

最新咨询管理协议(模板5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

咨询管理协议篇一

1. 建立专业管理机构。
2. 加强对咨询人员的培养。（1）借鉴国外咨询人员培养模式，加大高等院校培养咨询人才的力度。（2）加强咨询公司自身建设力度。
3. 专注核心业务。
4. 优化整合咨询业。

咨询师的五大忌：无中生有；避重就轻；贪多完不成；骄傲自满；喜新厌旧。

为什么要进行咨询营销

简答来说，咨询关系就是一种咨询师与客户之间的关系，用比较经典的术语来表达就是：咨询顾问确认、澄清并满足客户的要求，通过帮助客户解决其所面临的问题来实现咨询的价值。

客户的部分顾虑可归纳如下：不愿意承认需要咨询师；怀疑咨询师的能力和品德；担心变得依赖与咨询师；担心收费过多；感到不自在和不安全。

提交咨询报告的步骤怎么做

此步骤是指把正式咨询调查分析的成果及改善方案撰写成文字简练、图示清晰的咨询报告，提交给客户企业。

访谈过程

1. 访谈一般安排两人进行。在访谈过程中两人注意协调、补充。
2. 访谈过程中由一人主要负责提问，另外一人主要负责记录，但是在访谈过程中也可以根据实际情况灵活做调整。
3. 提问人要注意控制时间、节奏、内容。
4. 记录人要注意配合提问者，适当参与提问，不可随意打断提问者思路。
5. 访谈中要注意细致、准确，涉及名称、数据、过程等要精确记录，并得到确认和核实。
6. 访谈是可根据对象情况不按提纲顺序提问，但要尽量涉及所有问题。
7. 提纲未必报考所有问题内容，如访谈中发现提纲中未包括但很重要的内容，可加以追问，并加入提纲中。
8. 由于工作安排需要，访谈人员安排与咨询工作分配有可能发生冲突。

访谈记录整理

访谈记录按照访谈记录模板进行整理；访谈记录要及时加以整理（尽可能当天整理，以免遗漏没有记录下来细节）；访谈记录作为重要文件要予以存档；访谈记录整理要全面，不可简单列一两条；访谈记录输入电脑是值得鼓励的，书写整洁、条理清楚的记录也是可以接受的。

项目成果部分

项目建议书中要求能充分体现咨询师的销售主张。这些“销售主张”一般要求做到以下几个方面：

具有明显的针对性；具有极强的可操作性；突出自己的个性；充分体现客户立场；真诚打动相关人员；塑造可信度。

谈判的筹划：确定谈判目标；谈判的基本原则；推测客户的意图；准备咨询师自己的要求。谈判的基本准则：做好准备；留有余地；设计多个可选择的方案；遵守诺言；少说多听；不要轻易退却；要学会说“不”。

谈判结束将遇到的其他问题：确定双方之间的协议；给客户提提供许多说“是”的机会；正确对待最后一分钟的突变；别忘了附上一封感谢信；达不成协议，则另辟新路。

管理诊断的任务

管理诊断是咨询工作最重要的环节之一，其工作过程中所要完成的任务主要有三个方面：

1. 深入而细致地分析客户面临的问题和咨询项目追求的目的。
2. 识别引起与影响问题的因素和要点。
3. 为找到解决问题的方法准备必要的信息。

规范诊断程序的意义

具体来说，管理诊断程序规范化的作用和意义主要表现在以下几个方面：

1. 管理诊断程序规范化的意义之一就体现在普遍适用性和最优性上

2. 从咨询师个人角度来看，管理诊断程序规范化意味着咨询行业从业者的专业化和职业化，意味着对随意的和单凭经验的诊断方式的扬弃。

3. 对咨询公司（机构）本身来说，通过规范化的制度、流程和标准奠定产品规范化的管理基础，便于对咨询师的工作进行评价和管理。

4. 规范化程序可以促进员工绩效评价体系的建立。

5. 诊断程序的规范化可以形成规模效益，从而降低成本，增加咨询公司（机构）的利润。

平衡计分卡四个维度之间的因果关系：财务角度；顾客角度；内部运作角度；员工成长与学习角度。

平衡计分卡的实施过程：对实施平衡计分卡的难度有所准备；努力提高企业管理信息的质量；正确对待平衡计分卡实施时投入成本与获得效益滞后的关系。

平衡计分卡的实施步骤：确定远景；确定关键能力和战略；确定成功关键因素；沟通和教育；确定评估指标；执行和评价；反馈调整。

外部导向型分析方法

这里将介绍三种典型的外部环境分析方法，即pest分析，波特五力模型和波士顿矩阵。

分析：是战略外部环境分析的基本工具，用于分析企业所处的宏观环境对于战略的影响，企业的宏观环境主要包括政治法律环境、宏观经济环境、社会文化环境和自然环境、技术环境。

2. 波特五力模型：是迈克尔·波特于20世纪80年代初提出的，对企业战略制定产生了全球性的深远影响。可用于竞争战略的分析，有效地分析客户的竞争环境。五力分别是：供应商的讨价还价能力、购买者的讨价还价能力、潜在竞争者进入的能力、替代品的替代能力、行业内竞争者现在的竞争能力。

维的矩阵图上，从而显示出那个subs提供高额的潜在收益，以及那个subs是组织资源的漏斗。波士顿矩阵的发明者、波士顿公司的创立者布鲁斯认为“公司若要取得成功，就必须拥有增长率和市场份额各不相同的产品组合。组合的构成取决于现金流量的平衡。”如此看来，波士顿矩阵的实质是：为了通过业务的优化组合实现企业的现金流量平衡。

常用的抽样方式：简单随机抽样；分层抽样；整群抽样；等距抽样；多阶段抽样；双重抽样；按规模大小成比例的概率抽样。

简单随机抽样：也称为单纯随机抽样，是指从总体n个单位中任意抽取n个单位作为样本，使每个可能的样本被抽中的概率相等的一种抽样方式。

整群抽样：是首先将总体中各单位归并成若干个互不交叉、互不重复的集合，称之为群，然后以群为抽样单位抽取样本的一种抽样方式。

等距抽样：也称为系统抽样或机械抽样，它是首先将总体中各单位按一定顺序排列，根据样本容量要求确定抽选间隔，然后随机确定起点，每隔一定的间隔抽取一个单位的一种抽样方式。

5企业管理研究的概念：可以将企业管理研究定义为“通过有组织、系统的、以资料为基础的、批判的、客观的和科学的方式，调查某个特定问题，以找出可以解决问题的方案的过程。”

科学研究的建立步骤：观察；初步的信息搜索；形成理论；提出假设；进一步搜集科学性资料；资料分析；演绎。

资料搜集的伦理问题p239

研究者的伦理问题：

将受访者所给予的信息当做最高机密，并且将保护他或者她的隐私视为研究者的主要责任。研究者不应向研究对象扭曲研究性质，尤其是在进行实验室实验时，应该向他们解释研究目的。

不应询问私人的或冒昧的问题，若这样的信息对计划有绝对的必要，应小心翼翼地询问受访者，并告知理由。

无论资料搜集方法的性质怎样，绝对不能侵犯研究对象的自尊。

不能强迫任何人对研究做出回答，有人不想参与研究，也应该尊重个人的要求。非参与式的观察人员应尽可能不干扰研究对象。

实验研究中，在研究对象参与研究后，应完全告知实验的缘由。

不能将研究对象暴露在身心会遭受伤害的情境中，研究者有责任保护其安全。

在报告资料时，绝对不能误解或扭曲资料。

受访者的伦理行为。

受访者一旦选择参与一项研究，应对眼前任务完全合作，例如回答一个调查或是参与一项实验。

受访者有义务城市回答，应避免给出扭曲或不真实的信息。

咨询的作用：从外部审视企业；解决企业实际存在的管理问题；增强企业解决问题的能力；

更新企业高层领导的观念；借助咨询说出自己不能说的话。

为了提高咨询报告的质量：主题要明确、突出；结构要严谨；要有科学性；要有逻辑性；要注意表现形式。

所谓报告的科学性：就是要真实地反映客观事物的本质及其变化规律，引用的数据必须精确无误，使用的语言必须准确恰当。

企业高层人员关心的是：通过咨询是否改变了企业经营中出现的问题，是否给企业带来了明显的经济效益，企业的员工观念是否有所更新、技能是否有所提高，企业的管理流程和管理制度是否提高了运作效率，企业对外界变化的应变能力是否得到提高。但是还有一部分是不可量化的，如员工技能的增加、企业文化的转变等等。请详细看283最后两段话。

实施的障碍原因

推荐方案实施的失败可能有很多原因，下面所列出的清单就是对最常见的原因所做的一个简单描述，然而，一般来讲，“原因”可能是一系列原因，而不仅仅是一个原因。

1. 形成过程的质量差。

分析的质量不高，观点太窄或主观性太强，问题界定的质量差；重点放在愿望上而不是需求上；没有详细的计划或没有考虑相应的后果。

2. 变革的原因模糊。

3. 没有正确理解其中的政治格局和权利后果。
4. 忽略了变革的心理方面的因素。
5. 有效的支持过程不到位。
6. 缺乏灵活性。
7. 误把服从当归属或承诺。
8. 变革同文化与性格不匹配。

smart特性的含义 p293

即：具体性[specific] 可测量性[measurable] 可实现性[achievable] 以结果为导向[result-oriented] 有最后时间期限[time deadline]

1. 以结果为特征的咨询模式。

这种咨询模式的特点是针对客户委托的咨询任务，比较独立地进行事实调查、收集相关资料、诊断分析、形成结论，提出咨询建议。在整个过程中与客户的沟通较少，比较注重委托任务本身，关注于问题的解决。

2. 以报告为特征的咨询模式。

这种咨询服务模式的特征与结果咨询模式较为相像，其主要区别是结果的表示形式为咨询报告。在我国，许多咨询机构仍旧采用这种服务模式，在服务质量和效果上打了较大的折扣，分析其主要原因是它们将咨询任务误认为是研究任务。

3. 以过程为特征的咨询模式。

该模式的主要特点是咨询师将过去提供的咨询服务的经验作为基础，但不局限于这个范围。它们认为面向客户问题的解决是一个过程，在这个过程中，咨询师与客户经理们组成共同工作小组，大家一起分析问题、探讨解决问题的各种方法。

4. 以知识转移为特征的咨询模式。

这类服务的主要特点是将问题解决的方法转移给客户，不是为客户提供直接的技术知识和建议方案，而是考虑如何教给客户解决问题的方法、方式、使客户企业可以自己诊断和解决他们自己的问题。

5. 以长期合作为特征的咨询模式。

这种咨询模式的主要特点是咨询公司（机构）与客户保持较为长期的合作关系，有的甚至超过10年、15年。

6. 以团队接管为特征的咨询模式。

这类咨询服务模式的主要特征体现在咨询师在咨询项目实施中所发挥的作用。这种模式的出现是由于现在客户遇到的问题复杂性的增强，客户在咨询项目的实施过程中，风险增大，同时为了填补由于消减管理人员引起的管理断层。

传统咨询过程的缺陷

1. 按照咨询师的意见定义方案。
2. 方案的范围忽略了客户的意愿。
3. 浮夸的解决方案。
4. 来回“踢皮球”。
5. 咨询师的秘集使用。

焦虑能使客户和咨询师长久地陷入(最不可能成功)的传统咨询模式中□p356

创新能力是顶尖管理咨询企业的共同特点之一□p367

咨询公司的三个重要管理议题。

1. 咨询公司的人力资源管理。
2. 咨询公司的项目管理。
3. 咨询公司的知识管理。

国际咨询公司的业务经营盲点p386

1. 不能深入理解中国企业的文化特征。
2. 不能与客户形成良性的互动从而维护客户期望。
3. 不能有效根据市场状况进行咨询内容调整。
4. 不能提供恰当的咨询方式。

本土化因对策略p390

1. 调整最适合的工作方式。
2. 以客户管理人员职业素质的提升为重要内容和前提条件。
3. 获得中高层管理者的认同。

咨询管理协议篇二

在不断进步的时代，协议起到的作用越来越大，签订签订协

议可以使事务的结果更加完美化。我敢肯定，大部分人都对拟定协议很是头疼的，以下是小编收集整理的管理咨询合作协议范本，欢迎大家分享。

甲方：

乙方：

甲、乙双方根据《合同法》和其它相关法律、法规，就企业管理咨询事宜达成一致，于_____年_____月_____日订立本合同。

一、服务范围

甲方聘请乙方在下列第_____项为甲方提供管理咨询服务：

- 1、日常会计帐务处理咨询及税法咨询。
- 2、制订财务核算制度。
- 3、制订财务管理制度。
- 4、制订企业内部控制制度。
- 5、受托财务分析，出具财务分析报告。
- 6、投资融资咨询。
- 7、制订人力资源管理工作手册。
- 8、制订企业总务管理工作手册。
- 9、代办一般纳税人临时认定手续。

二、服务期间(项目完成期限)及收费

1、委托服务期间自_____年_____月至_____年_____月止。

2、本项服务的收费标准为人民币_____元，于签约后一次性支付。

三、甲方乙方的基本义务

(一) 甲方的基本义务

1、与乙方诚信合作，为乙方开展工作提供便利，向乙方提供与服务事项相关的情况和资料。

2、如有关的情况和事实发生变化，应及时告知乙方。

3、按照约定支付服务费。

4、向乙方提出的要求不应与法律及会计职业道德和职业纪律的规定相冲突。

(二) 乙方的基本义务

1、必须遵守职业道德和执业纪律。

2、应当勤勉尽职，依法在合同约定范围内维护甲方的最大利益。

3、应当及时向甲方发表顾问意见;按时完成提交项目报告。

4、对甲方的商业秘密或个人隐私应当保守秘密。

四、生效、违约处理及其他约定事项

1、本协议书在签约并付费后生效。

2、双方之间发生争议的，应当进行协商或由第三方调解，在

无法通过协商和调解方式的情况下，任何一方均可向人民法院起诉。

3、本协议书未尽事宜，甲乙双方应持积极态度友好协商解决。

4、本协议书一式二份，甲乙双方各执一份，效力相同。

5、其他约定事项：

甲方：

乙方：

_____年_____月_____日

咨询管理协议篇三

海尔有句名言：“顾客是上帝”。这句话在某种程度上道出了其成功的秘诀。同样对于管理咨询行业来说，客户更为重要。而且，这种重要性不但体现在价值观与理念上，更重要的是体现在管理咨询的全过程，体现在具体行动上。正因为如此，要做好管理咨询工作，首要的就是要非常深刻地认识客户的方方面面。

一、深刻了解和认识客户，搭建顺利咨询平台

根据本人的咨询工作经验，我认为最重要的是要深刻认识客户的以下方面：

第一、要深刻认识企业老板内心的真实想法。这主要包括深刻了解老板对管理咨询的看法、对顾问师的看法；了解老板内心的真正需求，要弄清楚他到底想要什么；了解老板的背景、思维方式、行为方式、工作特点等。

第二、要深刻了解客户的行业特点。作为管理咨询，顾问师要为老板提供咨询、培训、解决方案并主导变革，如果没有很好的行业背景，是难于真正取得实质性的效果。当然，作为顾问师不可能所接的每个项目都有很好的行业背景，那么本人的建议是，最好能寻找到同行业优秀公司的相关材料与经济指标，并利用各种资源用较短的时间来学习行业的知识与运作规律。

第三、要深刻了解客户的产品特点与工艺技术。这一点往往是很多年轻咨询师和管理科班出身的咨询师最大弱点。但是，现代咨询业发展已经告诉我们，现在的老板需要的已经不单单是思路、解决方案，而是要将思路、解决方案变成现实，因此，如果咨询师对产品特点不熟悉，对工艺流程不了解，对关键工序的控制要点不清楚，对品质控制要点抓不住，那么你将很难将你的思路、解决方案变成现实，那你也就很难在管理咨询界做出自己的品牌。所以如何在某个行业、专业领域发展自己的优势，形成自己的特色与核心竞争力将是管理咨询师的职业之路。随着社会的发展，可以为多种客户提供多种服务的咨询师将越来越少，而是咨询业务逐步行业细分化与专业细分化。

第四、要深刻认识客户企业人力资源状况。正是老板要求的是咨询师和企业一同来完成企业的变革，要求的是咨询师与企业团队一起将思路、解决方案变成现实，这就意味着咨询师在某种程度上要介入企业的运营与管理（在这一点上，罗兰贝格所声称的“不介入企业运营”原则也在逐步改变）。既然要参与管理，你不了解客户的人力资源状况，你不了解企业中高层干部的特点，那你很难推动管理咨询工作在企业的开展和落地。当前很多企业存在执行力很差的问题，如果咨询师没有深刻地认识这一点，那么你所提供的一切思路、解决方案将付诸东流。

第五、要关注客户的财务状况。在这一点上，可能会有很多咨询师可能会觉得不以为然。但是本人的咨询经历却告诉我，

不关注客户的财务状况，最终很可能会使前期所做的努力因为财务问题而难于真正取得成效。换句话说，对于客户来说，如果财务状况出现问题，他对管理咨询的热情与投入就会大大降低，到那时候，咨询师将会走入一种很尴尬的境地。

二、建立与客户老板的互信基础，形成一定程度的默契

前面我们讲到的是深刻地认识客户，但是单单深刻认识，那还很难使管理咨询工作顺利、有效地开展。咨询师都知道，很多咨询内容之所有在企业难有作为，很关键的就是咨询师和老板没有在同一套轨道上走。结果咨询师总是抱怨老板没有完全按照咨询师的方法去开展或者企业配合得不好导致咨询效果不好，另一方面老板又抱怨咨询师不了解企业的实际情况。

所以，除了你的知识、经验，还有你的才华，与客户友谊对于咨询师的工作成效会起到不可低估的作用。没有这一点，管理咨询的效果将大打折扣，甚至难有作为。但是，要建立这一点是有一定难度的，而且也不是每一个客户都能成为你的朋友，都能建立较好的互相信任，都能形成默契。因为，这里面除了咨询师的个人努力之外，还在一些不可预测的因素。就我本人的经验来说，我觉得以下三点很重要：

- 1、咨询师首先要意识到友谊在管理咨询工作中的重要性，并且有意识地去营造这样一种氛围。
- 2、咨询师是、应该根据不同的老板采取不同的方式去沟通，只要寻找到合适的沟通方式，感情基础才会建立。与客户始终“话不投机”的项目注定是要以失败告终。
- 3、每一个客户都是不同的，我们很难适应每一个人，但是很重要的一点是咨询师首先要表现出你的诚意。当然，不管你怎样努力，有一些客户是注定无法沟通的，这也就为何再优秀的咨询师也存在有失败的项目之原因。这些合作注定是痛

苦的。对于这种项目，不要去抱怨客户，也不要勉强去继续做下去，这不是谁的错，这是双方的选择出了问题。

三、深入实施咨询诊断，编写有血有肉的咨询诊断报告

每个咨询师都知道，诊断工作是管理咨询的第一步。这第一步的演奏决定了管理咨询的效果。那么如何更专业地、更有效地开展诊断做好第一步。本人认为，做好诊断工作要注意以下五个工作：

首先，要尽可能多收集行业的资料与资讯，做到对行业有一个比较客观、科学的认知。其

二、要尽可能通过一些途径了解企业的一些基本状况，比如企业的中层干部的特点等。其

三、要理清诊断的总体思路和步骤，而且最好形成书面的诊断计划。

其四、要准备好诊断的工具。

其五、要事先预告客户做好相关的准备。

2、诊断的方法要多元化。很多咨询师认为个人经验很丰富，通过现场察看和问询方法就可以很好地了解企业的现状和特点。但是，事实上，单纯依靠现场察看和问询方法很容易遗漏重要问题，也较容易被表面现象所迷惑。因此，本人认为咨询师应该形成自己一套规范的诊断方法，而且要使诊断方法多元化，例如可以设计相应的调查问卷等。

3、要注重财务数据的收集、分析。现在很多老板已经不满足咨询师只提供一定性的对企业现状的诊断分析报告，而是更看重从数据的角度去分析问题。而事实上，数据更能反映一个企业的经营的实际状况，而一些定性的东西只能作为印

证的依据和参考而已。

4、诊断工作不要停留于表面现象，要抓住核心问题。对于企业的诊断，大部分咨询师都可以找出很多的问题，但是很多老板还是会说这样的两句话：一是“这些问题我们也知道”，二是“您对企业的背景不了解”。会出现这种情况的原因就是因为很多咨询师的诊断停留于表面现象，而没有抓住核心的问题点，没有深入挖掘问题的根源。

三是要有一定的深度，也就是说看问题要看得更深一点，不能停留于表面；四要注意措词，既不能夸夸其谈，也不能太伤老板的自尊心。

四、做好前期企业管理咨询意识引导，变逆势为顺势

管理咨询其实就是一种管理变革创新，说到底都是一种变化。但是，我们也知道，只要是变化，必然会伴随着一种心理的恐惧、不安、抵触。从另外一个角度来说，变化也就以为以前的某些观念、方法是错误，但是那些东西已经深入人的内心，形成了一种比较牢固的意识，因此要变革首先的就是要改变意识。

那么，如何引导企业管理意识的转变呢？

首先，咨询师要改变的是老板的意识。老板的意识不改变，所有的工作都将难于开展。就像德鲁克大师对ibm老总说的，“总经理不来，其他人一个都不要来。”因为，如果最高管理层的意识没有改变，所有的变革只会停留于表面现象。

其次，要改变中高层的意识。中高层是管理革新的主体，只有改变了他们的意识，管理革新才能真正得到实施和开展，因此与中高层的多渠道沟通尤其重要。

最后，要改变基层员工的意识。基层员工是管理革新的具体

执行者，咨询师要尽可能通过培训来改变他们的意识。

五、造势而为，巧借东风

所谓“万事俱备，只欠东风”，管理咨询工作能否顺利开展，这个“东风”是非常重要的。而“东风”不会自己到来，需要咨询师自己来吹东风，即造势。

首先是要造“变革信任度”之势。也就是说要建立员工对管理层革新的信任度，让企业的员工真正感觉到企业高层真的有决心、有信心、有能力规范管理，确实能够走出以前变革总是半途而废的阴影，取得真正的成效。这一点商鞅做得很好，因此商鞅变法也很成功。

其次要造“氛围变革”之势。也就是说企业要通过内部的宣传标语、宣传栏、宣传刊物，将变革的工作展示给员工，让员工感觉到整个企业都在创新、都在改变、都在进步，这样革新的氛围才能建立起来。

最后，要学会借“客户最高领导人”之势。客户的最高领导往往是老板，老板的支持对咨询项目的成功很重要。如何与老板高效沟通、快乐沟通？通过各种方式引导老板做出思想改变，行为改变，从而带动整个企业管理层做出创新和改变。所谓“擒贼先擒王”即此道理。

六、要重视培训，做好培训，以培训促效果

管理咨询是一项很特殊的工作，咨询师既不能完全不介入企业的运营，又不能主导企业的运营，既不能不参与管理，又不能全面管理，换句话说，更多的企业变革工作还是要通过企业的管理层去完成，因此管理咨询要取得较好的成效，培训工作显得特别重要。对于一些基础较差的企业，培训工作显得尤其重要，你不把企业的人力资源提升一个水平，你就很难让高一个水平的管理模式能够顺利运行。而且，培训工

作应该要在启动咨询项目的初期阶段就开始进行，每一期培训要做精彩，要贴切企业实际问题，案例设计要更贴近企业咨询项目中的核心问题，然后再逐渐由培训工作慢慢过渡到管理的日常咨询上面。

七、高效沟通贯穿始终

良好的沟通是管理咨询成功的重要一环。管理模式、企划表格文件、解决方案、管理制度固然重要，但是缺乏有效的沟通，一切将难于运作，一切将难有成效。沟通是一门很大的学问，不会沟通的咨询师其项目的失败是必然的。这需要咨询师在实战中不断总结积累，我就不在这里详谈。

八、合理咨询费用是咨询成功的重要条件

很多咨询师会认为咨询费用是业务员或者经纪人考虑的事情，但是事实上恰恰相反，咨询费用往往决定着咨询的最终成败。过高咨询费将会使老板对咨询师的要求理想化，而事实上咨询师并不能真正决定一个企业的命运；同时，过高的咨询费也会让咨询师在高压下工作，会影响咨询师的客观判断与理性运作。而太低的咨询费更是咨询失败的首要原因。咨询师迫于投入产出比的考虑，不得不压缩工作时间，往往会使咨询项目显得很仓促，甚至草草结尾，自然难有成效。即使是有责任心的咨询师，也会由于咨询费太低的原因，而搞得进退两难。另外，咨询师最好不要接受财务状况出现极大危机的项目。因为客户在资金非常紧张的情况下，咨询工作往往会陷入一种痛苦状态：一方面我们不得不投入更多的咨询时间而没有相应回报，必然会对客户产生不满；同时资金紧张问题得不到解决，进而又导致了客户对咨询师的不满抱怨。

结束感悟语：

作为一个优秀的管理咨询师，除了要掌握丰富的管理知识、管理技能、管理工具以外，还必须深刻地认识管理咨询的特

点，掌握管理咨询的相应技巧，才能真正为客户做出应有的贡献，所谓：“没有金刚钻，不揽瓷器活”。

咨询师要认识到管理咨询是一项崇高职业，他的价值在于帮助客户找到自己的方向，并在某个方面获得成功。因此，优秀的管理咨询师不单单把管理咨询看作一项工作，更要当成一种责任、当成一种使命，当成毕生的事业。

咨询管理协议篇四

在日新月异的现代社会中，协议使用的频率越来越高，签订协议可以约束双方履行责任。协议到底怎么写才合适呢？以下是小编为大家收集的管理咨询合作协议，仅供参考，希望能够帮助到大家。

甲方：（以下简称甲方）

乙方：（以下简称乙方）

经友好协商，甲乙双方达成如下协议，并于文末载明的日期签署。

一、合作方式：（选择）

1、在_____原有商品定位、商场格局、人员配置的基础上，双方本着相互合作、协商一致的原则共同开展对_____整体改造工作。

2、为使_____商场如期开幕，双方本着相互合作，互惠共赢的原则开展开幕前的既定筹备工作。

二、合作期限：

达到甲乙双方所协商约定的整改内容为合作时限，暂定时间

为_____天，自_____年_____月_____日至_____年_____月_____日止，如需顺延合作时间，双方另议。

三、双方合作整改内容：

（一）甲方对乙方的责任及工作内容

1、对于企业形象的整改（ ）

a□ 人员形象的变化

服饰、仪容仪表、精神面貌；

b□ 内部购物环境的改变

营造浓烈商场购物氛围，美化购物环境；

c□ 外部形象

广场、墙面、门面的改变；

d□ 媒体形象的推广与伸展

2、内部结构、布局的整改（ ）

a□ 商品结构的改变（引新弃旧）

b□ 从业人员的选贤任能、优胜劣汰

c□ 区域的重新划分

d□ 经营策略的转变与创新

3、建立科学完善的管理体系（ ）

- a□ 各岗位职责的确定
- b□ 各项规章制度的完善
- d□ 挖掘、引进、培养各类管理人才
- e□ 企业文化的形成及激励奖励机制的建立

4、开幕宣传、策划（ ）

- a□ 以各种有效的方式（如广告、社调、活动等）推进宣传活动的实效性
- b□ 开幕前的`议式准备，礼仪公司，外部开象设计
- c□ 开幕工作的现场管理，秩序控制
- d□ 主持开幕仪式

5、开幕前的招工、培训、推荐、分配（ ）

- a□ 报名相关资料的设计制作，招工宣传
- b□ 报名时初试，正式面试
- c□ 进行综合素质、岗位职责、岗位技能、服务意识和水平的全面培训
- d□ 学员市调
- e□ 据成绩推荐岗位，并建立档案

6、招商（ ）

a□ 根据乙方要求，以双方商定的招商政策，针对对口市场招商

b□ 签定合作协议

c□ 培训商户

7、甲方为乙方策划制作适度有效的促销活动（ ）

（二）乙方对甲方的责任及义务

乙方向甲方提供甲方工作人员的住宿和办公场所、为甲方提供生活所必需的生活用具和办公用品，按双方约定的期限足额支付甲方的合作费用。

四、合作费用：

乙方向甲方支付人民币共计： 元整。

五、付款方式：

约定总价款分两次付清，协议签定时首付总金额的 %（元整）作为服务约案定金，及甲方在乙方所在地的工作费用；协议到期时乙方向甲方支付全部剩余款项，即总金额的 %（元整）

六、后期托管：

协议结束后，如乙方需要，甲方委派一名人员对本店行使为期不低于一个月的管理权，管理费用_____元/月由乙方承担。（此费用不计入合作总费用，需另计）

七、补充项目：

八、本协议未尽事宜，在合作过程中双方协商一致后执行。如双方就合作事宜发生纠纷且无法调解时，可通过法律途径来解决。

九、本协议一式两份，甲乙双方各执一份。

十、本协议自甲乙双方签字之日起生效。

甲方：

乙方：

年 月 日

咨询管理协议篇五

甲方：（以下简称甲方）

乙方：（以下简称乙方）

经友好协商，甲乙双方达成如下协议，并于文末载明的日期签署。

1、在_____原有商品定位、商场格局、人员配置的基础上，双方本着相互合作、协商一致的原则共同开展对_____整体改造工作。

2、为使_____商场如期开幕，双方本着相互合作，互惠共赢的原则开展开幕前的既定筹备工作。

达到甲乙双方所协商约定的整改内容为合作时限，暂定时间为_____天，自_____年_____月_____日至_____年_____月_____日止，如需顺延合作时间，双方另议。

（一）甲方对乙方的责任及工作内容

1、对于企业形象的整改（）

a□人员形象的改变

服饰、仪容仪表、精神面貌；

b□内部购物环境的改变

营造浓烈商场购物氛围，美化购物环境；

c□外部形象

广场、墙面、门面的改变；

d□媒体形象的推广与伸展

2、内部结构、布局的整改（）

a□商品结构的改变（引新弃旧）

b□从业人员的选贤任能、优胜劣汰

c□区域的重新划分

d□经营策略的转变与创新

3、建立科学完善的管理体系（）

a□各岗位职责的确定

b□各项规章制度的完善

d□挖掘、引进、培养各类管理人才

e□企业文化的形成及激励奖励机制的建立

4、开幕宣传、策划（）

a□以各种有效的方式（如广告、社调、活动等）推进宣传活动的实效性

b□开幕前的仪式准备，礼仪公司，外部开象设计

c□开幕工作的现场管理，秩序控制

d□主持开幕仪式

5、开幕前的招工、培训、推荐、分配（）

a□报名相关资料的设计制作，招工宣传

b□报名时初试，正式面试

c□进行综合素质、岗位职责、岗位技能、服务意识和水平的全面培训

d□学员市调

e□据成绩推荐岗位，并建立档案

6、招商（）

a□根据乙方要求，以双方商定的招商政策，针对对口市场招商

b□签定合作协议

c□培训商户

7、甲方为乙方策划制作适度有效的促销活动（）

（二）、乙方对甲方的责任及义务

乙方向甲方提供甲方工作人员的住宿和办公场所、为甲方提供生活所必须的生活用具和办公用品,按双方约定的期限足额支付甲方的合作费用。

乙方向甲方支付人民币共计：元整。

约定总价款分两次付清，协议签定时首付总金额的%（元整）作为服务约案定金，及甲方在乙方所在地的工作费用；协议到期时乙方向甲方支付全部剩余款项，即总金额的%（元整）。

协议结束后，如乙方需要，甲方委派一名人员对本店行使为期不低于一个月的管理权，管理费用_____元/月由乙方承担。（此费用不计入合作总费用，需另计）

甲方：

乙方：

年月日