

培训的管理制度

培训的管理制度（通用 7 篇）

在社会发展不断提速的今天，各种制度频频出现，制度是指要求大家共同遵守的办事规程或行动准则。拟定制度的注意事项有许多，你确定会写吗？下面是小编帮大家整理的培训的管理制度（通用 7 篇），供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

培训的管理制度 1

一、培训目的

1、让新进人员了解公司发展历程、组织目标、机构设置和部门职责，及有关人事、安全等知识；增同员工对公司的认同感和归属感；

2、使新进人员了解公司产品知识和生产流程，更快胜任未来工作，更好为公司服务；

3、培养良好的行为标准和礼仪规范，培育员工自我治理、自我控制和团队协作精神。

二、企业职工培训管理对象、时间期限

所有新进人员必须接受本公司举办的二天脱产岗位培训。坚持先培训后上岗的原则。

脱产培训时间安排为公司 1 天半、各课培训半天，实际练习从上岗开始至能独立工作和操作，练习期限由各课确定。

三、培训阶段划分本公司入职培训分为公司培训、部门培训、和岗位实际练习三个阶段。

四、培训内容

1、公司培训的主要内容：

（1）公司发展概况。xxxx 在中国和世界的发展，xxxxxx 的创立和发展前景，公司目前的目标、方针组织机构和职责；

（2）产品知识介绍。让员工了解 xxxx 的产品和生产工艺；

（3）人事制度：作息时间、休假、请假、晋升、培训、奖惩、工资结构、发薪日、加班工资、支薪方式、社会保险及为员工提供的其他福利。

(4) 安全教育。包括安全制度和程序，消防设施的正确使用，安全卫生、劳动保护、5S 知识；

(5) 总务制度。主要有公司进出、工作牌、考勤卡使用、劳保领用、工作午餐、个人车辆停放等。

(6) 行为规范和礼仪知识。包括保守商业秘密、务工纪律、和员工仪表、穿着、交往、接电话等知识。

2、部门培训的主要内容：

(1) 本部门的概况介绍。人员的引见熟悉、本部门承担公司的主要工作，带领员工现场参观；

(2) 工艺（作）流程介绍。包括工序划分、生产知识、技能要求；

(3) 部门制度。包括工作安排、服从分工、提案建议、劳动纪律要求。

(4) 安全、卫生和 5S 工作。包括安全常识、防护知识、注重要点、典型案例教育，如何做好 5S 工作等。

(5) 报到手续办理。包括领取工作牌、考勤卡劳保服、鞋、防护用品、更衣柜等。

3、岗位实地练习的主要内容：

(1) 知识培训。讲解本岗位的理论知识

(2) 技能培训。确定培训指导人、学习期限、技能要求、培训进度等……编制《岗位练习计划表》一式三份，员工、主管课、人事课各执一份。

五、培训教材

本公司培训以自编教材为主，适当购买教材为辅，为提高培训质量，凡培训涉及到相关部门需提供培训资料的，由各课编制教材并提供给人事课，可编制成书面资料或幻灯片。由人事课统一编制成公司入职培训教材。

六、培训师资

本公司培训师资由公司内部人员承担，人事课担当为主，各课配合承担部分课程讲解。

七、传授方法传授方法主要采取讲解、录像、幻灯放映、典型案

例、现场演示等方式。

八、培训的跟踪、测试和评估人事课对每次入职培训效果进行测试并记入个人培训履历卡，对测试不合格的进行跟踪培训。

员工进入岗位练习后，各课应按岗位培训计划实施员工岗位练习，人事课进行跟踪，培训期满前，各课应进行技能测试和评估，并将结果反馈给人事课记入员工个人培训履历卡，对期满考核不合格的应进行再培训或予以辞退。

九、本制度经议讨论通过后实施。

培训的管理制度 2

一、目的

加强客户管理，建立有效的客户准入与退出管理机制，规范德奥假肢矫形康复技术有限公司（以下简称“公司”）所属销售部门管理行为，实现对客户的统一协调管理。

二、适用范围

公司营销事业部所属各销售部门

三、编制依据

国家相关法律法规及公司其他规章制度

四、职责分工

1、营销事业部

a) 建立公司整体客户管理系统，完成各类相关产品的客户管理和维护工作；

b) 制定符合客户管理系统的工作思路、操作性强的工作标准与业务流程；

c) 指导所属各销售部门在客户管理系统下，结合本《制度》制定符合各部门实际需求的客户管理实施细则和管理流程，并监督落实；

d) 制定公司客户准入标准和淘汰标准，建立公司客户黑名单信息数据库；

e) 根据公司市场营销规划、销售计划及客户贡献价值，协调各所属部门进行客户的开发、管理和维护等工作；

f) 负责所属各销售部门的客户信息库，收集、整理、归纳并及时更

新客户信息数据库中的相关信息；

g) 建立公司各销售部门客户的内部信息沟通机制，协调部门间关系，确保管理系统顺畅、有序运行；

h) 建立客户信息管理反馈制度，及时处理各部门有关客户管理的建议、意见及有关报告，根据具体情况调整、修改相关规定；

i) 协调、组织各部门市场区域的产品推广会、产品展销会、客户座谈会及公司全年客户答谢会等，了解客户需求，共同制定关键客户发展计划；

j) 本着公平、公正原则，以合作双赢的理念协助处理客户的投诉与意见反馈。

2、各所属销售部门

a) 按照公司客户管理系统及本《制度》的相关要求，结合本部门实际情况，制定适合本部门市场开发、客户管理和维护的客户管理实施细则，并组织实施、监督落实；

b) 销售内务主管（内勤）负责本部门的客户档案管理工作；c) 收集、汇总、分析区域市场情况、客户信息资料，细化公司销售总体策略及销售规划，确定客户结构、类别比例，制定客户开发计划；

d) 按照本《制度》的要求，进行客户的分级和阶段性评审管理，建立适应本部门需要的客户档案和客户信息数据库，包括客户黑名单数据库；

e) 及时、准确地录入与更新公司销售客户管理系统中本部门的销售客户及产品市场等相关信息；

f) 管理和维护本部门的客户，包括但不限于进行客户拜访、与客户充分沟通、了解客户需求、愿望及经营变化，搜集整理客户意见，制定具有针对性的营销方案，及时调整相关客户政策，不断提高客户满意度与忠诚度；

g) 制定客户投诉管理办法，明确客户投诉处理种类、范围、责任部门/人及处理时间，确保客户投诉得到妥善处理；

h) 依照客户信息协调机制的相关要求，就客户管理工作及时与公司高层及各部门协调沟通。

五、管理内容

1、客户准入制度

1.1 公司所属各销售部门在销售客户管理工作中应施行具体的准入制度。客户准入制度不适用零售客户和内部关联交易客户管理，各部门可根据实际情况建立适合本部门营销工作需要的零售户和内部关联交易客户管理办法。

1.2 客户准入的基本条件主要包括以下内容：

a) 具有独立承担民事责任的能力，客户必须为具备工商营业执照、税务登记证等有效证件的企业，医疗机构应有国家相关法律法规要求的所有合法资质；

b) 具有良好的商业信誉；

c) 必须通过签订购销合同的方式与公司所属各销售部门建立买卖关系；

d) 在既往经营活动中没有违法记录；

e) 客户必须拥有其拟销售或经营的相关产品的经营/使用资质，包括但不限于国家要求的专项资质等；

f) 积极与公司及各销售部门配合，共同维护公司的品牌形象。

2 客户的分级管理

2.1 为准确把握客户的价值贡献，做好客户的开发与管理工作，公司所属各销售部门须根据客户的具体情况，将符合准入基本条件的客户按业务合作量、应收款情况、经营信誉与对我公司产品忠诚度考虑划分为VIP客户、优选类客户及合格类客户。

2.2VIP 客户标准如下：

a) 必须为具有一定规模的企业/医疗机构（三级乙等以上或病床位达到张床位的专业骨科/创伤医疗机构，或者既往与我公司业务量每年不小于万元），经营效益良好，信誉度、稳定性、忠诚度高的直接经销商或医疗机构；

b) 在已开展的同公司的商业活动中，能够按期支付货款，交易风险小，无滞期付款、逾期未提货等违约记录；

c) 有意愿与公司建立长期的合作伙伴关系，共同承担市场风险，

共同享有市场机会带来的利益；

d) 公司所属各销售部门的 **VIP** 客户的总数量不得超过本部门客户总量的 15% ，单品种 **VIP** 客户原则上应控制在该品种客户总量的 15% 以内。

2.3 优选类客户标准如下：

a) 在本区域有一定的知名度，当前无风险，经营相对良好的经销商或医疗机构（二级甲等以上或病床位达到张床位的专业骨科/创伤医疗机构，或者既往与我公司业务量每年不小于万元）；

b) 具备一定经营实力，且产品年需用量或销售量较大；

c) 诚信度、忠诚度较高，有与公司长期合作的意愿；

d) 在已开展的同公司所属各销售部门的商业活动中，无滞期付款、逾期未提货等违约记录；

e) 公司所属各销售部门的优选类客户的总数量不得超过本部门客户总量的 30% ，单品种优选类客户原则上应控制在该品种客户总量的 30% 以内。

2.4 合格类客户标准如下：

满足公司所属各销售部门客户准入基本条件的，除 **VIP** 客户、优选类客户之外的其它客户。

2.5 公司所属各销售部门在斟选 **VIP**、优选类、合格类客户时，可参考本《制度》附件 1 《销售客户审核评价表》中的评审标准，制定符合本部门需要的、符合实际情况的具体分销售产品的客户评审标准。

3 客户分级管理权限及升降级管理制度

3.1 公司所属各销售部门在客户管理工作中须采用动态管理的方式，客户信息库应根据本部门销售工作的实际情况，如该客户在该时间段的合同履行情况、货款支付情况、诚信情况等，进行定期更新（一般为每半年进行一次调整）。

3.2 公司所属各销售部门针对本部门客户进行阶段性评审，原则上每 6 个月进行一次，填写客户阶段评价表（附件 2），并将评审结果报送营销事业部统一备案。

3.3 公司所属各销售部门的 **VIP** 客户，若在一个评价阶段中出现相

关问题(包括但不限于对已经签订的合同执行能力差、付款不及时、客户公司日常运行出现重大危机等),则各所属单位应根据阶段评价结果和出现问题所产生的后果,5日内将该VIP客户降为优选类客户或合格类客户,若因该客户原因,导致公司重大损失或声誉的损害,则各所属销售部门应及时将具体情况报送营销事业部。营销事业部核实后,有权将该客户列入公司“销售客户黑名单”(附件3),并及时在公司内部网站登录黑名单信息,通报各销售部门,在公司所属各销售部门范围内清除该客户。

3.4 公司所属各销售部门的合格类客户、优选类客户若在一个评价阶段中表现良好,各单位可根据阶段评价结果将该销售客户上升为优选类客户或VIP客户。

3.5 公司及各所属销售部门在客户管理上施行“客户黑名单”管理。具体管理方法如下:

a)公司“客户黑名单”的管理权限在营销事业部,营销事业部将公司“客户黑名单”以报表的形备案;公司所属各销售部门的“客户黑名单”的管理权限在各所属部门,各所属部门应将本部门“客户黑名单”以报表的形式上报营销事业部备案;

b)如某客户进入公司所属某销售部门的“销售客户黑名单”,则该部门不得再与该客户发生商业行为;如某客户进入公司的“销售客户黑名单”,则公司所属各销售部门皆不得再与该客户发生任何商业行为。

培训的管理制度 3

为加强企业管理,建立健全培训机制,使培训工作制度化、规范化、经常化、创新化、强化其考核力度,特制定本员工培训考核方法。

一、培训领导机构

各单位上报培训计划,由人力资源部审定后实施,人力资源部是员工培训工作的综合管理部门,并全面负责对各单位的考核工作。

二、考核标准

(一)安环知识标准

1、掌握安全生产、环保方针、政策和公司安环的规章制度及有关

安全技术规定。

2、懂得安全生产和环境保护工作的重要性。

3、基本掌握本岗位的生产工艺及主要设备概况。

4、能正确使用防护用品、消防器材、工器具及本岗位的仪表设施、防护装置、安全装置等。

5、能准确掌握本岗位的安全规程。

6、掌握一般职工的安环职责。

(二)生产技术和工艺知识标准

1、熟练掌握本岗位操作规程。

2、掌握本单位和本岗位工艺流程知识。

3、懂得设备性能、原理、维护保养及操作。

4、熟悉本岗位安全生产、防尘、防毒知识。

5、做到“四懂”，即懂知识、懂原理、懂性能、懂用途；“三会”即会使用、会维护保养、会排除故障。

三、考核办法

本考核办法只从安环知识和生产技术知识方面考核，涉及其他方面由公司相关部门根据实际加以考核。

1、各单位根据培训时间要求组织培训，结束后由公司安环部和生产技术部联合出题考试，并负责考试管理和试卷评阅工作，全过程本着公平、公正、公开的原则。

2、考试成绩汇总各方面评定出优(95分以上)、良(80—95分)、中(60—80分)、差(60分以下)等，并按单位(可按车间统计)算出优秀率和及格率，评阅完毕后公布结果，并整理上报公司领导和相关部门(特殊情况下考试成绩评定标准可根据实际情况采取灵活多变的形式)。

3、公司安环部和生产技术部负责对各厂进行培训考核，由公司人力资源部监督。

(1)及格率达95%以上的，奖励单位负责人人民币200元，凡成绩达95分以上的员工，将给予50元的奖励。

(2)凡未及格人员进行待岗1—2个月处理，限期学习补考，期间只发个人岗位工资的60%，补考合格后上岗，否则予以辞退。

(3)对及格低于 80% 的，处罚其单位负责人 200 元。

4、各单位根据培训及考核情况，按 10% 的比例，评选“岗位操作能手”，“最佳学习标兵”，“最佳创新成果”等，评选可个人申请或车间申报，经厂部审核，再上报公司审批。评选采用“逐级递减法”确定人员，除发给荣誉证书外，还给予获得者 50 元奖励。

四、本考核办法从发布之日起执行。

(一)总则

第一条目的

为了对员工进行有组织、有计划的培训，以达到公司与员工共同发展的目的，根据公司人力资源管理基本政策，特制定本制度。

第二条原则和政策

(1)公司培训按照“经济、实用、高效”的原则，采取人员分层化、方法多样化、内容丰富化的培训政策。

(2)员工的专业化培训和脱产外出培训坚持“机会均等、公平竞争”的原则，员工通过突出的业绩和工作表现获得激励性培训和发展机会。

第三条适用范围

本制度适用于公司所有正式员工。

(二)培训内容和形式

第四条培训内容

培训内容包括知识培训、技能培训和态度培训。

(1)知识培训

不断实施员工本专业和相关专业新知识的培训，使员工具备完成本职工作所必须的基本知识和迎接挑战所需的新知识。

让员工了解公司经营管理的状况，如公司的规章制度、发展战略、企业文化、基本政策等，是员工掌握企业的共同语言和行为规范。

(2)技能培训

不断实施在岗员工岗位职责、操作规程和专业技能培训，使其在充分掌握理论的基础上，能自由的应用、发挥、提高。

(3)态度培训

不断实施心理学、人际关系学、社会学、价值观及政治觉悟的培

第五条 培训形式

培训形式分为员工自我培训、员工内部培训、员工外派培训和员工交流论坛。

1、员工的自我培训。

员工的自我培训是最基本的培训方式。公司鼓励员工根据自身的愿望和条件，利用业余时间通过自学积极提高自身素质和业务能力。

公司会尽力提供员工自我培训的相关设施，如场地、联网电脑等。原则上对员工自我培训发生的费用，公司不予报销。

2、员工内部培训

员工的内部培训是最直接的方式，主要包括：

(1)新员工培训。

(2)岗位技能培训。

(3)转岗培训。根据工作需要，公司员工调换工作岗位时，按新岗位要求对其实施岗位技能培训。

(4)部门内部培训。部门内部培训由各部门根据实际工作需要，对员工进行小规模、灵活实用的培训，由各部门组织，定期向人力资源部汇报培训情况。

(5)继续教育培训。公司可根据需要组织专家进行培训。

3、员工外派培训。

员工外派培训是公司具有投资性的培训方式。公司针对员工工作需要，会安排员工暂时离开工作岗位，在公司以外进行培训。员工个人希望在公司以外进行培训(进修)，需填写《员工外派培训申请表》，并附培训通知或招生简章。由人力资源部审查，总经理批准后方可报名。外派培训人员的工资待遇、费用报销由人力资源部决定。

4、员工交流论坛

员工交流论坛是员工从经验交流中获得启发的培训方式。公司在内部局域网上设立员工交流论坛。

(三)被培训者的权利和义务

第六条 被培训者的权利

、在不影响本职工作的情况下，员工有权利要求参加公司内部举办的各类培训。

2、经过批准进行培训的员工有权利享受公司为受训员工提供的各项待遇。

第七条被培训者的义务

1、培训员工在受训期间一律不得归于规避或不到。对无故迟到和不到的员工，按本公司考勤制度处理。

2、培训结束后，员工有义务把所学的知识运用到日常工作中去。

3、外部培训结束一星期内，员工应将其学习资料整理成册，交由人力资源保管。并将其所学教给公司其他员工。

4、员工自我培训一般只能利用业余时间，如需占用工作时间的，在人力资源部备案后，需凭培训有效证明，经所在部门负责人批准后，做相应处理。

5、具备下列条件之一的，受训员工必须与公司签定培训合同。

(1)外部脱产培训时间在3个月以上。

(2)公司支付培训费用3000以上的。

(四)培训的组织和管理

第八条人力资源部负责培训活动的计划、实施和控制。基本程序如下：

1、培训需求分析。

2、设立培训目标。

3、计划培训项目。

4、培训实施和评价。

第九条其他各部门负责协助人力资源部进行培训的实施、评价，同时也要组织部门内部的培训。

第十条建立培训档案

1、建立公司的培训工作档案，包括培训范围、培训方式、培训教师、培训人数、培训时间、学习情况等。

2、建立员工培训档案，将员工接受培训的具体情况和培训结果详细记录备案，包括培训时间、培训地点、培训内容、培训目的、培训

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/078061072013006125>