# 检察院工作突破发展瓶颈工作心得体会

来源：网络 作者：浅语风铃 更新时间：2024-08-23

*第一篇：检察院工作突破发展瓶颈工作心得体会中央人才工作会议甫一结束，高检院党组随即召开会议予以贯彻落实，并就检察机关人才工作制定下发了《－2024年人才强检工作规划》。近三年来，高检院围绕检察人才、教育培训工作采取了一系列举措。首先是颁布...*

**第一篇：检察院工作突破发展瓶颈工作心得体会**

中央人才工作会议甫一结束，高检院党组随即召开会议予以贯彻落实，并就检察机关人才工作制定下发了《－2024年人才强检工作规划》。近三年来，高检院围绕检察人才、教育培训工作采取了一系列举措。首先是颁布了检察机关教育培训实施纲要，紧接着又在召开全国检察长会议的同时套开全国教育培训工作会议进行专题部署，其后又率先组织了全国基层检察长

培训班，在两年时间内，把全国3000多名基层检察院检察长全部轮训一遍，同时大规模推进教育培训，积极推进分级分类全员培训和岗位练兵活动，仅去年一年，就培训检察人员10.8万余人次，高检院直接培训4541人。

回望检察事业发展的历程，人才短缺，法律监督能力薄弱依然是发展瓶颈，既与检察机关的宪法地位极不相称，也严重制约了法律监督工作的有效开展:

缺乏应有的话语权。基层检察业务在法律适用的标准上一定程度存在着依赖其他部门的现象。一方面对执法部门的会议纪要、内部文件主导实践时有批评，另一方面又苦无良策。这从一个侧面反映了检察机关在具体的法律适用方面缺乏系统的、有针对性的研究，形成不了具有指导性的意见。能力不足自然声音不大。今年全国“两会”代表委员的建议中，也再次关注了检察机关“不敢监督、不善监督、监督不到位、乱监督”的现象。

缺乏一定数量的领军人物。检察业务主要是涉及刑法和刑事诉讼法。但放眼全国，在“两法”理论和实务研究方面，检察系统的领军人物相对稀缺，证据法、程序法、实体法拔尖的专家型、专门型人才相对较少，导致检察工作发展缺乏充足的发力点和智力支持。而民事行政检察业务的理论与实践研究则更为薄弱。检察制度研究视野不够开阔，比较不够充分，论证不够扎实，对一些法学前沿的理论问题研究不够，创新不足。无论是检察理论还是实务研究，原地打转、“炒冷饭”的现象不同程度地存在，十多年前的工作经验往往会成为莫名其妙的创新成果。

缺乏善于监督的过硬本领。不敢监督，归根到底还是不善监督;不善监督，归根到底还是能力不足。因自身业务不精，重大问题缺乏一锤定音的功底，对问题和错误缺乏必要的敏感性，致使诉讼监督机制不畅、效果不佳，仍停留在就事论事、为监督而监督的层面上。诚如曹建明检察长所言，“法律监督职能作用发挥得还不充分，不敢监督、不善监督、监督不到位的现象仍然存在”。

检察事业发展的瓶颈在人才，突破也在人才。“检察官要精研法律，精通法律”，只有狠抓人才建设、促进人才成长，才是突破瓶颈的关键:

充分重视人才在检察事业可持续发展中的重要作用，树立“以人为本”的人才工作理念，营造“育才、引才、聚才、用才”的良好氛围。要努力在检察机关形成“尊重人才、知贤善任、任人唯贤”的良好氛围，对人才多一份信任，多一份关怀，多一份培养，多一份包容。

加大教育培训工作的力度、强度，加快人才养成机制的培育。教育培训工作要有计划、有步骤、有系统，在针对性和实效性上下功夫，既要像抓主题实践活动那样大规模开展，集中抓、全面推，又要持之以恒，坚决防止一阵风。抓好教育培训，一是靠“教”，必须立足本职，加大岗位培训力度，让人才在实践中得到培养;要善于发现人才特点、潜质、发展方向，稳其心态、用其所长。二要靠“学”，积极开展“争创学习型检察院、争当学习型检察官”等活动，搭建平台、创造条件，积极动员全员参与，相互竞争，比学赶超。

深化“检校共建”机制，推动高层次人才的互动和养成。充分发挥高校在培养检察人才中的重要支撑作用，通过推行双向挂职，实现检校高层次人才的深入沟通，实现法学理论和检察实践的良性互动。高校教师进入检察机关，可以充分发挥其在理论研究的前瞻性、深入性、系统性方面的优势，更好地指导和提升检察实践，同时也厚实自身的实践积累;检察机关的高层次人才进入高校，可以充分汲取法学理论知识，同时也可以更好地反映实务需要，促进理论指导实践。

法律监督的对象是侦查机关、审判机关和行政执法机关，相对于有几千年历史的侦查制度、审判制度和行政制度，检察制度历史短暂，先天不足。要缩小差距，唯有加快发展，紧赶快追。发展靠什么?归根到底靠的还是人才。靠人才突破瓶颈，靠人才缩小差距，靠人才发力，推进检察事业的可持续发展。

**第二篇：检验科发展如何突破瓶颈**

检验科发展突破如何瓶颈

随着医学科枝的进步，检验医学的发展及现代医学管理模式的改变，检验医学在疾病的诊断、治疗、预防和健康检查方面发挥着越来越重要的作用。检验科良好的管理，对于提高和巩固检验科的地位，保持检验科在现代医院中的可持续发展起着关键性的作用。

一、加强科室管理，提高检验质量；严格按照检验科“准确及时，优质服务，科学管理，持续改进”的工作质量方针，逐步建立或完善全面的质量管理体系，规范枝术操作规程，必须实事求是地认真做好室内质控和xx市室间质控，争取参加xx省临检中心室间质评，来确保检验结果的准确度和真实性。具体措施：

1、建立室内质控曲线图，定期分析质控失控原因，及时纠正潜在引起实验偏差的趋势，不断改进实验室的工作。

2、加强仪器设备的管理，保持仪器性能的稳定和正常运转。

二、组织和人员管理；把科室进行分组管理，如生化免疫组、临检组、细菌组等，不同的专业实验室在工作上有明确的分工，但又需要相互间的协作来满足临床医生和患者的需求。仔细分析科室每一个人的优点和特长，调动一切积极因素，加强业务素质培训，不断更新新知识，更好地利用检验地带网新仪器开展好新项目，来适应医学发展，全面了解国际，国内医学检验的发展趋势，根据自身医院性质和特点及发展目标，制定出切实可行的检验科发展计划，这样的检验科才有后劲和潜力，才能保持可持续发展的良好局面。

三、重视急诊检验工作；因“急诊检验”不及时，结果不准确而引发的医疗纠纷屡见不鲜，建立“急诊检验”绿色通道，提供“快而准”服务。快速及时分析对心肌梗死，胰腺炎等急发病症的及时诊治具有重要价值。

四、加强与临床的沟通和联系；定期分析检验结果，特别是新项目对临床诊断的特异性，敏感性以及实用性的分析，保证检验质量，使临床对检验科的信任度得以提高。

五、新技术和新项目的开展；克服一切困难，想尽一切办法，积极开展新项目，兼顾经济效应和社会效应，充分发展前期引进的仪器设备的功能，开展临床迫切需要的检验项目，同时开展和扩充一些高精尖的项目，做到人无我有，人有

我精，从而得到临床的好评，同时也带来一定的经济效益。在开展新项目的同时，积极主动与临床医务人员沟通，宣传这些项目的临床意义，使他们意识到重要性，而用于临床，这样更好地为病人服务。有必要时，进行全院培训，这样可以提高全院医务人员业务水平。根据目前检验科实际情况有必要逐步开展如下项目：

1、生化类：风湿三项、载脂蛋白A和B、腺苷氨酶、转铁蛋白、铜蓝蛋白、G-6-PD等。

2、化学发光免疫类：甲功七项、性激素六项、HCG定量、肿瘤标志物如CA125、CA199、CA153、CEA、AFP、PSA、贫血三项、肌红蛋白、肌钙蛋白、糖尿病三项等。

3、建立HIV初筛实验室。

4、血库：根据输血规范血库应开展血型正反定型。

六、正确处理好中心医院检验科和社区服务站实验室的关系，首先在业务上要大力支持，帮助它们完成各种检查工作。其次灵活处理好人力和物力的支持，使它们顺利开展工作。

总之，科室发展是一项艰巨的任务，要充分认识重要性、必要性、长期性、要有紧迫感、责任感、使命感，要建立管理制度，确定目标，创造良好氛围，努力把科室建设成有特色，有优势的现代化科室。

**第三篇：如何突破农村发展瓶颈？（定稿）**

如何突破农村发展瓶颈？

8月10日，温家宝总理主持召开国务院常务会议，要求加快建立新型农村合作医疗制度，到2024年，在全国农村基本建立新型农村合作医疗制度。继减免农业税后，这一政策取向并不仅仅是另一项简单的“政策利好”，而是有着更深刻的制度含义。

能否保持农业和农村发展已经出现的好势头，当然取决于要坚持对农民实行

“多予少取放活”的方针，继续实行近几年行之有效的各项政策。但是，对农民减免税收和实行生产或收入补贴，毕竟是一种短期而有限的措施。要从根本上遏止城乡经济社会发展差距继续扩大的趋势，必须尽快形成统筹城乡发展的新机制，建立起有利于改变城乡二元经济结构的新体制。

我国农村的落后是长期形成的，全国人口的大多数至今仍然生活在农村。因此，扭转农村经济社会发展滞后的局面，必将是一个长期过程。随着近年来经济的快速增长和综合国力的明显提高，改变城乡二元经济结构的条件正日渐具备。目前我国总体上已经到了以工促农、以城带乡的发展阶段。按此要求，突破制约农村发展的瓶颈，至少应在几个方面加快推进体制改革和政策调整，以形成统筹城乡发展的新机制。

一要统筹城乡经济社会的发展规划。这不仅要协调城乡经济社会的各项发展指标和建设项目，更要切实调整国民收入的分配结构。从2024年的情况看，我国农村的固定资产投资只占全社会固定资产投资总额的16.34％，比2024年下降4个百分点；各级财政的支农支出占财政总支出的5.89％，比2024年提高1.06个百分点；在各金融机构的贷款余额中，农业贷款占总额的5.55％，比2024年提高0.63个百分点。不难看出，近年来财政支出和信贷资金投放的结构，确已开始出现向农村倾斜的积极变化；但就总体而言，它与农业在GDP、农民在总人口中的比重仍然是极不相称的。

二要统筹城乡市场尤其是劳动力等要素市场的发展，加快形成城乡统一、公平竞争的就业制度。1990年，在农民的人均纯收入中，来自家庭经营和工资性收入的比重分别占75.56％和20.22％；而2024年，农民人均纯收入中上述两方面的比重，已变化为分别占59.45％和34.0％。这表明，就业结构和收入来源的变化对农民的收入增长起着日益重要的作用。因此，快速推进的城镇化，无疑应当为农民提供更多、更便利、更公平的转移就业机会。

三要统筹城乡基础设施的建设。总体来看，农村生产发展、农民生活提高受基础设施瓶颈制约明显的局面并没有根本改变。仅就生活用品而言，2024年每百户农民所拥有的彩色电视机、电冰箱、洗衣机和空调机分别比城镇居民少58.3台、72.4台、58.6台和65.1台，普通电话机和移动电话分别少41.9部和76.7部。农村基础设施不足，也是制约农民增加购置和使用这些消费品的一大因素。因此，加强农村基础设施建设不仅具有直接改善农村生产生活条件的作用，也能为带动国内消费需求的增长提供巨大的市场空间。

四是统筹城乡社会保障体系建设。2024年全国纳入最低生活保障的有2613.9万人，其中农村367.1万人。按户籍计算，城市纳入低保者占总人口的6.33％，农村只及0.39％。由于城镇化的快速推进，土地被征收和流动进城的农村人口与日俱增，农业户籍人口基本依靠农村集体组织和家庭提供保障的传统方式，已难以适应当前的新情况。因此，必须加快建立既符合国情、又统筹考虑城乡的社保体系。

最后但是极为重要的一条，是统筹城乡教育、卫生等社会事业的发展。城乡教育、卫生等社会事业发展的差距更甚于城乡经济发展和居民收入的差距，这已成为人们越来越关注的一大突出问题。2024年，农村小学毕业生占全国的67.17％，中学毕业生只占全国的40.15％，其中高中毕业生仅占全国的10.43％；而城市（不包括县镇）这三类毕业生占全国的比重分别为14.02％、21.11％和36.93％。据卫生部门统计，我国2024年平均每千人有病床2.34张，其中城市平均千人有3.67张，农村只有0.76张；城市医院平均每张病床占有8.8万元医疗设备，农村仅为1.1万元。

同时，农村的发展还必须解决自身的特殊问题。在坚持实行以家庭承包经营为基础、统分结合双层经营的农村基本经营制度的基础上，要深化改革，加快完善农产品市场体系、政府对农业的支持保护体系和农业社会化服务体系。农业也必须转变生产方式，走节约资源和保护环境的发展道路，加快建设现代农业，从而实现可持续发展。“好范文”版权所有

**第四篇：《如何突破自己的工作瓶颈》学习心得**

学习体会

1月15日，我有幸和公司其他部门领导一起参加了由名仕领袖学院院长余世维博士主讲的《如何突破自己的工作瓶颈》课程，通过听课学习我发现了自己工作中存在的问题，受益非浅。余博士在课程中讲到我们可能遇到的工作瓶颈有以下几种：

一、很难获得上司的信任。

二、老板的亲属、朋友、同学哪得罪得起。

三、手下有事情、有困难，好像不太来找我。

四、留不住底下的人。

五、部门里的问题永远解决不完。

六、业绩太难突破了。

七、跟别的部门打交道太痛苦了。

八、在这个单位，我的生涯似乎走到了尽头。

就我自己而言，我认为目前我在工作中的瓶颈问题主要是以下四个：

1、工作经验和能力欠缺。

2、缺乏沟通，不善于借助外力。

3、每天忙于琐事，缺少有说服力的成绩。

4、没有明确的目标，缺少职业规划。

学习完课程后，我仔细思考总结，针对自己工作中遇到的问题，我认为自己该从以下几个方面着手去解决。

1、多学习、多思考。在我身边有很多从事合成氨生产多年的前辈，公司的各位领导以及各车间的主要管理人员，他们都有丰富的经验和深厚的实践经历，我应该积极向他们求教，带着平时遇到的困难和问题，了解他们的解决思路，吸取他们的经验和教训，让自己少出错少走弯路。在此同时多利用业余时间学习理论知识，设备知识及工艺计算是我的弱项，现在网络这么发达，可以自己试着找些相关的资料加以学习，同时自己动手学着计算工艺参数等。更重要的一点是要走出去，向同类型开的比较好的企业学习，可以全面学习也可以带着某一个工段的问题专门求教，每弄清楚一点就是自己的收获，闭门造车最终只会成为井底之蛙，走出去才能看到自己的不足，看到与优秀企业的差距。

2、我缺乏沟通主要表现在于自己属于闷头单干型，有问题总是喜欢独立解决，怕麻烦他人，总是想着把问题解决再向领导汇报，怕给领导添麻烦，让领导认为自己能力不足，让下属笑话自己工作不力。这种情况今后自己要不得，自己不懂干不好只要尽力了就不要遮遮掩掩，不怕自己能力不足就怕自己认识不到自己的不足。要学着借助外力帮助自己克服缺点，只有在于别人的交流中才能展示自己的优点，暴露出问题加以解决。

3、曾经有一段时期工作很累，主要表现在重点工作没抓住，非重点的也未圆满完成。总是在各种忙，却总是忙不出成绩，忙不出头绪，这样的状态持续了好久，甚至当前仍然如此。可能是当局者迷旁观者清，自己还并未完全意识到这种情况，当面对领导的批评指正时甚至不理解。所以自己下一步要学会分清主次，抓住关键，全盘思考，学会抓住问题的关键点，抽出主要精力，集中时间去完成。分清哪些属于日常性工作，哪些属于阶段性工作，哪些属于战略性工作，这些都要做到心中有数，而不是在其位却不知其情。

4、往往遇到一些问题，我们总要拖着不去做，或者没做之前就认为这事自己做不了。很多事情，往往不是因为难，而是我们不敢去做，不敢尝试，遇到问题往往会说出这样和那样的困难和不可行，而不是先去试着解决问题，尽力想办法，所有的问题都是因为我们不敢做才显得很难。跨出那一步就有希望成功，不敢去尝试连一点希望都没有！我认为今后不管遇到任何问题或者发现生产中的薄弱环节，自己要尝试着去做，不能因为怕犯错就视而无睹拖拖拉拉。

5、从事化工生产的工作总是很平淡枯燥，每天都会出现各种各样的新问题等待解决。成功的人往往耐得住寂寞，在那些枯燥乏味的工作中，寻找快乐，他们都是善于自我控制的人，可以让时间听从自己的安排。我想对于自己平时不愿意又不得不去做的事情，应该改变策略，立马行动。这样做不仅可以完成部分的工作，还少了产生抱怨的想法和发泄情绪而浪费的时间。没有积极进取的心态很容易进入舒适圈，让自己的发展受到局限；只有有了积极进取的心态，自己才可以在工作中学到更多知识，开拓思维和视野，从而增强自身的综合能力。

6、学会自我定位。自己应该先从自我了解开始，知道自己需要什么，自己的目标是什么，为什么要努力工作。找准自己的梦想、使命和真正的价值观，把自我和工作衔接起来，并取得平衡，在工作中一步步实现自己的理想和价值。不断充实自己的人生，决不碌碌无为的走下去，人生在世需要精彩，需要别人来认识自己。

**第五篇：美容院如何突破发展瓶颈**

美容院如何突破发展瓶颈？

目前，在各个城市美容院的数量都是在与日俱增，行业外的人士总以为美容院是个聚宝盆，但是有谁知道这些美容院经营者的苦衷呢。

很多美容院已经经营有多年了，从一个只有几十平方的个人美容小作坊，发展到综合性的美容美体机构，但是随着规模的增加，美容院的发展速度反倒降下来了，更多困惑和问题成为制约美容院发展的瓶颈问题。

以前，在营业面积比较小的时候，只要加强服务就可以吸引新会员加入，只要有新产品就可以很好的达成销售。而今，虽然美容机构已经颇具规模，但是相应营业额增长也相应放缓，问题也越来越多。

归纳了一下，大致问题有以下几点：

1、如何使现有的顾客价值最大化?

2、如何吸引新的会员加入？

3、员工不愿意推荐新品。

4、如何留住优秀的员工？

5、会员联谊会的效果下降？

6、顾客和员工的增加，管理难度增大？

这些问题我想在坐的各位同行朋友的或多或少的都会碰到，我想就让我说说我解决这些问题的经验，和大家分享一下，希望对大家以后的经营有所帮助。

第一，如何使现有的顾客价值最大化?

比如我熟悉一个的美容院郑州金舍宾，拥有会员2024多名，VIP会员800多名，这些VIP顾客贡献了超过70%的营业额，但是对于其他的会员，如何经他们转化为VIP顾客？增加他们的消费额，这个是很现实，也很严峻的问题。当然，也应该增加新产品，新品牌，来吸引会员，举办顾客联谊会，通过营造现场良好的氛围来达到推介新品增加销售的目的。但是顾客联谊会活动结束我们发现，每次购买的总是那几个固定的会员，其他会员你用什么优惠和新品都很难打动他。这是什么原因呢？经过我的数据分析发现，虽然他们引进新品的数量增加，表面看新品的销售情况还不错，但是实际上销售额并没有增加多少，这个主要是我们产品的结构性问题，部分消费者是购买了新产品，但是那是建立在他舍弃老产品的基础上，比如，当天某顾客购买了A品牌的洗面奶后，原来一直购买的老品牌的洗面奶也就停止了购买，这实际上是拆东墙补西墙、左手换右手的行为，我们的销售总量并没有增加多少，这就需要我们反思调整我们的产品结构。

我们是应该引进新品吸引顾客，但是新品应该是纵向延伸，不要横向的延伸，也就是说原来我们经营的有彩妆系列，引进新品我们就不考虑其他品牌的彩妆，而是考虑配合彩使用的妆前、妆后的清洁产品，这就是纵向的延伸型，这种互补性的产品结构，新产品不和老产品冲突，这样才能更好的吸引顾客消费。比如金舍宾一直经营化妆品，后来又增加了美体的舍宾，瑜伽，今年在我的建议下又增加了便携式的美体运动内衣——可宾。美容院选择产品应该谨慎，每年选的产品都应当是原有经营项目的补充，这样我们的各个项目就组成了立体型的产品机构，美容我有主打的光子嫩肤，健身我有瑜伽，又懒但是又想美体的我有可宾。这样在以后每次的联谊会上，新品推介也会越来越成功，每个顾客的贡献的价值也越来越大。

第二，如何吸引新的会员加入？

随着美容行业竞争的加剧，我们也面临着一个如何吸引新会员增加的问题。这就需要我们转变观念，由坐商向行商转变，推行“走出去”战略，主动出击，通过各种方式寻找目标顾客。我们美容院一般是通过老会员带新会员的方式来增加新会员，但是这也面临着一个问题，老顾客的积极性在下降，很多人自己都不愿意参加会员活动，更不别说带朋友参加了。就是老顾客来了，但是老顾客的社交范围有限，不可能每次都能带朋友来。就是带朋友来了，也很难促使成为会员。

有鉴于这个问题，我和金舍宾合作的时候，我们做了一个很有有益的尝试，不但在店内有可宾三围整形内衣，并且还在郑州的几个档次较高的商场比如正弘，设置了可宾三围整形内衣的专柜，可宾在商场的终端是很能够聚拢人气的，在试用的顾客中，销售达成率高达60%，也就是说，10个人试穿就6个人购买，而我在市场终端开展了买可宾送美容等活动，只要顾客购买可宾，就可以免费到我们金舍宾进行免费的美容、健身指导服务。这样不但开展了有效的可宾促销活动，并且很好的达到吸引新消费者了解金舍宾，加入金舍宾的目的。我们把商场终端和美容院的互动起来，商场柜台作为吸引顾客的诱饵，金舍宾专业的教练是可宾三围整形内衣的售后服务系统，通过专业的服务使顾客对金舍宾产生好感，并通过系列优惠活动促使成为金舍宾的会员。这样就是一举多得，商场可宾的销售增加了，美容院的新会员也增加了，两个不同渠道都在给美容院贡献利润。

第三，员工不愿意推荐新品。

现在的员工有些小聪明，他们的小算盘比我们打的还精，有时候我们新品的提成是老产品的几倍，他们还是不愿意推介新产品，这是为什么呢？由于顾客很熟悉老产品了，对老产品由一定的忠诚度，让他们改换我们新品是有一定难度的。还有，新产品可能说十句顾客还不愿意购买，但是老产品你稍微推介顾客就购买了，俗话说，拾到篮子里才是菜，这样，员工们更喜欢挣容易到手的提成，老产品的顺势销售也成为为他们的阻碍新品推广的主要障碍。有的朋友会说是我们新产品的提成还太低，不够刺激他们。如果你尝试提高新产品的提成，你会发现很多员工推荐新品的积极性是提高了，但是为了这高额的提成他们会经常给顾

客作出一些超出产品功效的承诺，比如祛斑产品，本来一个月起作用的，她会说5天见效，这样虽然短期销售增加了，但是这样确实以损害美容院声誉为代价的，销售一个新产品就有可能损失一个顾客，这种只是饮鸩止渴，解决不了实际问题。

在销售中引进综合考核系统，也就是萝卜加大棒的管理模式，大致是这样的，我们建立了员工绩效考核机制，新产品的提成依然是比老产品高些，但是对于每个参与销售的员工，我们要求新产品的销售额，必须占到其个人总销售额的40%，达不到说明不及格，提成比例也相应的降低，超过了就有一定的奖励，如果连续两个月达不到比例要求，则是通过降级，降低基本工资等手段来处罚，反之则是晋升、增加基本工资等奖励。这样通过奖励的这个大萝卜到提高员工积极性的目的，通过考核这个行政大棒来达到规范其行为的作用，这样我们在新品和老产品之间的转换就能游刃有余了。

第四，如何留住优秀的员工？

在美容这个行业，员工的流失率是很高的，特别是掌握着顾客资源的美容师、美体教练，他们的离职给我们带来很大的损失，大家都有这样的经历，一个美容师的离职可能会带来走一批的顾客，在郑州曾经有一个美容师辞职后，带走了近一半的顾客，这个美容院没有多久就倒闭了。

我们该如何规避这样的风险呢？首先我们应该知道那些是我们的核心员工，那些员工给我们创造的价值最大。对于这些员工一般我们通过晋级、物质奖励等来提高他们的工作积极性，对于更高级的员工，一般的物质奖励作用已经很弱，他们更关注自身价值和工作的快乐，如果一直通过工资奖励来培养员工的忠诚度是不能够长久了的，并且这样将使我们的经营成本增加。我们一般通过两种方式来未定核心员工队伍，1、给股份。对于高级员工，每年都会拿出一些股份来奖励他们，让他们成为股东，享受年底的分红。这点，可能大家有些舍不得，觉得白白把自己的投资送人了，其实不是这样的，首先我们要明白我们再怎么送，我们还是大股东，还是企业的所有者，谁也不能把我们辛苦创立的基业抢去，我们送股份，可以稳定

核心员工队伍，并且可以培养员工的主人公意识，比如，以前员工出差，他们都会想办法多报销，但是当他们成为股东以后我发现，他们都会主动的想办法降低费用，并且还会监督其他员工浪费的行为，所以我建议，在股份结构上，高级员工的股份最少达到20%，反正再送企业也是我的。还有一个方法就是给舞台，有些员工跳槽不仅仅是因为简单的待遇。每个人都希望实现自己的价值，当一个员工在你这个公司感觉到没有机会在往上爬时，他就会选择辞职。所以这就需要我们给他们创造新的舞台。曾经有一个和能干的业务经理，负责我们美容院的业务工作已经有6年，待遇已经是很好了，但是他还是想走，于是老板就代理了可宾三围整形内衣，让他负责可宾的商场工作，原来他一直在院线工作，从来没有接触过商超，这个工作对他来说是全新的挑战，他暂时答应尝试尝试，结果随着可宾的热销，他的工作积极性也随这高涨，辞职的事情再也不好意思说了。所以很多员工的辞职我们要深入分析原因，不要简单地以为员工都是为钱工作的，只有发现隐藏在其中的原因，对症下药，才能保持我们员工队伍的稳定，为我们美容院持续、稳健的发展奠定坚实的基础。

第五，会员联谊会的效果下降？

我们都经常举办一些会员活动，名义说是答谢会或者联谊会，实际上都是变相的推销会，大家应该都会和有这样感觉，现在联谊会的效果原来越差。要么会员不愿意参加，要么参加了不买东西，这是为什么呢？我觉得这都是美容院的信任危机造成的。以前我们经常的举办活动，场场都是推销会、产品吹捧会、打折会，久而久之顾客已经麻木了，接到通知就知道你要玩什么花样了，联谊会的效果也原来越差。针对这些情况需要我们做相应的调整，联谊会就是联谊会，降低商业味道，做纯粹的感情交流，或者再聘请专业的色彩师、美发师等进行讲座，能够为顾客的气质和形象提升起到真正的作用。就是推介新品也要少而精，不是所有新产品都能在联谊会出现的，只有真正有新意的产品，有差异化的产品，有良好体验感的产品，我们才在顾客联谊会上进行推介。打折会我建议一般一年只举办一到两次，顾客都有这种心理，买涨不买落。当你的联谊会成为打折会时，一方面顾客厌倦了这种形式，另一方面也降低了我们的利润。很多时候我们只要通知顾客参加联谊会，他们第一个就问有打折

吗？有，就参加，没有，就不来。这样就养成了顾客的毛病，实际上对我们十分不利，每年减少打折的机会，一方面树立了美容院产品高品质的形象，另一方面使顾客更加珍惜这每年两次的打折机会，促使他们一次性加大量的购买产品。只有这样才能树立我们美容院联谊会的形象，让顾客更愿意主动购买。所以我们选择产品一定要选择象可宾一样，全新的，独特的，有良好效果体验的，并且还是独家经销的。

第六，顾客和员工的增加，管理难度增大？

这个问题可能是很多朋友面临的一个共性的问题，在我们店小的时候，一般都是采用人管人，老板管理员工，员工管理顾客，这种方式简单、灵活、实用，但是当我们的员工和顾客增加到一定数量时，这个方法已经不好使了，因为我们不可能监督到每个员工的工作状况，也不可能对每个顾客面面俱到，这样很容易使我们内部管理产生问题，以致影响到我们对顾客的管理。我的建议，打击可以尝试上了一些软件系统。这些管理软件，它能够帮大家把员工每个人的考勤、销售额、新产品和老产品的销售比例、工资级别等管理的井井有条，到月底看电脑就知道那个员工该发多少工资，该发多少奖励，减少了我么很多管理负担。特别是对于顾客的管理更是精细，我们把顾客的姓名、年龄、出生年月、每次购买的产品的名称、金额等输入后，电脑系统能够自动统计出，每个顾客的消费总额的排名，对于超过一定时间没有光顾的顾客，它能够自动提醒我们，到了顾客的生日，它也能自动提醒，顾客的产品将要使用完，它也会通知我们，这样让我们更快捷准确的为我们的顾客服务，提高顾客销售额、提升顾客满意度和美誉度。

我每年都参加很多产品的招商会，说实话，我都烦了，腻了，每次都是产品的马屁会，很多人都在吹这个好、那个好，但是真正有几个好的呢？很多时候美容院兴冲冲的提了货，结果就是完成了库存转移，压到美容院库房里再也没有厂家的人问了，所以，这样的会不参加也罢。

所以，要想经营好美容院，就必须要求我们经常转变观念，不断的找出问题，并积极的寻求解决方案。选产品当然要寻新颖的、垄断的、实效的。合作要选择一个负责任的团队。这样你不仅仅有一个赚钱的产品，更有提供一个解决经营难题的智囊团队，这有这样才能真正的达到厂家和经营者得到实惠的双赢。

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！