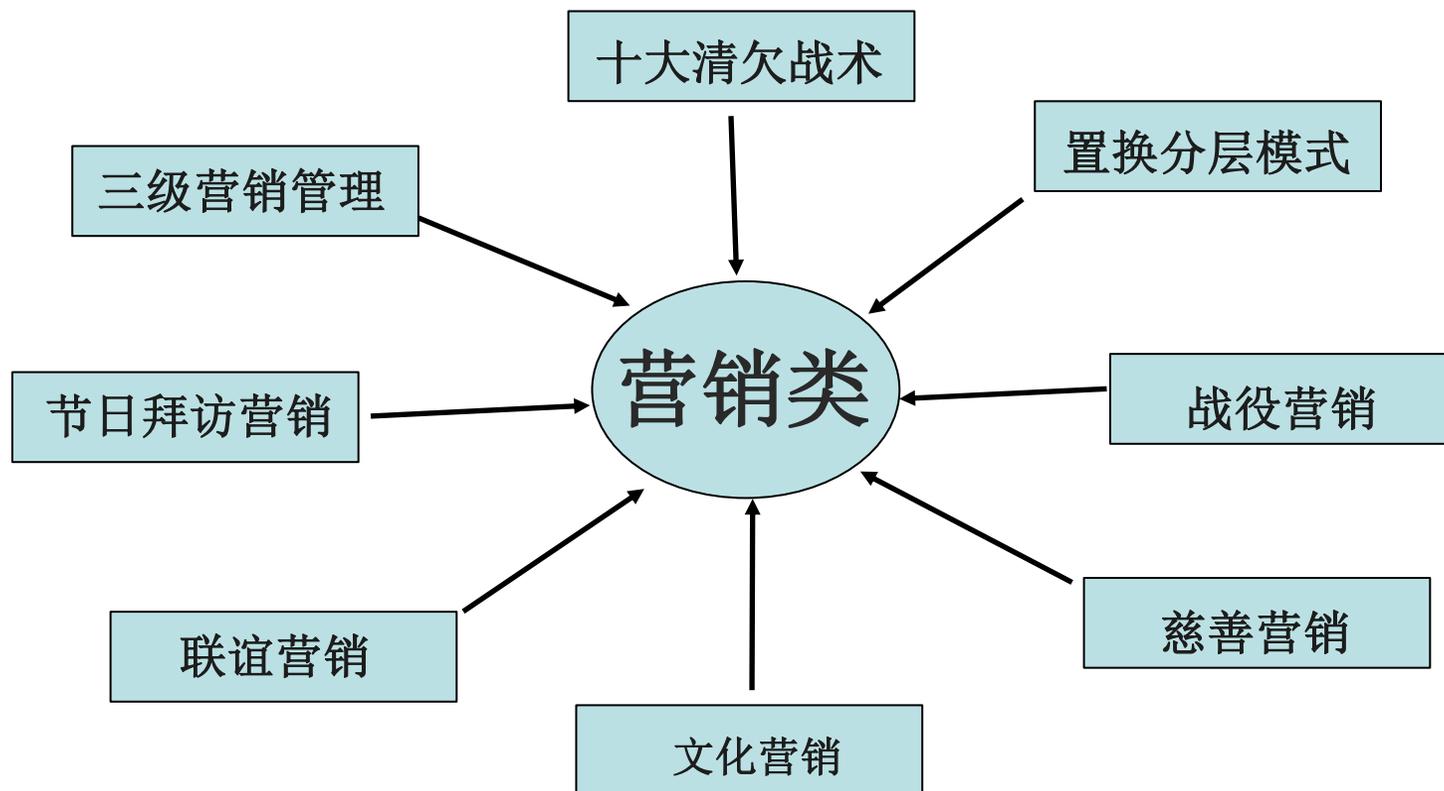
学习一个与违规项目相匹配的知识，并写出一篇两千字以上的心得

## 大违规一次

看一本专业书籍，并写出一篇与违规项目相应的论文，最低要求在振东内刊上发表

案例：推脱看书学习。

## D、管理模式-营销类



# 三级营销管理

- 📌 目的：功能分级，权力交叉，责任到人。
- 📌 对象：市场全员。
- 📌 要求：分级明确，责任清晰。
- 📌 工作方法：
  - 1) 熟知本层级业务流程，掌控本岗位业务资源
  - 2) 了解上层级业务流程，熟悉上岗位业务资源
  - 3) 掌握下层级业务流程，熟知下岗位业务资源

# 节日拜访营销

- 📌 目的：利用中国传统节日、客户及其亲人的个性化重要节日对客户进行维护，促进销售。
- 📌 对象：市场全员。
- 📌 要求：节日当天拜访。
- 📌 工作方法：
  - 1) 春节对客户进行鲜花拜访
  - 2) 对客户的主要亲人进行生日等个性化重要节日维护

# 联谊营销

- 📌 目的：关注某个客户最有价值的社会交际链，利用校友、老乡等共同的社会角色将其有效串联起来，并成为我们的客户资源。
- 📌 对象：市场全员。
- 📌 要求：定期举办活动。
- 📌 工作方法：
  - 1) 晋医联谊会
  - 2) 校友会
  - 3) 三晋阳光之旅



晋医联谊会

# 文化营销

- 📌 目的：通过对目标客户邮寄《振东视野》、《振东学术》等自办刊物，让客户熟悉、了解企业，搭建沟通桥梁。
- 📌 对象：市场全员。
- 📌 要求：当月邮寄或赠送。
- 📌 工作方法：
  - 1) 文宣部向客户邮寄当月自办刊物。
  - 2) 学术代表拜访客户时赠送学术刊物。
  - 3) 学术代表向患者赠送《肿瘤患者护理手册》。
  - 4) 通过普药渠道向老百姓赠送《老百姓自疹自疗》。



## 慈善营销

- 目的：通过中华仁爱天使基金救助特困患者，塑造医药人的天使形象。
- 对象：市场全员。
- 要求：建立完善的资助者和资助对象资料库，并适时更新。
- 工作方法：  
由公司和各省、地区经理、员工共同出资，  
各省区提供大病救助名单。



# 战役营销

- 🏷️ 目的：通过组织各种“战役”，提高工作热情。
- 🏷️ 对象：市场全员。
- 🏷️ 要求：不定时举行，调动积极性。
- 🏷️ 工作方法：
  - 1) 针对当月业务情况，选择相应的营销战役。
  - 2) 松驰得当，不定期推出。



# 置换分层模式

- 📌 目的：区分不同的业务量，新旧接替，合理配置资源，充分挖潜。
- 📌 对象：市场全员。
- 📌 要求：新、老代表共同参与。
- 📌 工作方法：
  - 1) 按老代表不同业务、性质、数量，分类制定标准。
  - 2) 老代表业务资源置换给新代表。
  - 3) 业务提成按时间、标准分成。
  - 4) 新老代表执行“师徒制”。
  - 5) 老代表开发新市场。

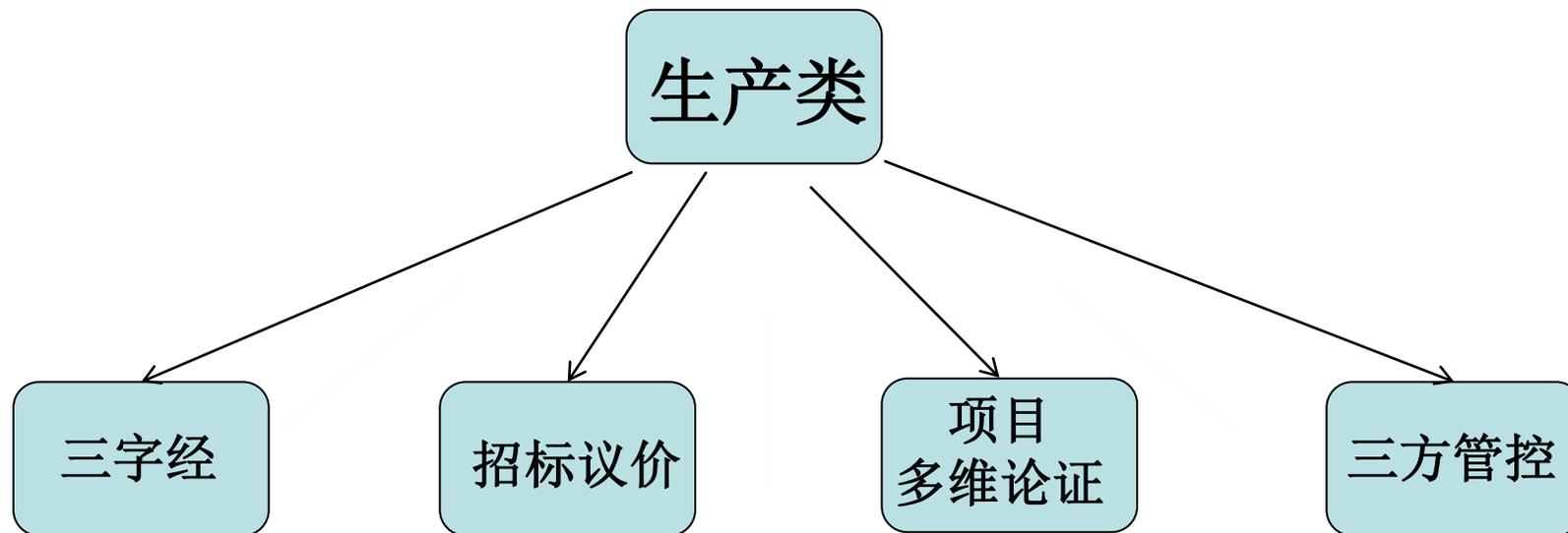
# 十大清欠战术

- 🏷️ 目的：清理欠款
- 🏷️ 对象：市场全员
- 🏷️ 要求：灵活应用
- 🏷️ 工作方法：
  - 1) 车轮战（轮翻找）
  - 2) 群体战（几人同去）
  - 3) 包围战（找父母妻女朋友）
  - 4) 阵地战（长守其家、单位不走）
  - 5) 恐吓战（找人长期跟踪他）

# 十大清欠战术

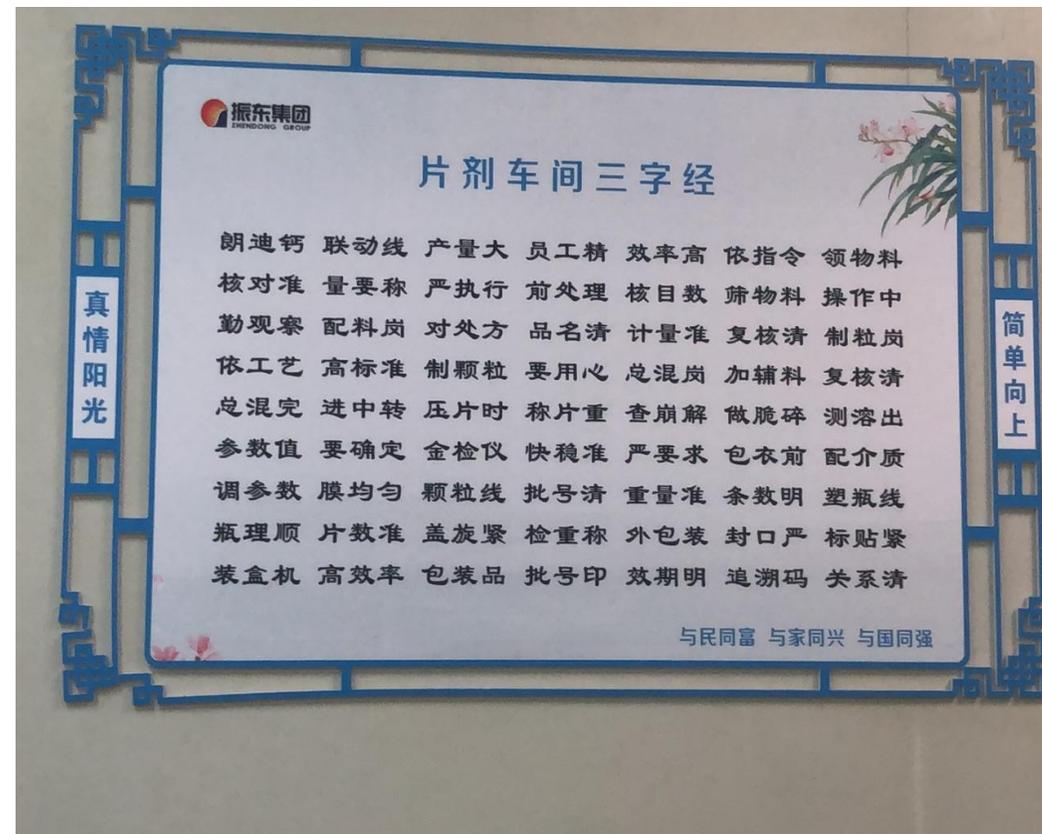
- 6) 曲线战（给能管他的领导好处）
- 7) 麻雀战（不断派人骚扰他）
- 8) 声援战（找同行帮忙并造势）
- 9) 游击战（常到办公、家庭、交际场所找他）
- 10) 舆论战（宣传坏他名声）

## E、管理模式-生产类



# 管理三字经

- 🏷️ 目的：使具体的生产操作易懂易记。
- 🏷️ 对象：生产类一线员工。
- 🏷️ 要求：准确、朗朗上口。
- 🏷️ 工作方法：  
把操作规程简单化，准确编成  
通俗易懂的“三字经”。



# 招标议价

- 🏷️ 目的：以合理的价格购进设备等。
- 🏷️ 对象：全员。
- 🏷️ 要求：多人参与，分轮议价。
- 🏷️ 工作方法：
  - 1) 招标会议上进行第一轮砍价；
  - 2) 总工与厂方要求增加配置，进行第二轮议价；
  - 3) 分管领导与招标单位议价。

# 项目多维论证

- 📌 目的：避免或减少项目决策的失误，提高投资的效益和综合效果。
- 📌 对象：公司重大项目立项。
- 📌 要求：横、纵向论证，全方位收集意见。
- 📌 工作方法：
  - 1) 由公司各部门分别参与项目论证会，提出自己的意见；
  - 2) 请行业专家对项目进行论证，提出建议；
  - 3) 综合各层意见，决策。

# 三方管控

- 📌 目的：跟踪项目进度，控制质量。
- 📌 对象：科研体系。
- 📌 要求：三方配合，实时把控项目情况。
- 📌 工作方法：
  - 1) 项目组负责项目的全面实施；
  - 2) 项目管理部跟踪项目进度，并对进度进行把控；
  - 3) 业务部监控项目质量。

## 注意事项

- A、模式就是工具，工具产生于公司特定的时间段，应恰当运用于类似的管理环境。
- B、模式库就是工具库，工具虽多，但不是要求我们必须每天把工具应用一遍。
- C、应用模式，必有监督。
- D、模式随着公司的发展需要不断地优化和创新。

**让我们，  
把握战略方向，  
运用模式工具，  
试炼经营考场，  
实现团队共赢！**



企业家爱国 就是做好产品

**为中国人设计 让中国人健康**

我是这样想的 也是这样做的