**会议纪要**

会议时间：2018年10月10日下午三点半

会议地点：汇新公司会议室

与会人员：总经理王学勤、市场发展部部长王场、产品开发部部长关梁超、工程事业部部长卢彦、财务负责人孔瑞敏、以及徐翌轩、赵耀华、雷志强；

主要内容：受10月9日北京大学张黎教授的营销培训启发，为加快公司开拓市场步伐，打造公司品牌形象，提升公司核心竞争力，公司决定召开专题会议，总结提炼培训学习内容，全体人员围绕公司业务展开积极讨论，为公司发展建言献策。

经过全体人员的轮流发言，积极讨论，王学勤总经理归纳总结，形成会议决议如下：

1、建立健全制度体系，逐步打造业务流程标准化，形成公司质量手册和程序文件。

（1）建立施工项目的现场标准化管理制度。通过标准化制度的建立，做好精细化管理，以制度为基础，向管理要效率，向管理要质量，造就品质工程，努力做到公司的每个工程都是品质工程，树立公司品牌形象。针对公司工程施工项目，要求每个项目结束，项目经理部根据工程项目特点编制一套有针对性的施工工法或作业流程，最终汇总形成公司项目规范制度。

（2）建立业务项目回访制度。要求项目相关负责人定期对业主进行回访，确保项目保质保量完成的同时，加强质保环节的回访，以树立公司负责任企业的形象，从而增加业主粘性，实现公司品牌价值最大化的目标。

（3）建立项目跟踪时间节点制度。要求对所有跟踪项目，具体负责人针对项目特点，实现从设计到施工各阶段密切跟踪，建立跟踪节点台账，以达到对项目全盘监控，避免不必要的损失。

（4）各部门总结梳理工作流程图，按时提交综合部汇总。要求各部门针对自己工作特点，总结工作标准化流程，提升内部协调效率，体现全员参与，为业主提供高效服务。

2、解码客户需求，为业主提供全方位服务。

（1）打铁还需自身硬，确保工程质量是公司提供全方位服务的必要前提。

（2）针对项目特点，了解并解决客户重点关注问题，通过公司设计、施工、检测一体化解决专业问题的优势，为业主提供“保姆式”服务，减轻业主负担，从而增加业主粘性。

（3）针对业主自身特点，摸清项目决策关键人员，面面俱到，不疏忽，不遗漏，针对关键人员做好差异化服务，最大限度满足业主需求。

3、针对公司优势，打造亮点，树立公司品牌形象，给业主提供差异化服务。

（1）针对公司目前主营的抢险加固工程，打造出“设计、施工和检测一站式服务”等公司服务亮点，作为公司名片，对客户进行重点宣传。

（2）在项目建设过程中，通过团队着装、现场管理、迎检制度等亮点展示，树立公司品牌形象。

（3）针对业主建设品质工程要求、工期要求、附带科研要求等，公司有针对性地做出试点项目，塑造公司“能打硬仗、善于解决问题”的企业形象。

经过讨论和总结，会议形成上述决议，各部门按照相关要求于2018年10月30日前落实部门责任，完成相关制度，并汇总至综合部，公司总体组织研究后整理汇编，下发执行，稳步提升公司的管理水平，齐心协力开创公司发展新局面。