

上海思汇企业管理咨询有限公司

企业详情

企业官方注册名称：上海思汇企业管理咨询有限公司
 企业常用简称（英文）：Skill&Will
 企业常用简称（中文）：思汇
 所属国家：中国
 中国总部地址：上海
 网址：www.skillandwill.com

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、教练技术培训
 在中国成立日期：1996年
 在中国雇员人数：10

业务详情

1、主要客户所在行业：生命科学（如医药，医疗器械等）、汽车及零部件、互联网与游戏业、零售业与电子商务

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
客户公司性质	外商独资
客户公司行业	快速消费品
客户当时的需求	客户于1995年正式成立，经过20年的发展，目前经营区域已遍布全国31个省区，中国也成为了客户在全球最大的市场。活跃在中国市场上的客户的销售人员已经达到18万，如何提升销售人员的销售能力和团队合作能力成为摆在管理层面前的重要问题。借此契机，客户培训中心（简称ACTI）于2005年在广州正式成立，致力于提升营销人员的销售能力，促进团队协作。

<p>具体服务内容</p>	<p>ACTI于2007年开始与Skill&Will公司合作,将MBTI®引入客户营销人员的管理培训体系中,用以加强营销人员的自我认知和团队理解。</p> <p>具体操作上,培训中心设有基础管理课程和高级管理课程。其中,基础管理课程是达到一定级别的销售人员的必修科目,这些销售人员都有各自的销售团队,自我认知和理解管理团队成员对于他们都是关键技能。而Skill&Will公司的“领导力人格基石”课程作为自我认知的重要部分,被引入到了基础管理课程中。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● “领导力人格基石”课程在正式引进之前,首先经过20位高级别的营销管理人员的试听,然后根据收集到的反馈和ACTI的具体情况微调,来更好地应对营销人员在工作中所出现的问题。考虑到由于营销人员呈现多元化分布,每个人的地域、学历、语言水平等差距较大,Skill&Will公司的培训师采用了放慢语速、用语非学术化、全中文授课的方式进行培训。 ● 同时,为了更好地帮助企业长期发展,实现企业内化,Skill&Will公司帮助ACTI培养自己的MBTI®培训师采用三步走的方式: <ul style="list-style-type: none"> ✓ 首先主要由Skill&Will公司的培训师进行培训,ACTI方面的培训师进行记录听讲; ✓ 然后,由双方合作进行MBTI培训,逐步提升ACTI培训师的培训能力; ✓ 最后,再由ACTI的培训师主讲,Skill&Will公司的培训师全程听讲,提出建议,查漏补缺,基本实现内化成功。培训师还可以获得详细的课程大纲、培训方案、课件资料、工具以及多项课程支持服务,确保在企业中开展培训取得理想的成效。
<p>服务成果</p>	<p>MBTI®可以帮助领导者建立清晰的自我认知,提升自尊和自信,培养对他人的同理心,不断完善人格,从而更好地驾驭自我,尊重他人,充分发挥领导才能。同时,它也有助于团队领导者驾驭人际差异,优化人员配置,促进团队成长。ACTI每年持续性开展500至800人次的MBTI®测评,利用MBTI®培训,持续提升销售人员的领导力,沿用至今,相信会在未来继续为企业的发展做出贡献。</p>

客户案例二:

<p>所提供的服务类别</p>	<p>领导力发展培训</p>
<p>客户公司性质</p>	<p>外商独资</p>
<p>客户公司行业</p>	<p>生命科学(如医药,医疗器械等)</p>



<p>客户当时的需求</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 客户作为医药行业的巨头，需要保持持续的业绩增长，两个部门尤为重要，一个是全球的研发部门，另一个则是医药行业拉动业务的关键—销售团队 ● 销售团队需要保持持续的业绩增长，销售代表的专业能力与区域经理的实地辅导和业务规划能力十分重要，而这些能力的培养，与其直接上级—大区经理对一线区域经理的领导和管理能力息息相关 ● 为了更好的培养“接地气”的大区经理领导能力，Skill&Will为大区经理设计了从自我认知到领导团队的两项关键能力
<p>具体服务内容</p>	<p>2天《MBTI®与领导力人格基石》侧重：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 了解自己的性格特征，以及与生俱来的优势和薄弱方面，在人际互动时驾驭人际差异 ● 理解大区经理的职责，及可能会遇到的挑战和应对方法 <p>2天《MBTI®与高绩效辅导》侧重：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 了解帮助下属成长的辅导流程和辅导基本工具 ● 结合MBTI®的类型与气质理论，提升自己在做辅导时聆听、提问、引导、反馈等技巧
<p>服务成果</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 帮助新任命销售大区经理完成团队管理者的心理转换 ● 通过MBTI®的应用，让大区销售经理认知自我，更好的了解自己作为更大团队的管理者之后的优势及补足的短板 ● 弥补在原一线销售经理流程中，对销售代表进行常规管理动作“实地辅导”时（实地辅导多指的是销售经理与销售代表一同拜访医生后，就代表与医生当时的交流，马上给到逐句反馈的管理行为）只关注“事”而不关注“人”的不足

客户案例三：

<p>所提供的服务类别</p>	<p>领导力发展培训</p>
<p>客户公司性质</p>	<p>合资</p>
<p>客户公司行业</p>	<p>汽车及零部件</p>
<p>客户当时的需求</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 2017年3月客户组织轮胎生产部门十位管理人员参加了为期2天的《领导自我——运用MBTI®构筑领导力人格基石》工作坊，在之后的一年时间里，团队成员在以下方面获得了长足且明显的发展： <ul style="list-style-type: none"> ✓ 团队成员之间的信任感增强了，他们可以正面解读对方提出的反对意见，并给予正面积极的回应；



	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 上下级之间的坦诚度提升了，他们愿意把对领导管理方式的看法开诚布公地表达出来，并能就何为理想的管理方式开展健康理性的讨论； ✓ 团队成员逐渐养成了向他人清晰表述自己感受的习惯，对方也能根据接收到的情绪做出正向的判断； ✓ 团队自主讨论自发决策的频率加大了，大家以主人翁的角色参与到轮胎生产部门的各项决定中，显示出更强的担当和主导感； <p>● 同时，在这一年中，管理团队的人员结构也发生了微调。随着若干新成员的加入，在今年即将启动的第二模块中，管理者希望把发展的视角从“我”提升至“我们”，进一步地明确“我们”不仅仅是一群在一起工作的同事，我们更是一个真正意义上的“团队”，我们有共同的目标并为之而努力，我们清楚地知道自己的角色定位和和义务，能够得到或成为其他团队成员强有力的支持。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>我们运用MBTI®评估团队成员以及整个团队的性格类型,通过心理学原理帮助领导者从性格入手，了解每一位团队成员的能力优势和发展方向，管理人际差异，改善人际关系，在不同团队成员之间建立共同语言，有效增强团队凝聚力。MBTI®还可以评估整个团队的性格构成,有助于领导者根据任务需要优化人员配置，进一步提升组织绩效。</p> <p>我们在此基础上引入了FIRO-B的理论和工具，用于说明团队处于形成期(Forming)、风暴期(Storming)、规范期(Norming)、业绩期(Performing)等不同发展阶段的主要特点，更好地说明不同任务环境中团队发展的波动现象，帮助领导者从归属感(Inclusion)、控制感(Control)和信任感(Affection, Openness, Trust)三个角度了解团队成员之间的互动与合作，找到促进团队成长的最佳路线。</p>
<p>服务成果</p>	<p>我们的团队建设方案不是一次简单的集体活动,而是将MBTI®对团队所作的静态评估和FIRO-B基于团队发展阶段的动态评估结合起来，通过心理学理论和方法促进领导者和成员之间彼此了解，增进沟通，对团队当前的状况和发展之路形成共识，让团队清晰认识到自己的文化特征和关系质量，通过加上一系列高效地团队建设活动把团队不断推向“绩效期”。从而使团队领导的领导者角色成为促进者；团队成员的角色成为真正的主人，更主动和愿意承担责任，团队达到无需领导和自我管理的更高境界，从而齐心协力、共同致力于团队的成长。</p>

档案内容更新于2018年7月