# 这样开晨会周会更有效

## 目录

一、引言 1

二、这样开晨会更有效 2

1、公司司训 2

2、工作梳理 3

3、政令宣导 3

三、经销商优秀晨会分享 3

四、这样开周会更有效 3

1、业绩点评 3

2、案例探讨 3

3、重点工作 3

4、销售解答 3

五、经销商有效周会分享 3

# 一、引言

一个企业的例行管理建议靠三个方案和三个会议来进展管理的，其中的三个方案就是年度工作方案表、月度工作方案表和周工作方案表，而三个会议那么是晨会、周会、月会。本手册重点分享晨会周会的一些例行会议容，有相关问题或意见可与日立事业部王联系。

例行会议的管理首先就是要提高会议效率,不能打持久战。所以建议"25 分钟晨会,90 分钟周会〞的管理要求，主要目的是大家要会前认真准备并做好会前的沟通和协调,防止在会议上进展过多的讨论甚至争执。

没有规矩，不成方圆。所以，为了保证会议的高效，对于会议纪律，一般建议：第一，会议组织人员负责会议纪律的维护〔手机静音，不来回走动，报告收缴等〕，准备签到表，组织参会人员签到；第二，参会人员提前 5 分钟到达会场进展签到。会议开场时，组织人收回签到表。会后，组织人在签到表上标注迟到〔注明到会时间〕、未到人员。第三，参会人员如不能按时出席，需提前向会议组织人请假。第四，如应出席人因故不能出席，需指派代理人员参加，并提前告知会议组织者。

会议管理是企业管理中最常见的一种管理工具和管理手段，只要坚持贯彻执行，管理必然会逐步走向规，效率也必将会逐步提升。

# 二、这样开晨会更有效

对于晨会，我们的目的很单纯，就是点人头，到齐了吗？然后统一目标，上路开工，投入工作状态。所以，建议晨会有以下几点

第一，开会时间不能太长，8 点 30 上班，每天早上 8:35 开场，尽可能在 9:00 之前完毕，如有特殊新增的且需全体成员参与的重要工作，可适当延长，但最长不超过 30 分钟。

第二，轮流主持，每个人都要对会议主持有一个切身体会，以防止常见会议中的不迟到、不主动、不认真、不积极、散漫等行为的发生。期望大家能够准时、认真、切实体味尊重与被尊重是相互的。

第三，会议主持人要在会议完毕 10 分钟之将当日会议纪要放在部系统上或者宣传

栏里，大家可以随时看。

第四，晨会容主要集中在今日重点工作安排，同时要求每个人当日下班自己主动到部系统或宣传栏中更新自己当日工作的完成情况，力求做到日事日毕。

第五，原那么不鼓励坐着开晨会，期望大家站立开会，一时间不长，二站着精神状态好些，对身体也好些。

第六，磨刀不误砍柴工，但凡工作日，一定坚持开晨会，让大家养成一个良好的工作习惯，并在坚持中持续改善。

以下截取一些优秀经销商的做法，大家可以参考学习。

## 1、公司司训

### 案例一

想法+方法+做法+执行力+坚持＝成功；

挣钱，是你追着钱跑；值钱，是钱追着你跑；经营自己，就是经营自身价格；把事做好，你才值钱

--摘自"经销商晨会"

### 案例二

不抛弃，不放弃！

--摘自"经销商晨会"

### 案例三

主持人分享生活小故事，励志小故事

--摘自"经销商晨会"

### 案例四

不吃饭不睡觉，打起精神赚钞票！一年之计在于春，一天之计在于晨，大家跟着音乐动起来！

--摘自"经销商晨会"

**案例五**

一、一切为客户效劳！

二、实事，敢为人先！

三、快乐工作，安康生活！

四、做日立中央空调解决方案领导者！

--摘自"经销商晨会"

**案例六**

认真，快，绝不找借口

认真，快，绝不找借口

认真，快，绝不找借口

--摘自"经销商晨会"

**案例七**

团队执行力就是生产力！

没有执行力就没有生产力！

客户永远第一位！效劳专业！

--摘自"经销商晨会"

## 2、工作梳理

**案例一**

〔1〕个人工作

各成员逐一汇报昨天重点工作完成情况〔只说结果，一件事一句话概括说〕，举例:香玉，去农村市场进展活动宣传，搜寻来 10 多个有效信息，五一期间进展跟踪拜访。

〔2〕销售案例

香玉进展有效信息收集分享，怎么样能够做到有效信息的及时收集

〔3〕重点工作

五一活动促销宣贯，每个人对自己手里的潜在客户及时邀约，尽量提前收取定金；

开展设计师培训活动的准备，设计师团队，初定在下周二我们公司和设计师合作的几个装饰公司举行培训活动，邀请的设计师，需要准备的资料都开场着手准备。

--摘自"经销商晨会"

## 案例二

〔1〕个人工作

然：a.昨天邀请康城瑞河兰乔业主明日来公司进展团购活动，同意来进展团购的有 5 户，并沟通确认好时间; b.今天工作容是继续邀请康城瑞河兰乔业主来公司店里团购，并加大力度，争取再邀请 5 户; c.采购水果、干果，布置店里气氛，以便明日业主团购。

星明：a.昨天去大学里别墅区 4204 和 5207 户业主家量房并已经报价，其中 5207 户业主先生近期装修，重点跟踪；b.下去继续在大学里别墅区和誉天装饰公司沟通并等待业主；c.今天还是在大学里别墅区等待业主。

建：a.昨天在新丽都鑫潮店接待海德公园 7-2-602 业主家量房并已经报价。近期丽都鑫潮组织品牌联盟活动，在丽都鑫潮负一层举行，费用 5000 元，公司是否参加？b.海德公园小区都是大面积户型 80-120 平米，通过物业了解到可以做电梯广告 24 部，费用 5000 元，公司是否参加; c.4 月 20 日绿博会物料情况和日立厂家业务工沟通 4 月 19

号喷绘物料能到收到。

〔2〕主管点评

然，今天工作容非常艰巨，本月底瑞河兰乔小区就要交钥匙，一定抢在大金、格力前面把业主的心稳定下来，只要明天交了定金，我们就有主动权了，赠品我已经和工沟通好，今天你要照着 10 户邀请，明天的团购才有气氛和效果。

星明，你要常驻大学里别墅区和誉天装饰公司搞好关系，从中得到有效信息，该请设计师吃饭喝酒就去做，到时候费用实报实销，但是要有效果。

建，丽都鑫潮的品牌联盟活动你要了解到是什么样的形式进展的，邀请的业主都是什么样的人，是不是我们的潜在客户，有没有单独的品牌介绍时间，整理好汇报给我。海德公园的情况我已经了解了，这块我和工沟通下。

〔3〕重点工作

a.现在正是销售空调的旺季大家要再接再厉，瑞河兰乔小区的团购活动就在明天，我希望大家把今天的事情完成后明天来店里帮助，也是大家提升自己的一次时机。团购到达 20 套，我们一去出去旅游。

b.4 月 20 号的绿博会大家要在自己的朋友圈里尽量多的宣传要造势。

c.大学里星明一定要多和誉天装饰公司设计师沟通进展多出单，本月你的任务是 2 套，现在本月过半，一定要把那两户业主搞定。

业精于勤荒于嬉，行成于思毁于随。付出总有回报大家加油吧！

--摘自"经销商晨会"

## 案例三

### ⑴ 个人汇报

大家逐个汇报昨天的工作情况，包括打数量、获取的有效信息个数，做了几份报价

以及报价客户的跟进情况，在谈客户或跑小区，装饰公司、施工等遇到的问题简述。对今天工作的方案。

**⑵主管点评**

个人汇报完后，公司主管对其工作情况进展点评，针对遇到的问题提出意见或应对策略，同时落实之前安排给他的工作进度进展个人日精进比照。

**⑶案例分享**

对于昨天的成功签约案例进展分享，也可是打或跑装潢公司的经历分享，学习他人的长处，做到扬长避短。

**⑷昨日工作总结**

简要总结昨天的工作情况，并通报最优和最差员工，同时结合身边的具体实例鼓励员工做的更好对于表现优秀的员工进展红包奖励；

**⑸当天工作方案**

主管根据前面每位员工的当天工作方案对团队作出合理的当天方案〔包括有效信息个数，签约个数，数量以及装潢公司的开发〕

**⑹政令宣导**

包括重大信息的通报及制度概要，以及喊口号"每一天，为明天〞，合唱歌曲："我相信"。

--摘自"经销商晨会"

## 案例四

**⑴晨会流程：**

a.部门负责人汇报昨天的重点工作完成情况；没完成怎么推进？

b.存在什么问题？需要什么支持？

c.今日重点工作方案。

d.王总来总对各部门工作的点评和指导。

**(2)自销部经理-德民**

a.昨日重点工作:金辉世界城与香榭兰廷的合同已签，海德堡小区调研工作没有落实清楚，小区保安看守严格，没有有证件进不了门，打听到小区门口沙霸可以进门，今天去找他谈，想方法进去。

b.今日工作方案：调研清楚海德堡小区情况，看是否需要扎点；文，伟负责金地西沣公元小区客户开发，王铮在店面谈客户，打邀约客户参加 3-15 活动。

c.王总点评：要考虑如何监视销售人员工作的真实有效性及促进团队之间的配合，提高工作效率，建议每人做出客户管理动态表 客户，联系方式，日期，地址，谈话容，存在问题，所需公司支持，所需团队支持。下班后团队成员之间互换打既能真实了解员工工作的真实性又能进一步了解客户的真实意向。

**(3)渠道部经理-薛旋镝：**

a.昨日重点客户回访工作已完成，存在问题：经销商开店的政策与支持，需要进一步确认。

b.今日工作重点：跟进众欣的网吧工程进展情况；还有四家邀约客户没到，催促跟进经销商的 3-15 活动客户邀约情况。

c.来总点评：经销商专业店的开店政策由主任负责给到渠道部；渠道部工作要抓重点，把客户分为 A\B\C 类，抓重点的客户；打能解决的不要去拜访，要提高工作效率，加快客户回访工作。

**(4)办公室主任-媛：**

a.昨日工作：工程安装照片提交完成。

b.今日工作重点：针对 3.15 出现的客户投诉我们需要大家给意见如何提升客户满意度？静、周静及时完成莱安逸珲和鼎正中央领郡的图纸及方案报价；我负责应聘者面试工作；董娜负责安装录入和报备系统更新。

c.王总点评：合理分配安排员工工作，提高我们的效劳速度；工程方面做好售后效劳，制作我们自己的"沃宇效劳卡〞，让客户全天 24 小时都能联系到我们，争取做到客户零投诉。

--摘自"经销商晨会"

## 案例五

**〔1〕晨会目的**

a.落实报备信息。

b.讲解小区 315 团购，单页容。

c.总结昨天业务中存在的问题。

**〔2〕所有人员梳理报备信息**

因为现在已经无法再报备，今天厂家帮我们紧急更正，大家务必落实，不要乱删乱留，两位销售经理落实，袁丹审核过后调整信息。

**〔3〕个人工作汇报**

a.唐燕：华宇天宫的姐今天中午 10:00 要来公司，再次谈一下空调、地暖方案；b.冉启林：今天下午客户要 EX 一拖五，我想让唐小华和我一起去；c.王玉平：设计师自己家里要用空调，价格可不可以在之前说的根底上再廉价点？

**〔4〕周主管点评**

a.唐燕在 9 点半的时候再给客户打个，确定今天上午 10 点能到，我好安排其他工作；b.唐小华今天就和新同事冉启林一起去；c.关于设计师家里做空调的问题之前已经

有过明确的规定，低于这个价格我们不做。

**〔5〕讲解 315 活动政策**

**〔6〕总结昨天的问题**

昨天罗寓波的那个工地，室外机不好安放的问题已经解决。最近大家的签单量，信息量，方案设计后成功率都比去年有很好的增长，希望大家继续加油，争取第一季度的会议可以在高端的酒店举行！

一定最大限度的利用我们在约克郡及保利江山明珠的小区广告。昨天胡道见签了一个润丰水上的别墅合同金额 12 万，这个业主就是去约克郡的一个亲戚家，刚好看到了我们的广告。所以我们一定要好好珍惜，公司提供的资源，最大限度的去利用它。我们这次 315 单页印刷了 2000 份，务必要全部有效的发放出去。

--摘自"经销商晨会"

## 案例六

**〔1〕个人工作〔以娟为例〕**

娟今日：a.总别墅送方案；石建材朋友沟通，信息交流；正荣套房沟通签约；b.娟昨日：幸福城小区信息打了 20 个，完成有效信息 3 个；c.涵江黄先生自建房签约，完成；幸福城姐来展厅-未完成，改时间

今日需推进工作：a.幸福城姐来展厅-微信沟通三菱的比照，约周末到店；b.正荣有效跟进，约业主到店面，微信已加；c.正荣业主信息继续，每天 20 个

**〔2〕主管点评**

a.小区业主信息持续每天持续扫一遍；b.姐约不过来，我们上门送方案，送方案的时候可以找我一起；c.涵江黄先生的工期，进场时间，及时通知监理和文员，安排安装和送货

〔3〕重点工作提醒

总别墅的方案做好了，给我看下，送方案的时候约上我或者是区域经理协助；正荣小区扫出来的有效信息，让驻守的同事协助你跟进。

〔4〕周度、月度任务跟进

这个月合同额 30 万，签约 12 万，差距 18 万，信息还要补充；每个周 2 个客户到店，这个周目前还没有完成。

--摘自"经销商晨会"

## 案例七

⑴个人工作

昂：a.昨天上午去玉兰湾小区看完一个现场，拿回图纸，让设计做一个一拖四的选型，自己完成报价；b.下午去中粮祥云施工现场，跟业主沟通一下移机的问题；c.今天上午去玉兰湾小区做推广活动，联合装修的做到异业同盟，资源共享；d.下午配合经理去谈一个中央空调的家装工程。回公司做一下玉兰湾的报价，明天约业主谈方案。

和平：a.昨天去玉兰湾小区做推广，见到两个业主，要到了楼房信息，留下联系方式；b.跟其他品牌熟悉一下，做到资源共享，跟异业同盟建立合作关系；c.今天上午先把宣传车开到玉兰湾小区门口，为日立家用中央空调起到宣传作用；d.下午去看一个洗浴中心的改造工程。

任泉飞：a.昨天在网上发布颐和润枫中央空调的相关信息；b.下午做天竺新新小镇的图纸和方案设计；c.今天继续做天竺新新小镇和玉兰湾的图纸及设计选型；d.下午有时间去京杭府看一下施工情况，和装饰公司沟通一下最近几天的工程信息。

〔2〕主管点评

昂，把玉兰湾的工程一定要追踪及时，现在小区的竞争压力很大，得到一个有效信

息不容易，力争做到百分百签单。下午配合好经理的工作，她对中央空调不太了解，你要做好配合工作，发挥你们各自的特长，力争签单。

工，小区的推广工作比拟单调，需要足够的时间和耐心去做小区推广，一定要坚持下去，这个也是最直接的销售方式，另外，也要注重装饰公司设计师的资源。

小任，你的工作很繁琐，每天都在画图中度过，还要处理一些订单事宜，如果没有特别着急的工程需要画图做方案，可以选择室工作和外出联系客户相结合的工作方式。这样你的工作压力会减少一些。

--摘自"经销商晨会"

## 3、政令宣导

### 案例一

⑴表扬先进：向香玉的工作态度学习，大家也要想想，香玉的那些小的技巧我可以用上，我的老客户有多少需要重点维护的；

⑵提交资料：请各位销售提交一份无语活动的物料清单交给胡经理，提前做好准备，今天下班前交上。

--摘自"经销商晨会"

### 案例二

⑴新品发布，价格解析

⑵促销活动详情通告，活动开展安排

⑶厂家鼓励政策下发〔包括主推奖，打卡奖励等〕

⑷公司部活动通告，提前安排

--摘自"经销商晨会"

# 水电消耗总体情况



水电消耗总体情况是医院运营成本的重要组成部分，需要对其进行全面分析。

医院的水电消耗包括水、电、燃气等能源的消耗，这些消耗与医院的业务量、设备使用情况、医疗技术等因素密切相关。全面了解医院的水电消耗情况，有助于医院更好地控制运营成本，提高经济效益。

# 水电费用构成分析

水电费用构成分析是了解医院水电费用支出情况的关键步骤。



医院的水电费用主要由水费、电费、燃气费等构成。其中，水费和电费是医院运营成本的主要组成部分，而燃气费则相对较少。通过分析水电费用的构成，可以了解医院在水电方面的支出情况，为制定成本控制措施提供依据。

# 水电费用与业务量的关系




水电费用与业务量的关系是评估医院运营效率的重要指标。

水电费用与业务量之间的关系反映了医院的运营效率。通过分析水电费用与业务量之间的关系，可以了解医院在运营过程中的能源消耗情况，从而评估医院的运营效率，为医院的节能减排和可持续发展提供参考。

**(5)工作目标抽查**:a.容: 目标抽查，今日目标第几区？房源、模块目标清晰、合作伙伴是"；b.方式：提问 3 - 5 个经纪人；c.目的：让他们明白方案与目标的重要性,讲师也明白他们的方案，起了一定的监视作用。

**〔6〕自我鼓励**：a.容：所有失败和挫折都是财富，相信自己，相信伙伴，今天我一定能成功；b.目的：高昂的心态，提升精神面貌。

--摘自"经销商晨会"

# 四、这样开周会更有效

周会就是对当月工作进度的一个阶段性总结，是一个更短期的 PDCA 循环，看进度、做调整、做改善。同时，团队经理也可以根据本周的主要问题点和员工标杆行为进展案例引申点评，做一些企业文化建立的分享交流，来统一大家的思想和认识。

所以，对周会的几点建议：第一，每周的固定一天，时间建议下午 14:00—15:30，由团队经理主持；第二，设定专人做好会议纪要，并在当日下班前放在部系统中，大家随时可以看到；第三，周会的主要容就是上周工作进度简述，本周重点工作展望，需要大家协助的工作事项，每人 5 分钟左右。同时大家可以做一些销售案例的实践经历分享交流；第四，每个人每天上班，需要根据月度工作方案、客户需求、年度工作目标等来确定本周重点工作方案并汇总周工作方案在部公告栏贴公布。

## 1、业绩点评

**案例一**

**一、人员、产品、事项销售分析**

- 人员——都进展了签单，任务还有 15 万达成

- 产品——家装各系列都进展了销售，重点进攻的产品是单元式风管机
- 事项——重点推进风管机销售，另中小工程把控到位

**二、本周重点事项的推进情况**

重点小区推广、物业公司展示、与林凤装饰公司的促销推广、建材联盟参与、展会活动，对单元式风管机实现 15 万销售等等。

**三、措施**

a.完成周度、月度任务奖励 XXX 元现金

b.各位销售对自己的有效信息和正在跟进的信息进展汇总

c.签单销售要与大家分享签单的经过，促进大家的销售能力〔每日到客量与实际签单量统计〕

d.风管机我们要从产品优势和后期的使用节能上面引导用户，从而到达我们预定的目标任务

--摘自"经销商晨会"

**案例二**

**一、上周销售数据点评**

a.签单人员

| | 上周签约数 | 本月累计数 | 月度任务 | 任务完成 | 任务差距 | 客户有效信息 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 亚威 | 2 | 2 | 5 | 40% | 3 | 11 |
| 吕久辉 | 2 | 2 | 5 | 40% | 3 | 15 |
| 缪晓娜 | 1 | 1 | 3 | 33% | 2 | 8 |
| 林燕 | 1 | 1 | 2 | 50% | 1 | 5 |

b.签单产品

| 产品品类 | 上周签约数 | 本月签约数 | 月度任务 | 任务完成 | 任务差距 |
|---|---|---|---|---|---|
| EXPRO | 3 | 3 | 7 | 42% | 4 |
| VAMmini | 2 | 2 | 5 | 40% | 3 |
| VAM 别墅 | 1 | 1 | 3 | 33.3% | 2 |

c.点评

根据本月数据可以看出：以亚威、吕久辉为销售主力军的明朗暖通目前签单势头良好，而且签约率也比拟高，四月初已经完成 40%的签约量，而且有效信息也在不断增加，对客户把控度比拟高，新进业务人员缪晓娜、林燕的成长速度也非常快，每个星期也可以成功签约一单的速度，迅速成为明朗暖通的主力军，所以对于现在的良好趋势表示可喜，接下来需要做的事情就是对在跟进的客户进展有效回访，最终签单。有效信息再次进展筛选，选出优质客户。

**二、销售案例分享**

a.案例分享

客户的背景:客户是一位 28 岁左右的年轻人，在政府单位工作。房子在自在城二期，自装。

前期是同事在跟，在整理信息的时候得知客户已在三菱重工付了钱。于是，下午四点的时候给客户打了一个，想得知跟单中是否存在的问题。在沟通中，发现客户对产品科技异常关注，客户在网上比照后，对进口品牌的知识相当丰富，并意外得知客户只付了一千元的定金。在一番寻找竞争对手资料后，我们得知 XX 的三菱重工竟然能在官网上是没有授权的。在六点半的时候，马上跟客户进展了二次沟通，转达资料信息，并着重沟通售后效劳的重要性，完毕通话。

一刻钟后，客户来电，详细询问了日立的产品性能，〔中间我们互相并未谈及三菱

重工〕在沟通二十分钟左后，我第二次邀请客户是否可以现在来店里面谈，客户思量了一下，说：和母亲一起过来。

在等待客户的时候，我准备了各种详实并可在网上查询到的资料和精巧的小礼品。客户与其母亲如约而至。在整个沟通环节，相谈甚欢，最后客户抛出一个问题：我们排水泵是否进口，并且使用年限是多少？在我焦头烂额查询这个问题的时候，客户又提出如果我能证明排水泵是进口的，就可以当场签合同。

在此，我特别感日立的办事处，在已经八点半的时候认真对待我的问题，并给答复：排水泵是国产的，产地是新昌富士精工。并告诉我其他品牌也是国产的。客户得知答案后，很抱歉的告诉我，还是不打算更换空调品牌。

再又进展一番困难的沟通后，才知道，客户认为三菱重工的排水泵是进口的。 1.我证明三菱重工的排水泵不是进口〔通过网络〕；2.在同样不是进口的情况下，为何不选择保修时间更长的品牌！

b.案例分享

客户的背景:一对四十岁左右的夫妻。从事家具生意。房子购置在海景苑，装修公司半包。〔海景苑，由于是安置小区，格力居多，日立只入了两套〕。装修公司推了两个品牌，大金与日立。

报价表出来后，邀请来店详谈，夫妻二人一同来店。在沟通中，发现男房东只对价格感兴趣，女房东对产品知识感兴趣。而此时，我手里有的是男房东的，思量了许久，我并未向女房东要。〔反思：虽然在此时索要女房东很不礼貌，但是可以提出更多的产品性能可以发微信，应当在此时加女房东微信〕

这一次的碰面，各个方面没有任何问题，男女房东说明虽然大金牌子响，但对日立比对大金更感兴趣，但是由于大金报价没有出，希望在比对后，决定购置。

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/295330334134011214