

《规范化管理转精细化管理指导书》

M+:www.mfxtd.com 编辑整理

目录

一、历史对比	3
二、规范化管理定义	3
三、规范化管理适用企业	3
四、规范化管理范围	3
五、规范化管理制度包括	4
六、规范化管理在不同阶段的使用	4
七、如何实现规范化管理	5
八、规范化管理办法制定内容	8
九、时代趋势	9
十、销售部技能提升与管理办法制定	10
十一、销售部日常数据及时间管理	15
十二、如何执行规范化管理	18
十三、发展中企业如何启动规范化管理	25
十四、制定规范化管转精细化管理总结	26

一、历史对比

1937 年西方国家率先实行规范化管理，在后续时间中一直尝试转向精细化管理，因地域文化、氛围限制，至今未能实现精细化管理，而形成具有自身特色的知识管理（人才管理），在日本，1945 年引进规范化管理，1980 年前后转向精细化管理。在中国，2012 年北京 CBD 商圈，我第一次接触到规范化管理，该公司（民企）耗时 8 个月，耗资 1.37 亿未实现规范化管理，至今（2020 年 12 月）未转向精细化管理。

二、规范化管理定义

规范化管理指在明确各部门管理章程，提高公司各职能部门间配合，提高公司各部门沟通效率，降低公司内部成本消耗，提高各部门效率产出，服务公司年终营业额高产出。

规范化管理适用于任何阶段企业，对初创期企业而言，越早使用规范化管理，可以从初期降低成本、把控环节、提高产出、形成工作氛围，酝酿企业文化。为后期精细化转型打下夯实基础。

三、规范化管理适用企业

规范化管理适用于各阶段企业，不受阶段限制。规范化管理仅受公司部门设置限制，且不受其他因素影响。

四、规范化管理范围

企业内部所有架构部门，包括：战略、营销、财务、生产、销售、人力资源、组织结构

等开展管理事务的规范运营框架或流程。对于不同岗位技能的专业性，及提高专业性同样属于规范化管理范围。

规范化管理针对企业不同部门提供不同的管理办法，且因企业性质制定自身企业适合的规范化管理办法。

五、规范化管理制度包括

包括：《员工守则》、《公司管理制度》、《文件管理制度》、《档案管理制度》、《保密制度》、《印章使用管理制度》、《证照管理制度》、《证明函管理制度》、《会议管理制度》、《办公用品管理制度》、《考勤管理制度》、《出差管理制度》、《通讯管理制度》、《公司宴请接待制度》、《员工招聘、调动、离职等规定》、《合同管理制度》、《财务管理制度》、《财务报销管理制度》、《员工工资发放管理制度》、《销售部职责》、《采购部职责》等。

六、规范化管理在不同阶段的使用

不同发展阶段的企业在人员配置、部门设置、阶段目标的设置均不相同，企业应根据自身的发展阶段，制定合适的规范化管理。

如，成熟期与扩张期的企业其规范化管理的重点在企业形象及品牌推广，扩大企业形象、品牌影响力，增加股东投资信心与市场占有率扩大。初创期企业优先考虑是如何度过初创期，进入成长期。即销售部门的产出是该阶段重点，则规范化管理的重点在销售管理与销售技能提升。

规范化管理应在企业进入创业前准备好文本，在进入创业阶段后根据自身情况修改、完善，最终形成适合企业状况的规范化管理。

对于进入阶段后再去设置规范化管理的企业，很难形成有效的规范化管理。原因在于，公司的基本元素——人，缺少规范化管理氛围，对于企业人员而言，只存在执行规范化管理，对后期转向精细化管理设置阻碍，且增加试错成本。

关于后台部门制度，《文件管理制度》、《档案管理制度》、《保密制度》、《印章使用管理制度》、《证照管理制度》、《证明函管理制度》、《会议管理制度》、《办公用品管理制度》、《考勤管理制度》、《员工招聘、调动、离职等规定》、《合同管理制度》、《财务管理制度》《财务报销管理制度》、《员工工资发放管理制度》、可在企业成立初期由创始人制定，进入初创期后直接运行，且在实施过程中进行修改补足，无需花费过多时间与精力。

对于不同岗位技能的专业性，及提高专业性应在企业各个阶段实施，并不断优化。

七、如何实现规范化管理

做好规范化管理分两部分：

第一、制定规范化管理办法

说明：规范化管理的制定针对企业的不同阶段，制定的难易程度不一样，企业根据自身发展制定的内部架构越多，制定的内容会越多，且根据不同的业务模式多变性会越大，从而制定的办法所要做出的预见性越多，制定完善的管理办法越难。

2012年北京的一家企业之所以消耗大量时间与资金原因在此，该公司2009年成立，3年后开始制定规范化管理办法。

企业从成立初期开始制定规范化管理，因为涉及人员、部门、事务相对较少，制定起来会容易很多，且可在后续时间中约定时间进行完善，无需专门花费过多时间与人力在其中，这对初创期企业而言一举多得。

第二、企业全体执行规范化管理办法

说明：规范化管理办法即是对企业内部多个部门单独做出的行为规范，也是对企业全员做出的协调与统一。

如，企业从决定招聘到新人入职，谁来招聘、谁来面试、入职通知、入职引导各个环节应由专人负责，循序渐进且责任到人。这其中即对各个环节做出了行为规范，也做到了整个流程的调度与统一。

规范化管理具体是什么？

案例说明：

某公司销售部因人手不足，需要增加销售顾问3人，团队经理1人，该要求由销售总监提出，上交用人要求于总裁办，总裁办需结合人事部与财务部意见与销售部销售状况综合考虑，后由总裁办通知销售总监报批结果，如果准批，总裁办要将结果反馈销售部总监，同时通知人事部总监开始准备招聘工作，人事部将该任务责任到人，由专人和销售部专人对接，沟通了解具体用人要求，确定薪资区间，及面试流程，后由人事部专员将销售部用人要求、流程及薪资上报总裁办，由总裁办确认后，人事部可开始发布招聘信息开始招聘工作。

案例中涉及到的规范化管理内容

1	架构设置	部门架构各司其职
2	办事流程	销售部门用人需求准确提出
3	通知形式	总裁办下发邮件或书面通知
4	文件格式	纸质、邮件的使用格式
5	效率、时间	各环节配合，多长时间完成
6	责任到人	人事部与销售部专人对接

对以上 6 点提出的执行标准及要求就是规范化管理。

如：

- 1、销售部有用人需求应该找谁提申请？
- 2、以何种形式提出用人申请？
- 3、总裁办对用人申请的流程如何设计？
- 4、总裁办如何下发通知及回复？
- 5、邮件、纸质形式的通知与回复的文本格式如何？
- 6、总裁办多久给出回复？
- 7、如何保障人事部负责人与销售部负责人的沟通质量？

8、人事部多久完成招聘任务？

9、各个环节是否责任到人？

当我们对各个环节做出提问，并据此提出要求后，执行的标准就是规范化管理办法。

规范化管理是一个很庞大的工程，但是做起来却是工作中的细节问题处理。如，对于企业员工电脑文件夹命名同样是需要做规范化管理来进行统一管理。所谓规范化管理是让各个部门文件放在一起时，整齐划一，一目了然。

八、规范化管理办法制定内容

一套可执行的规范化管理办法应包括如下部分

- | | |
|--------------|---------------|
| 1、明确该管理办法名称； | 6、该管理办法奖惩制度； |
| 2、该管理办法适用部门； | 7、管理办法执行监督人； |
| 3、管理办法制定的依据； | 8、修改该管理办法流程； |
| 4、管理办法是何人制定； | 9、该管理办法修改周期； |
| 5、管理办法执行的细则； | 10、该管理办法执行日期； |

网络上任何花里胡哨的管理办法，抽筋剥骨后留下的核心部分仅此十点。

规范化管理持续优化与企业发展相辅相成，企业发展仍是重点，规范化管理只是辅助，

制定规范化管理办法不是难事，可以通过网络照搬文本，可以重金聘请专业团队打造全套规范化管理办法，前者获得的是文本，后者在获得来文本同时，企业员工获得来信心，与执行规范化管理的氛围，其中需考虑其氛围持续时常，氛围持续时间过短，规范化管理对企业管理将适得其反。

企业由多个部门组成，如人事部、销售部、培训部、财务部、总裁办等、规范化管理即是对各个部门提出管理办法、说明其工作流程，以明确细节提升部门工作效率，部门之间即是个体，对企业而言又是整体，部门的工作细则既有独立完成，同时更多是与其他部门间的配合完成工作，如何实现跨部门间的合作同样是规范化管理的内容。对跨部门的合作做出规范化管理不难，难在将多个规范化管理办法同时执行，还要追求跨部门的办事效率，难点在此。

规范化管理办法只是一套执行事务的行为准则，拥有规范化管理办法不代表能立即体现办事效率的作用，规范化管理是建立在拥有完整的规范化管理办法及企业内部全员的适应性的组合实现。

整套的规范化管理办法的建设不应过多的借助外力，外力只能对企业建设规范化管理起到辅助作用，企业更应结合内部成员共同参与制定规范化管理办法，使其对每个环节了解，从而形成上下一体的规范化管理氛围，如此建设的规范化管理办法才能在企业中得到快速融合与使用，才是适合自身企业的规范化管理。

规范化管理是一个长期建设过程，一蹴而就是不可能的，任何企业均不可能实现，只有循序渐进融入氛围，才能成功。

九、时代趋势

随着时代的发展，规范化管理已经不再是一个新鲜时髦的词汇，也不算是最新的管理模式，但是对于企业发展而言，它却是必不可少且必须要有的管理基础。

只有将规范化管理的基础夯实，才有可能转向精细化管理，而对于人才管理的实现，精细化管理又是必不可少的基础。这三种管理模式针对企业的不同发展阶段，满足不同发展阶段的需求。

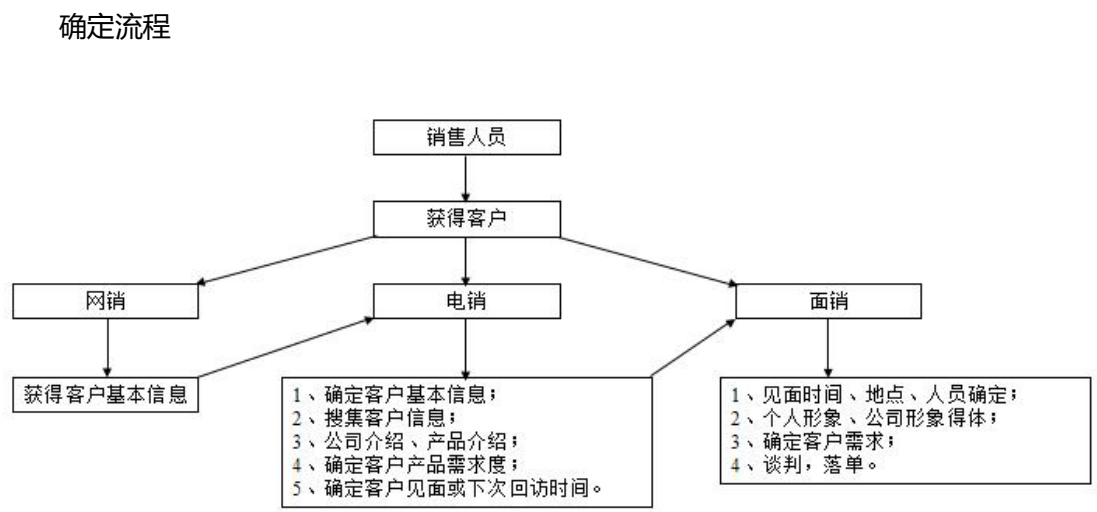
综合以上内容，企业在现代社会企业竞争中存活下来，存在下去，继续发展，扩大规模，形成品牌，规范化管理只是很基础的一步，而且规范化管理并不是终点，这是很多企业的误区。做好规范化管理只是迈出的第一步。

而面对没有规范化管理的企业想在残酷的竞争中占有一席之地，那是痴人说梦，毕竟企业内部的管理就是脆弱的，对外是毫无竞争力可言的。这类企业仅适合于小范围发展，客户及资源圈子有限，开拓客户圈子市场难度较大，且没有具体方法，难成大器。

对于销售能力出众，而未进行规范化管理的企业，其发展是艰辛的，若是加入规范化管理，销售部的能力将得到巩固与提升，效率将事半功倍。提升企业的整体竞争力很有作用。针对销售能力不强，但有丰厚资金支持的企业，又想做规范化管理，建议该企业打消念头，不要妄想。从我个人的角度来说，不喜欢中看不中用的企业。但若是有意借助规范化管理强化销售部，我倒是非常看好。

十、销售部技能提升与管理办法制定

上面有提到，专业技能的提升同样属于规范化管理范围，在此仅展示销售部的规范化管理建设。



在确定销售部管理办法前，需要了解销售流程。

注：市场上存在不少网销、电销在线成单，在此不做讨论。

此流程图为多数公司销售部门在业务上的流程，以此图制定规范化管理办法及进行销售技能的提升。

基本技能

第一、销售人员应该具备的基本技能

销售人员在对产品进行推广和获客前必须掌握产品信息及公司信息，以方便对客户进行介绍与解答客户疑问。所以对公司及产品信息是否掌握应由专人负责进行考核，并有合格标准的制定。

第二、网销的基本技能

网销在三大销售环节中处在第一的位置，关系到后面能否与客户进行电话联系，并实现线下见面。所以在第一环节中建立良好印象非常重要，并为电销环节打下基础，其中“良好印象”包括个人形象及企业形象，并在过程中搜集客户的基本信息，如姓名、电话、地址为主要信息，对产品需求度及其他信息可适量搜集，但不宜过多。毕竟以文字形式获得的信息无法帮助做准确判断。

针对网销环节应该具备的基本技能包括：

- 1、回复消息的时长；
- 2、回复信息的格式及内容；
- 3、引导客户，挖掘基本信息（姓名、电话）。

针对以上内容该制定相应的培训课件，由专人负责、执行并制定合格标准。

第三、电销的基本技能

电销环节是以电话形式与客户完成沟通并为见面打基础，同时也是为成单打基础。所以在这个环节中重点更多。

电话中的基本技能

- 1、电话中的语音、语气、语速、语调为基础技能；
- 2、电话接通后的寒暄技巧；

M+:www.mfxtd.com

- 3、电话中客户问题的解答；
- 4、电话沟通的引导思路、目的；
- 5、为下个环节或联系做好铺垫。

以上技能需要专业培训完成，声音的大小，语速的快慢，均是个人与企业形象的基本体现。

给客户去电话的目的，是电销的专业性体现，电话沟通是思路引导更是电销的基本技能，客户的问题解答涉及话术及销售技巧，是做为销售的能力体现。

上述环节应有相应的培训体系与合格标准制定。

电话外基本的技能

- 1、客户信息管理；
- 2、跟踪客户的流程分解（目标分解）；
- 3、话术的准备，思路的引导；
- 4、日常的客户维护。

客户信息管理应由公司销售部统一管理格式及内容，并对销售人员的客户信息的更新做动态了解，该管理办法涉及管理层，制定信息表，及保密管理办法。

对于客户的成单很难有通过一通电话或两通电话完成，在成单前需要对客户跟踪有清晰

的思路，如，计划在什么时间与客户见面，在见面前需要电话沟通几次，每一次电话沟通的目的是什么，每一通电话在什么时间打合适，每通电话要传递哪些信息给客户，电话接通后说什么做为开场，如何实现每一次打电话的目的。

节假日的祝福短信，或电话联系，该如何发，什么内容，什么格式，什么时间，什么客户适合短信，什么客户适合电话，都需明确。

关于上述内容需要有一套完整的计划表，该计划须由上级领导共同制定完成。以及相关的专业技巧需要培训部与销售部制定培训课件，以增强销售人员技能。

第四、面销的基本技能

- 1、客户的性格分析，结合五型人格或九型分析客户；
- 2、见面时的着装，男士女士各自的商务形象；
- 3、见面时是否需要协助，是否已经安排妥当；
- 4、丰富的谈资，与客户沟通无碍；
- 5、见面后的谈判思路。

面销即是面对面见面销售，销售与客户是第一次见面，所以见面时的目之所及都会是重点，如，见面地点的选择，地点的装修、色调、风格是否有助于见面谈判，销售人员的着装是否有要求，是否适合谈判场合，出席谈判的人数几个，两人第一次见面如何寒暄，如何进入主题，如何逼单，签单后如何安排等问题。

以上内容对销售人员的要求很明确，基本全靠销售人员本身发挥，但是对销售人员的培养必不可少，如，五型人格与九型人格的了解，有助于销售判断客户类型，选择合适的谈判风格，商务装束是否合格、思路引导与谈判技巧的相关技能是否充分了解，关于谈资则需要日常的生活积累。

培训部与销售部应做好相应培训，并做好相应考核标准及监督办法。

十一、销售部日常数据及时间管理

销售部门以数据为导向的部门，数据是否好看取决于各层级的管理模式。

销售部门分三个层级：基础业务岗、部门经理岗、销售部门总监岗

销售部门数据管理：

基础业务岗：

- 1、开发客户量；
- 2、意向客户量；
- 3、见面客户量；
- 4、成单客户量；
- 5、回访客户量；
- 6、日工作日志。

以上数据上交部门经理。

部门经理岗

- 1、综合部门数据绘制一表（含部门经理日销售数据）；
- 2、根据绘制总表文字分析部门当日数据；
- 3、日工作日志。

以上数据上交销售部门总监。

销售部门总监岗

- 1、综合各部门数据绘制一表（含销售总监日销售数据）；
- 2、根据绘制总表文字分析销售部当日数据；
- 3、日工作日志。

以上数据上交总裁办。

销售部门时间管理

销售部门应设置早晚会，早会安排当日工作内容，晚会总结当日工作内容。

早会：

全体早会：8:50——9:50

早会内容：统一安排当日工作内容及其他。并作会议纪要。

晚会：

销售部管理层晚会：17:00——17:30 部门总监及各部门经理参会做会议纪要。

销售各个部门晚会：17:35——18:00 销售部门各自开会并作会议纪要。

晚会内容：

- 1、管理层晚会总结各部门数据及处理当日问题，安排明日工作。
- 2、部门晚会总结各人数据，由部门经理做上传下达。

周五工作内容及时间管理

周五工作内容

基础业务岗

- 1、周个人各项数据总计表，及文字分析；
- 2、周个人工作日志总结表；
- 3、下周工作计划表。

以上表格上交部门经理。

部门经理岗

- 1、周部门数据总结表，及文字分析；
- 2、周个人工作日志表；
- 3、下周部门工作计划表及个人工作计划表。

以上表格上交销售部门总监。

销售部门总监岗

- 1、周销售部数据总结表，及文字分析；
- 2、周个人工作日志；
- 3、下周销售部工作计划及个人工作计划表。

以上表格上交总裁办。

周五时间安排：

管理层例会 14:00——16:00 公司各管理层参会，及做会议纪要。

各部门例会 16:10——17:00 各部门进行周总结，经理做上传下达。

以上内容可作为销售部门日常工作管理规范，可以直接使用，其中各环节需要的表格、表单可自行设计，其中各环节涉及的奖惩制度、监督办法、考核方式可根据自身企业状况自行设计。

以上内容算是规范化管理的引导，例子算是系统管理中的冰山一角，如何形成适合企业

M+:www.mfxttd.com

自身且完整的规范化管理，上文中给出了方法及注意事项。

十二、如何执行规范化管理

关于规范化管理的文本梳理、定制过程并不算难，可以结合网络信息、书本知识、外聘专业团队进行制定。但是很多企业得到规范化管理文本后，不知道该如何开始实施，且对企业成员的适应性及适应时长做不出准确计划。这其中原因主要分两点，第一，该企业办法不适合现阶段企业；第二，该办法融入企业的方式不对。

企业规范化管理办法的制定与介入应根据企业的发展情况制定。

对初创期企业而言，企业结构、人员简单，办事效率高、沟通效率高是真正意义上的扁平化管理。该阶段企业应以丰富企业人员为主，人事部门的规范化管理可优先实施。具体制定办法和实施步骤可参考以上内容。制定的内容可根据企业的状况，进行删减，优先实施必要部分，次要部分可在后续发展中完善。

案例说明

张总于 3 月前注册公司，办公场地装修完毕，已进驻 2 月，现企业人员 5 人，销售 2 人，人事 1 人，财务 1 人，企业创始人 1 人。

创业过的朋友对此类情况是非常了解，在创业初期，创始人实际是企业内部的高级高级业务员，企业在初创期的业绩产出，全部依靠这位高级业务员，其中的两位销售，其产出不会很理想。财务岗位只为应付税务局的琐事，该阶段企业内部并无太多事涉及财务，人事部门则是用于扩大企业人员，帮助企业丰富业务。

该阶段企业重要部门及事件有两点，第一，销售产出；第二，人事招聘。销售业务由高级业务员负责，无需过多赘述，人事部的招聘工作则为重点，如何招聘、如何培训、如何留人（含两部分绩效考核定及企业文化）、如何快速产出，成为现阶段重点。

人事部岗位职责可以确立：招聘、培训、制定绩效考核

关于以上三点，可以细分如下注意事项，依此来制定规范化管理内容，提升招聘效率。

招聘

- 1、谁来负责招聘
- 2、招聘渠道有哪些
- 3、拟定招聘的岗位职责
- 4、招聘对象的岗位技能要求
- 5、筛选招聘对象
- 6、邀约面试
- 7、如何面试（时间、地点、面试环节、内容）
- 8、背景调研
- 9、发送入职 offer
- 10、制定人事部门绩效考核进行监督

M+:www.mfxttd.com

很多创业初期企业在人事方面做的很不尽人意，首先从招不到人方面来说，就很缺乏专业技能。人事部将招聘信息发布之后，一是等待求职者的求职简历的投递，二是主动寻找合适的招聘对象。对于求职者投递到邮箱中的简历，无论合适，做为人事部门都应以公司名义在三天内予以回复，这是对求职者的尊重，亦是对企业形象的宣传，在这一点上，国内的大型企业都没有做到，对初创期企业而言，推广企业形象也是必要的，且邮件回复是不承担成本的。其中，邮件使用的规范化管理可在同期进行。

针对第二点，主动寻找合适的招聘对象。当人事部看到一份很合适的求职简历后，会下载简历，获得联系方式后进行电话沟通。即是电话沟通就需要有相应的专业技巧，其中电话销售的语音、语气、语速、语调在此又是通用的基本技能。做为邀请面试的电话，电话中应确定求职者的基本信息，及对公司做初步介绍，了解求职者基本要求与确定面试时间，后发送面试要求邮件。在此提一点，发送面试邀请短信要花一毛钱到两毛钱，而邮件发送是免费的！

在现在的招聘方式当中，可以实现在线沟通，求职者与招聘方可以在线上进行时沟通，对求职者我们不做要求，对于招聘人员，必须做出硬性要求：一、消息回复必须及时；二、聊天内容必须有专业性。线上聊天的专业能力可参考网销的基本技能，在此不做赘述。

以上内容仅是面试前的工作。对于到公司参加面试的环节，同样需要有完整的规范化管理。如前台如何接待、如何安排面试地点、面试人员通知等等。具体内容可根据企业情况制定。

在此提一点大家注意，对公司到访的所有外来人员，倒茶环节一定上热水，不要上常温或凉水，有条件的企业可以上茶叶茶，针对不同客户也可以上咖啡，无论是什么饮品，上的

饮品一定要有热度。这是对企业形象的宣传。

针对后续环节，对每一个环节做出规范化要求即可。

培训

针对企业部门的培训工作，应以实用为主，能有针对性的对企业部门人员提供帮助见到成效为主。部门的培训工作应该有一套完整的计划，从新人入职开始。以下分阶段完成入职培训。

第一阶段：企业介绍及行业介绍

第二阶段：企业组织架构，部门介绍，各部门职能范围

第三阶段：企业产品详情培训

第四阶段：办公软件的学习

(以上四点为企业所有入职人员适用。)

第五阶段：岗位技能培训，如销售培训（网销、电销、面销、客户管理、客户维护等）

第六阶段：发现问题，随时培训，即时发现不足并作技能补足

培训内容以企业需求为主，帮助企业快速完成阶段目标，专项制定培训内容，形式与其他内容，可根据企业状况制定，但以上六点可做通用，其中第五点在任何阶段企业均适用。

绩效考核

考核内容及形式应根据企业可持续发展为基础来制定，应以最低要求来制定，不宜制定过高或以短期盈利为目的，对初创期企业的销售部门如下给出参考。

案例说明：

销售部门薪资及绩效

一、架构及薪资

架构	人数	薪资	绩效
总监	1	4500	1000
经理	2	4000	1000
业务	10	3000	500

二、 绩效

业务

时间	成交客户	意向客户	绩效	说明
第一月	5	30	500	成交客户与意向客户各占绩效 50%。
第二月	20	60	500	
第三月	20	90	500	

经理

时间	部门成交客户	部门意向客户	绩效	说明
----	--------	--------	----	----

第一月	25	150	1000	部门成交客户与意向客户各占绩效50%。
第二月	100	300	1000	
第三月	100	450	1000	

总监

时间	全部成交客户	全部意向客户	绩效	说明
第一月	50	300	1000	全部成交客户与意向客户各占绩效50%。
第二月	200	600	1000	
第三月	200	900	1000	

三、说明：各级提成另计。

制定该企业的销售部门薪资及考核标准，应考虑行业的类别、客户基数群体、开发客户的难易程度与企业自身状况综合制定。

对初创期企业而言，给出的底薪应高于当地行业标准线，但不宜过高；对新企业的入职销售而言，对他们要有阶段性的考核标准，降低考核要求，一是为公司留人（充人气用，这类滥竽充数的人不宜多，一两个就够），二是要给他们成长空间，沉淀自己的职业技能，沉淀客户。其中的考核方式以三个月为宜，三个月后另行更改，循序渐进，积累技能、积累意向客户、培训企业造血功能为主要思想。

想在现代社会中，招聘到职业技能高超，资源丰富的人才，那叫挖墙脚，不叫招聘，且

对初创期的企业而言，这样的人才可遇不可求，建议企业脚踏实地培养自己的人才队伍。

销售部门的建设是企业可持续发展的根本所在，在制度建设上应以初期开始做计划，规范化管理在初期进行建设，有助于企业完成阶段计划与过度，销售部门的规范化管理建设并不难，做好如下几点即可，一、确定销售部门架构；二、各岗位职能确立；三、数据规范化管理；四、专业技能跟踪提升。其中数据的规范化管理仅需要电脑制作数据汇总表格及统计工作，但是数据后的分析工作需要部门经理及总监级别进行数据分析，其中发现问题与解决问题是岗位职能确定的基本能力，总监级别需要对整个销售部门做统一管理，推动企业业绩增长，部门经理级别需要对基础数据整理，并对一线人员做好相应的技能提升辅导及心理引导等工作，所有工作内容根据数据来制定，所有以上四点在销售部门中是循环关系。任何一个环节的出错或者轻视，都将是销售部门业绩产出不理想的原因。

结合以上内容，在企业成立初期，哪些部分可以直接实行规范化管理且不需要花费成本呢。

成立初期的企业可在该阶段为后期的企业全面规范化管理打下良好的氛围基础，在这个阶段，可将《邮件规范化管理办法》制定，直接使用，还能同时起到宣传企业形象的作用。

《短信规范化管理办法》亦然。企业内部文档的规范化管理制定，统一的字体、大小、格式、文件保存命名格式等等，在后期，随着需要的文档增加，可再修改规范化管理办法，对不同的文件，做出不同格式的要求，及文件内容，段落行间距等做出具体要求制定。

十三、发展中企业如何启动规范化管理

经历过初创期企业，顺利步入稳定期企业很难执行规范化管理，其中主要原因在于，企

业成员已经习惯没有规范化管理的运作。对于企业决策者而言，担心引入规范化管理会影响现阶段企业的发展计划，所以不敢引入。

规范化管理的实现需要规范化管理办法的制定、对管理办法的宣讲、引导，企业成员需要时间去适应，其中存在适应偏慢，影响公司现有运作效率降低的风险，从而带来企业时间成本增加，人员不适应而离职等问题。

针对发展中企业如何引入规范化管理，而不对企业内部造成太多影响，在此做出如下建议。

第一、率先推行公司全员适用的管理办法，如文档类管理办法、通讯类管理办法、考勤管理办法。针对企业全员。

第二、针对公企业核心部门执行保密制度管理办法，针对管理层。

第三、针对企业业务部门进行专项规范化管理培训，与执行，其中需进行多次培训引导，不宜一次成型，那是不可能的。

第四、后台部门进行规范化管理培训、引导与执行。

以上四点的间隔周期为一周为宜，其中第三、第四点细节过多，至少需要一个月。企业进行规范化管理没有影响是不可能的，能做的是将影响降到最低，并实现企业规范化管理。

发展中企业的规范化管理办法与上文中的初创期企业一样，不一样在于氛围需要引导、稳定需要考虑。

十四、制定规范化管转精细化管理总结

规范化管理是一个庞大的管理系统，涉及细节多，要求严密，环环相扣。制定规范化管理办法本身需要对企业内各部门业务模式了解，才能对各个环节做出有效的管理办法，当公司全员熟悉且逐渐能熟练掌握企业管理办法后，才算是形成了规范化管理。

以上在对规范化管理进行说明的同时，已经加入精细化管理的内容，对精细化管理无需再进行说明。