

广州仁脉企业管理顾问有限公司

企业详情

企业官方注册名称： 广州仁脉企业管理顾问有限公司
 企业常用简称（英文）： renmark consulting
 企业常用简称（中文）： 仁脉顾问（中国）
 所属国家： 中国
 中国总部地址： 广州市越秀区建设六马路33号宜安广场
 网址： www.renmark.cn
 所属行业类别： 领导力发展培训、个人能力发展、专业能力发展、在线和移动学习
 在中国成立日期： 2010年
 在中国雇员人数： 180人

业务详情

1、主要客户所在行业： 互联网与游戏业、耐用消费品、IT信息技术，半导体及通讯、金融服务（如银行，保险，财富管理等）、房地产业

2、曾服务过的客户案例：

客户案例一：

所提供的服务类别	领导力发展培训、在线和移动学习、专业能力发展
客户公司性质	民营
客户公司行业	金融服务
客户当时的需求	<p>市场竞争环境压力促使客户总部加大对业务人员的精准化培养。</p> <p>仁脉顾问协助客户总部对零售营销序列人员进行了进一步的细分，贵宾理财经理定位在直接服务中高端贵宾客户群体。这部分人员的培养对于提高高价值客户专属化服务水平，提升客户体验，提高客户粘度和忠诚度具有重要意义。</p>



	<p>“菁蓝荟萃——贵宾理财经理培养项目”分为两期，2016年9-10月，项目持续推动，完成六期培训班培训，参训人员达300余人，均来自于全国各省分行。通关本次项目，持续为全国各省分行输送菁英人才。面向贵宾理财经理培养的菁蓝荟萃项目，旨在通过本项目打造一支“角色定位准确、营销服务合格、绩效持续提升、团队协作高效”的贵宾理财经理队伍，进而持续提升本行高价值客户的客户体验。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>针对本次项目实施内容，主要包括：在线能力素质测评、线上学习运营、课题集中培训、内部案例萃取及典型工作场景辅导通关等几大模块内容。</p> <p>（一）能力素质测评</p> <p>通过对学员 MBTI 职业个性、职业锚、员工工作技能和销售能力的评估，让学员了解自身能力短板，制定发展策略。</p> <p>（二）线上学习任务——知己知彼之客户情报搜集</p> <p>关于线上学习内容设置，我们主要选取与理财经理工作业务直接相关联的理财产品分析出发，并逐步完善行程产品地图，详实填写各种理财产品信息如目标客户、起投金额、收益率、期限、保本情况、流动性、风险、赎回方式等。</p> <p>【线上任务发布】：学员线上组队，线上发布产品地图模板，发布任务完成通知及提交时间节点，学员执行实践；</p> <p>【线下任务执行】：各组根据模板，编写小组学习任务——同业理财产品竞争地图，并进行不断完善；</p> <p>【线下任务提交】：小组提交学习任务，并进行同业产品的相互学习参考。</p> <p>（三）集中课程面授</p>

针对本次项目集训内容，整体规划如下：			
第一天	第二天	第三天	第四天
素质类课题-超效沟通 (分行内培训师内训课程)	专题培训-《价值客户心理分析与关系管理及进阶营销》 (专业培训机构课程)	业务类课题-步步为赢 (分行内培训师内训课程)	专题培训-《价值客户心理分析与关系管理及进阶营销》 (专业培训机构课程)
思维工具类课题-工具大全 (分行内培训师内训课程)		业务类课题-持盈守成 (分行内培训师内训课程)	
我要露一手-案例萃取工作坊 (专业培训机构课程)	测评报告解读 (专业培训机构测评技术)	--	结业测试
专题培训-《价值客户心理分析与关系管理及进阶营销》 (专业培训机构课程)	素质类课题-超效沟通 (分行内培训师内训课程)	专题培训-《价值客户心理分析与关系管理及进阶营销》 (专业培训机构课程)	业务类课题-资产配置 (分行内培训师内训课程)
	思维工具类课题-工具大全 (分行内培训师内训课程)		业务类课题-持盈守成 (分行内培训师内训课程)
测评报告解读 (专业培训机构测评技术)	我要露一手-案例萃取工作坊 (专业培训机构课程)	--	结业测试
<p>(四) 案例萃取工作坊</p> <p>根据学员自身银行从业经历中选择一件印象深刻、具有启发意义的事件，编写成优秀理财经理案例。</p> <p>(五) 典型工作场景通关评比</p> <p>【活动内容概述】</p> <p>【目的】</p> <p>通过学员提出的解决方案，评价学员的工作能力。</p> <p>【场景来源】</p> <p>由我行和专业咨询机构仁脉顾问共同提供六个的关于典型贵</p>			

	<p>宾理财经理工作场景，包括：大客户投诉、社群营销、超高端客户维护与破冰等疑难杂症。</p> <p>【活动内容概要】</p> <p>在第五天集训中，小组选择本组一个案例，通过角色扮演的方式分享，进行分享，并获取反馈。</p>
<p>服务成果</p>	<p>（一）科学诊断了本部员工能力素质</p> <p>通过 MBTI 职业个性、职业锚、员工工作技能和销售能力的科学盘点理财经理员工性格特征、管理能力。</p> <p>（二）全面提升了理财经理的专业技能</p> <p>通过本次培训提升了学员专业的产品营销技巧、客户需求分析能力以及高端客户关系维护能力，同时通过案例萃取工作坊，实现了优秀案例的全国推广借鉴，同时，通过选取理财经理工作岗位中的典型工作场景 P K 赛，一方面解决了工作中的关于大客户投诉、社群营销、超高端客户维护与破冰等疑难场景问题，另一方面通过学员现场的 P K 呈现，综合评估学员的工作能力和综合素质。</p> <p>（三）探索了理财经理全新培养模式</p> <p>项目采取了“基于学习项目设计五要素”培养模式，“混合式+差异化”学习模式。</p> <p>一方面，通过人才测评、调查研究精准培训需求，通过线上学习、课程学习、研讨工作坊、场景演练通关、微信学习叠加培训体验。</p> <p>另一方面，课程学习采用差异化主题模式，分业务专题、技能提升专题、素质提升专题；团队学习引入创新的“典型工作场景通关评比活动”、“案例萃取工作坊”；网上学习采取小组同业理财产品竞争地图；微信学习通过学习任务实时推送，学习交流、课程回顾总结等。</p>



	<p>（四）沉淀了一批可全行推广借鉴的项目成果资料</p> <p>整个项目结束后，沉淀了一批实用性非常高的项目成果资料，并用之于全行内部推广使用。</p> <p>菁蓝荟萃项目共计完成八期培训班，萃取案例达300余份，其中优秀案例100余份，优秀案例将用于银行内网以及培训中心推广使用。</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

客户案例二：

所提供的服务类别	领导力发展培训、在线和移动学习、个人能力发展
客户公司性质	国有
客户公司行业	汽车及零部件
客户当时的需求	<p>随着国家十三五大力发展新能源汽车的政策引导支持，新能源汽车行业发展迅速，时代电动迎来了快速发展的机遇，同时也遇到了人才培养的巨大挑战，管理干部能力提升培养刻不容缓。</p> <p>1、公司快速发展，产品供不应求，需要最大化加强企业的运营和生产效率。</p> <p>2、人才的能力跟不上公司快速发展的需求，无法保证企业内部人才供应链条的流畅性和充足性。</p> <p>3、直管干部多为业务骨干直接提拔，业务能力强，管理能力不足，带领团队实现工作目标的能力欠缺。</p>
具体服务内容	<p>人才梯队培养计划 构建卓越经理人梯队，加速关键人才培养，成为公司战略落地的重要支撑。</p> <p>现状评估及培养目标 公司中基层管理者整体都非常年轻，普遍都有较强的业务能力，但是角色认知尚未转化，管理能力亟待进一步提升。</p> <p>项目设计思路 培养项目创新的提出“针对性，系统性，有效性”的“丰羽计划”培养思路，以行动学习为主，课程面授为辅，制定混合式培养方案。</p> <p>项目特点</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、解决问题，创造业绩 2、加强团队建设



	<p>3、提升个人领导力 4、促进个人能力发展 5、建设学习型组织</p> <p>导入行动学习模式 “一个团队需要一组领队”，学习项目开始即抛出开放性问题，旨在导入行动学习概念，形成学习项目的催化师队伍，为项目整体的行动学习提供组织保障。 聚焦公司经营实际问题，学员提出工作中的实际问题（教练结合前期调研信息加以引导，确保课题有效可控），以问题认领形式分组，每组确定组内主持人，负责组织课题研讨和实施，为各学习小组的行动学习提供保障；</p>
<p>服务成果</p>	<p>主要成果： 1、将产能利用率由55%提升至80%； 2、湖南市场新能源整车产品新增市场占有率70%； 3、客户品牌识别体系建设； 4、规划2016-2020年实施策略，完成公司销售收入年平均增长35%布局； 5、客户满意度提升2%。</p> <p>建立销售漏斗管理系统： 通过对销售过程进行科学建模，对商机数量、参与销售、成交等销售过程进行数据化管理； 对商机管理、区域产品策略、销售人员数量和能力培养等方面决策有着科学依据； 并且能够进行横向和纵向比较，能够清晰准确地进行销售人员个人效能优化和管理、销售团队效能优化和管理。</p>

客户案例三：

<p>所提供的服务类别</p>	<p>领导力发展培训、在线和移动学习、个人能力发展、专业能力发展</p>
<p>客户公司性质</p>	<p>国有</p>
<p>客户公司行业</p>	<p>能源动力</p>
<p>客户当时的需求</p>	<p>近年来成品油市场竞争日趋激烈，越来越规范的劳动用工法律环境，越来越严格的安全环保要求，直接推高了成品油销售企业的人工成本压力。如何应对环境压力，提升一线加油站的经营效率，已经成为一个至关重要的课题。</p> <p>1、一线员工配置紧张</p> <p>为了提高加油站的经营效率，往往采用严控一线员工编制，造成了在岗员工加班时间长，工作体验不佳进而增</p>

	<p>加离职率。</p> <p>2、合格员工培养周期长</p> <p>一线人员培养内容与实际工作脱节严重，现场缺乏高效的培训手段。往往因为新人不能胜任岗位，无法减轻加油站的工作压力，造成现有人员就加班压力大，陷入恶性循环。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>项目方案设计</p> <p>这一两年来，一方面是福建销售各项业务发展迅速，加油站网络布局稳步推进，一方面是服务行业“用工荒”频繁出现，招工难的问题年年加剧，特别是新生代员工占比越来越多的当下。因此，我们人事处一直在思考着一些问题，例如：如何加快一线员工的培养？如何才能真正意义上减少加油站员工的工作压力？如何能使加油站人员配置达到最优？</p> <p>最终思考的结果就是：破解这些难题的关键是人，而培训正是这其中的动力之源。从培训入手，一方面提升培训的效率，让越来越多的人掌握合格的技能，一方面提高培训的质量，让参与培训的人真正掌握各项技能，这样加油站各个岗位上才能够有合格的、专业的人员，进而人员配置才能逐步趋于合理，最终实现人员工作与休息的平衡，缓解加油站人员的工作压力。据此，我们希望次的项目能够实现了培训有效、有用、有利、有益。</p> <p>实施阶段过程</p> <p>此次实施过程阶段，仁脉顾问根据过往的培训经验，结合公司的需求，项目分为准备阶段、迭代设计、迭代开发三大阶段，从培训前期业务痛点的界定、课题的选定到中期培养辅导、工具应用，到后期考核轮训，课程迭代的一揽子计划，三位一体，相互支撑。</p> <p>理论方法应用</p> <p>直指业务收益的场景化开发技术</p> <p>针对快速、有效的开发需求，SAM场景化课程开发技术以行为为核心，应用场景还原，快速在9天内开发加油站站长/值班经理2个岗位的课程，共计16门，外加2个岗位的操作手册。</p> <p>1、以学习体验为核心的课程开发才有效</p> <p>客户福建销售公司原有的加油站课程主要以知识内容为核心，注重系统和逻辑。而此次引进SAM的开发技术以学习体验为核心，更关注加油站站/值班经理岗位痛点和具体需求，围绕岗位需求打造的学习内容，更能直指学习效益。</p> <p>2、以行为为核心的开发内容才有效</p> <p>SAM聚焦行为改变，从“知道”到“做到”尚有鸿沟，只有让学员做到，才能真实促进业务，减少油站的工作压力。过往培训</p>



	<p>后学员还是不能立马上岗执行具体工作技能，需要很长时间的转化后才能胜任岗位。而此次开发的课程，以工作场景中具体行为为核心，实现学以致用。</p> <p>3、场景化的萃取还原才更有效 去场景化学习的模块化、长迁移大幅度降低学习效果；场景化开发真实还原实际场景，有效降低课程应用的难点。</p>
<p>服务成果</p>	<p>1、共开发16门课程（含讲师手册）、2个岗位操作手册，内化为客户福建销售公司的标准化课程，已经用于2016年加油站经理及值班经理轮训项目中使用。</p> <p>2、基于人才发展、业绩提升以及运营安全，搭建针对加油站经理和值班经理培训体系。</p> <p>3、内部项目组成员初步具备课程设计和优化等能力，能根据业务情况不断调整和更新课程。</p>

档案内容更新于2017年3月