

## 上海深圳麦肯特企业顾问有限公司

### 企业详情

企业官方注册名称：上海深圳麦肯特企业顾问有限公司

企业常用简称（英文）：EMKT CONSULTING

企业常用简称（中文）：麦肯特顾问

所属国家：中国

中国总部地址：上海

网址：www.emktco.com

所属行业类别：领导力发展培训、销售培训、在线和移动学习、个人能力发展

在中国成立日期：2000年4月17日

在中国雇员人数：50

### 业务详情

1、主要客户所在行业：耐用消费品、快速消费品、生命科学（如医药，医疗器械等）、汽车及零部件、IT信息技术、半导体及通讯、机械制造

### 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	建筑业
客户当时的需求	该公司针对内部的核心管理人员大概25位左右，在2019年进行一个持续的领导力项目，其中有战略，领导力，等等不同的模块，帮助这批核心管理人才的自我成长，提高团队执行力，更好的做保留。 其中领导力模块选择麦肯特公司的“情境领导”课程，进行内训及培训后认知到情境领导非常实用，内训后新增7位销售管理人员



	的1:1 辅导，促进行为改变。
具体服务内容	<p>2019年3月07-08日进行了中层核心管理人员的情境领导内训，课程前、中、后，同时提供了课前领导力风格测评，课程问卷，课中学习经典的领导力模型《情境领导》，课后提供学习要点及总结报告</p> <p>在培训中HR反馈本次培训效果非常好，学员都是公司的老员工，对公司非常的熟悉，主要以销售、营销管理人员居多，麦肯特老师的教学案例很生动，非常接地气，由于培训第二天下午是妇女节要提前下课，课程调整到第一天晚上8:00结束，学员都很积极参与讨论与互动。</p> <p>培训后基于现场效果非常好，特别进行2个月后的7位销售管理人员的1:1辅导。</p>
服务成果	<p>情境领导是一个领导力项目中的重要模块，麦肯特进行了一个非常好的开头，促进项目的成功。本次培训帮助：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 提高所有中层管理人员的意识，帮助学员打破固有工作经验的束缚，让学员针对不同情境，不同的下属状态灵活使用领导风格。</li> <li>2) 针对核心的销售管理人员进行1:1辅导，帮助销售管理人员在一线的销售中以绩效为导向，调整领导风格更有效的影响一线销售人员，提升公司整体的绩效</li> <li>3) 麦肯特针对核心的7位销售管理人员1:1辅导后，汇总出实际管理案例，丰富客户的案例库</li> </ol>

**客户案例二：**

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	机械制造
客户当时的需求	<p>该公司每年针对领导力有很多的项目和培训，其中对情境系列的课程，多年使用下来，学员的反馈及课程口碑非常好；针对不同的对象，需要不断的持续改进。</p> <p>从2016年开始麦肯特针对该公司的不同层级的经理，进行情境系列的培训。其中情境领导分成2个层级：初级经理和资深经理。麦肯特顾问进行资深经理的内训。参加完情境领导的经理，后续还可以选择情境辅导的培训，帮助该公司的经理在实施领导前或者辅导前，判断一下时机，对象是什么状态，具体选择哪种领导方式，辅导行为更为合适，促进沟通的有效性，促进“因材施教，</p>



	因人而异。”
具体服务内容	<p>情境系列“课程，实施服务的流程分成3个步骤：</p> <p>1) 课前测评/课前问卷，收集学员实际的辅导案例、实际管理中的挑战等</p> <p>2) 课中学习情境系列课程模型及工具，情境领导/情境辅导，讨论学员实际的案例，帮助学习的实操性。</p> <p>3) 课后提供行动表格，帮助大家在工作中运用及行为改变</p> <p>由于已经合作多年，每年我们都会针对报名的对象，学员的实际的案例进行课程的持续改进，目前课件已经升级到第三版本。</p>
服务成果	<p>“情境系列”课程，在该公司内部已经是口碑课程，</p> <p>1) 形成统一的“情境”管理/辅导的语言，很多参加过情境领导的学员来参加情境辅导，熟悉情境模型，易于理解</p> <p>2) 在VUCA时代，，麦肯特在情境系列课程实施前会结合客户的全球领导力模型进行讨论，让每一位经理都对公司内部模型更加清晰，理解与情境系列课程的连接</p> <p>3) 促进该公司的学习文化，需要更高效，更绩效导向的Lead团队</p>

**客户案例三：**

所提供的服务类别	领导力发展培训、个人能力发展
客户公司性质	合资
客户公司行业	耐用消费品
客户当时的需求	<p>项目一（领导力）： 目标学员是新任经理，需要通过一整个领导力提升项目，迅速且全面提升这些新任经理的领导力、辅导技巧、反馈技巧等。 因为麦肯特顾问的情境系列模型易于理解，灵活度强，适应性高，所以将这一模型作为整个项目的主轴，同时也让学员对领导力有一个系统性和整体性的学习与应用。</p> <p>项目二（领导力+个人能力）： 行动学习项目由总裁牵头，各事业部总监给出与公司业务战略相关的行动学习议题并担任各项目Sponsor，与所给议题领域的专家一起辅导并支持学员完成行动学习项目。 行动学习项目议题紧跟公司发展战略及行业发展趋势，从开源节流再到应用新技术/改善现有流程提升效率等，所有议题都得到了总裁的亲自批复。 在为期7个月的项目周期中，学员不仅要参与课程内容的学习，更</p>

	<p>要将所学内容应用到实际议题执行中，与项目支持者、专家、L&amp;D团队、麦肯特顾问团队一起最终完成行动学习项目，参与答辩、完成议题，并为公司业务发展带来实质性的帮助。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>项目一： 情境领导®（客户授证内部讲师授课）→小组电话辅导（针对情境领导®课后作业），由麦肯特顾问资深情境领导®课程授课讲师进行辅导→情境辅导®，由麦肯特顾问资深情境辅导®课程授课讲师进行授课。 由麦肯特顾问客户经理及支持团队提供全程服务及跟进。</p> <p>项目二： 由麦肯特顾问的资深顾问担任整个项目主顾问的角色，同时参与其中部分课程授课。</p> <p>项目前： 1. 由麦肯特顾问与个部门总监一起圆桌会议，在顾问的引导下进一步澄清议题； 2. 由L&amp;D团队与麦肯特顾问共同配合下，理清项目Sponsor与专家在项目所需承担的职责。</p> <p>项目中： 1. 对每组项目进程的跟进与把控； 2. 以线上+线下相结合的形式及时解决学员遇到的现实困惑和挑战； 3. 每间隔一个月进行一次针对项目支持者、专家及学员的面对面线下辅导跟进工作坊，通过小组讨论分享，顾问给出建议及解决方案的方式，帮助学员梳理目前项目进展、需要调整的地方等并给出下一步方案的建议。 4. 提供学员针对整个项目的最终答辩PPT制作及演讲技巧的培训； 5. 提供整个项目的学员辅导地图； 6. 收集学员每一次课程的课后作业并反馈给顾问，以便顾问更有针对性地进行辅导。 7. 项目最终答辩评分表及现代技术支持； 8. 学员对整个项目感想的视频录制及制作。</p> <p>项目后： 1. 整体项目review； 2. 下一届项目提升改进建议。</p>
<p>服务成果</p>	<p>项目一： 情境领导®课程帮助学员掌握如何针对下属绩效准备度匹配合适领导风格。一个月之后，针对优秀学员的课后作业（即课后应用</p>



	<p>情境领导®课程工具的过程中遇到的困难和挑战)请麦肯特顾问讲师做小组电话辅导，答疑解惑，帮助学员更好应用。间隔一个月之后，通过情境辅导®课程进一步强化学员作为领导者的辅导技巧。</p> <p>去年一共在客户三个分公司实施了三场，由于学员反馈很好，培训经理也对课程及讲师非常满意，今年将继续实施三场。</p> <p>项目二： 在麦肯特顾问接手2018年行动学习之前，客户曾与两家顾问公司合作过，由于之前两届的项目效果未达客户原定期望，所以麦肯特顾问在第三届项目举行前有机会参与项目的研讨和设计、并最终获得此标的合作。</p> <p>对麦肯特顾问提供的针对项目整体的服务及跟进满意，尤其客户非常满意麦肯特项目主顾问对整个项目的支持与付出。</p> <p>共计9个与业务相关项目，在行动学习项目结束时都有了较为实际的结果，甚至有个别项目在行动学习项目结束时已经为公司带来了实质性的收益。</p> <p>麦肯特顾问将继续担任下一届行动学习项目的主顾问角色，同时也是唯一一家在SGS成功蝉联两届行动学习的顾问公司。</p>
--	--

**客户案例四：**

所提供的服务类别	领导力发展培训、个人能力发展
客户公司性质	国有
客户公司行业	能源动力
客户当时的需求	<p>员工每年有选修课程，当时针对经理级的员工，希望提升他们的领导力和影响力，所以选择了情境领导这个课程，期望帮助他们带领团队，能激励员工，发展员工，提升绩效。2014年基于员工沟通和合作上遇到一些挑战和困难，就针对资深员工这个层级，多开放了一门SDI自我探寻的课程，希望他们可以提升自我认知，了解自己的优势和他人的优势，了解不同类型的人的特点和关注点，促进沟通合作。近2年公司组织架构调整，需要提升员工创新能力和解决问题的能力，于是2017年又增加了思维之剑和领导者之剑两门课程。</p>
具体服务内容	<p>2011年8月情境领导培训，2014年SDI自我探寻培训，2015年5月SDI自我探寻培训，2015年6月情境领导培训，2016年4月SDI自我探寻培训，2018年5月SDI自我探寻培训，2018年2场思维之剑培训，1场领导者之剑培训，2019年1场SDI自我探寻培训，1场情境领导培训，每次培训后都有课后应用的作业跟踪，讲师作业批改反馈和</p>

	点评。
服务成果	情境领导的培训，学员觉得学习了非常实用的管理工具，知道在不同情境下，如何带领员工，达成团队目标。SDI自我探寻的培训，学员提升了自我认知和认知他人，了解自己的动机和优势，并应用在工作中。思维之剑课程掌握了问题解决的方法和创新的思维，并在课后进行实际应用，表格很好用。总之麦肯特的课程除了两天培训，课后都有工具表格可以帮助指导学员实践应用，收获大。

**客户案例五：**

所提供的服务类别	领导力发展培训、个人能力发展
客户公司性质	外商独资
客户公司行业	耐用消费品
客户当时的需求	基于对Global项目的不满意和对麦肯特顾问的信任的基础上，请麦肯特顾问来参与设计执行整个新经理项目。 目标学员是由个人贡献者转型为经理的新任管理者。 需要设计定制化的新经理项目来全面加速新任管理者的角色转型，以适应公司的快速发展。 整个新经理项目需要涵盖从基础管理知识及技能的普及、性格与冲突管理、团队建设与变革管理。 需要有一位拥有丰富实战经验、定制化能力强、又可以同时讲授这几个主题的讲师来担任整个项目的主顾问。
具体服务内容	由麦肯特顾问资深讲师担任授课讲师，全程参与课程模块设计，与客户公司现状相结合，并可以做到根据公司现状和变动及时调整课程设计与内容，这就对讲师的专业度和配合度要求很高。由于客户公司性质的原因，学员整体偏内敛，所以对讲师的授课技巧也提出了很高的要求。
服务成果	客户在培训和讲师挑选上都是非常严谨和高要求的，但整个为期一年的项目（2016年是北中南三区都分区域实施，2018年改为中区和南区2个大区）实施下来，得到了客户的好评，并会在根据公司现状的基础上，进一步调整和改善下一期课程的设计，并预计在公司产出晋升名单后，如期开展下一期项目。

**客户案例六：**

所提供的服务类别	个人能力发展
客户公司性质	外商独资
客户公司行业	生命科学（如医药，医疗器械等）
客户当时的需求	该公司是一家医疗设备公司，因为产品的专业性，他们有自己的产品培训内容，需要他们的外部客户-使用该公司产品的资深医生专家，给其他医生做培训。医生们普遍有丰富的临床案例经验，但是自己知道和复制成功是两回事，所以要帮他们了解授课的关键要素，提升授课技巧，明确授课目标以及选择合适的授课方法。
具体服务内容	讲师提前了解该公司的产品标准课件，帮助学员了解他们的学员的学习需求和目标。然后明确课程各模块的学习目标，就相应的学习重点内容，选择相应的授课方式，小组设计授课流程，最后形成一个相对标准的可执行的授课方案。
服务成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 个人角度，帮助学员体会培训师的角色，进而在培训中更多关注该公司的需要和学员的需要，学会从他们的学员角度出发组织并讲解内容，使课程实用，生动易懂，掌握有效的公众表达技巧，提升表达的感染力</li> <li>● 业务角度，帮助更多医生客户了解和更好地使用公司产品，增加了与客户的黏性，持续增加市场知名度和使用率，促进公司业务发展。</li> <li>● 合作角度，2019年持续合作</li> </ul>

### 客户案例七：

所提供的服务类别	个人能力发展
客户公司性质	外商独资
客户公司行业	IT信息技术，半导体及通讯
客户当时的需求	<p>内部资深讲师的专业能力提升：内部有来自于各个部门的讲师共12位，每年都会在内部进行分享或讲课，每次2小时到1天不等，每年公司都会对这批内部讲师作专业能力提升的培训，以提升他们的能力同时维持他们的意愿。（都是兼职，是义务付出。）2014年是第4个培养年，需要非常资深的顾问来帮他们设计一个针对性强的培训，让每一位都有收获。</p> <p>同时基于公司员工沟通现状的需要，在内部设了一门公开课23：</p>



	提升你的情商力。通过测评，了解自己的情商水平，发现自己可以改善的方向，课后进行实践应用。从而提升情商力。
具体服务内容	<p>2014年2月12-13日给内部讲师实施了TTT的定制培训。有12位内部兼职讲师参加，学习了很多实用的工具和方法，特别在应对培训过程中各类状况处理的方式方法，同时讲师现身说法，让学员感同身受作为一个讲师的使命感、价值感。</p> <p>2015年9月23日至今，每年都会开展一期提升情商力的内部公开课，作为员工的选修课程，以此来提升员工对于自我的认知并学习应用提升情商的方式方法。</p>
服务成果	<p>TTT课程上学员学习了有针对性的方法和技巧，在自己内部授课时能应用。同时重拾最初选择做讲师的初心，使命感和荣誉感得到加强。</p> <p>提升情商力的培训，每年都得到学员的好评，测评帮助学员提升自我认知，工具方法帮助学员实践应用。这个课程在客户内部的口碑度很高，大家都觉得是职场人士的必修课程。</p>

### 客户案例八：

所提供的服务类别	个人能力发展
客户公司性质	外商独资
客户公司行业	电子电气
客户当时的需求	<p>基于2018年销售团队提出的《与Global团队有效沟通》培训很成功，在2019年该公司面临减少培训预算的大环境下，需要进行全员类的通用技巧培训，这些课程都是基于该公司的能力模型及业务部门的需求确定的。</p> <p>2019年上半年选择麦肯特提供内训《提升个人影响力》，线上直播课程《压力与情绪管理》，下半年计划《MBTI 有效沟通》内训及其他主题的在线直播课程。</p>
具体服务内容	<p>2019年3月14日《提升个人影响力》内训，对象是内部所有部门的员工，算是内部公开课。本次学员普遍年轻，到公司2年内，工作中面临很多的跨部门沟通和影响。在培训前调研了学员的工作中实施影响的场景，在培训中给予沟通影响力的技巧和方法，同时把课前调研的实际场景在课程中讨论与演练。培训后给予相应的后续跟进表格，自己在实际工作中不断的行为改变</p>



	<p>2019年4月13日，进行线上直播课程，《压力与情绪管理》。学员是来自上海、江苏等几个工厂的员工。在线课程前用问卷星调研了学员目前的压力程度，在线直播课程1小时，前面50分钟进行了压力与情绪管理的理论上的教学，后面10分钟请学员进行Q&amp;A。课后我们把直播课程的内容提炼成1张PPT分享给学员。（本次在线直播课程运用安波福Skype系统完成，后续在系统上有待进一步的优化。）</p>
<p>服务成果</p>	<p>内训和在线直播课程不同的学习形式，针对客户内部的实际业务部门的需求来选择。促进多样化的学习形式，在公司预算有限的情况下。</p> <p>针对内训课程：麦肯特安排一位现场跟课的客服，进行课程讨论记录与培训总结。把1天学习到的影响力的学习要点，课中大家讨论的案例，学员工作中面临的沟通挑战汇总一个报告给该公司HR。后续让各个事业部的HRBP，学员的直线经理了解大家的情况，帮助学员进行后续的行为改变。</p> <p>针对在线直播课程，安波福后台IT人员会汇总学员在线课程的出席率，大家讨论的问题汇总。麦肯特提供本次直播课程的内容1张PPT分享给每位学员，帮助大家记忆学习中的要点及Tips</p>

**客户案例九：**

<p>所提供的服务类别</p>	<p>销售培训</p>
<p>客户公司性质</p>	<p>外商独资</p>
<p>客户公司行业</p>	<p>化工与石化</p>
<p>客户当时的需求</p>	<p>为了提升经销商团队的大客户管理能力，2017年分区域组织了部分经销商参加《重点客户开发》的培训，取得了非常好的反馈。为了更好地满足更多的经销商大客户团队的学习和能力快速提升的需求，该公司决定从公司销售团队内部选择15名资深销售人员进行“大客户开发课程内部讲师培养”项目。帮助经销商更好地发展，达成高绩效，与经销商培养更紧密的关系。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>通过培训、试讲、赋能和转化四个环节将《大客户开发》课程内化。编写课程“讲师指导手册”，系统梳理该公司经销商大客户开发的知识体系，案例定制编写，《大客户开发》课程授课，TTT转化授课技巧，编写课程录制脚本，内部讲师微课录制指导点评。</p>

服务成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 学习层面：形成系统的知识体系、客户开发模型、工具包。并且因应挑战，将课程内容分模块制作成了系列微课，成为该公司移动学习的重要组成部分，为更多经销商大客户管理人员提供了学习的机会。</li> <li>• 个人层面：培养了该公司内部《大客户开发》的讲师，提升了授课及表达能力。</li> <li>• 业务层面：该公司内部讲师更了解公司、产品和行业，将学习内容与服务环境和挑战有机集合，快速帮助业务发展。</li> </ul>
------	---

### 客户案例十：

所提供的服务类别	销售培训
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	<p>针对第三方处方药零售团队的销售代表及大客户经理中的Top Sales设计一个提升销售技能的项目，作为对Top Sales激励的同时，也希望可以建立储备人才库。</p> <p>销售代表和大客户经理的课程需要有针对性、定制性。提升销售代表与客户沟通时的沟通能力及销售展示技巧；提升大客户经理的销售技巧及建立与管理关键客户关系的能力与技巧。项目共分为两个阶段来实施。</p>
具体服务内容	<p>项目前： 分别与销售代表、大客户经理、地区经理与大区经理电话访谈沟通，明确目前所需提升的方面以及项目目标。进一步理清不同需求的重要紧急程度。进行项目规划及课程设计。</p> <p>项目中： 同时开通两个内训班，针对销售代表的内训班采用引导工作坊的形式，提升学员参与度及对课程内容的理解吸收程度；针对大客户经理的内训班采用讲师授课并将学员实际案例带进课程的设计，帮助学员解决现实困惑和挑战。</p> <p>两个阶段的课程设计采用进阶的方式，充分匹配学员的现状及需求。</p> <p>项目后： 由麦肯特顾问项目团队持续跟进，提供结案报告、课程满意度汇总报告、后续项目改进建议。</p>



服务成果	两个阶段共计八天课程，由于在课程设计前就与学员及学员老板做了非常详细的沟通，所以不论是销售代表、大客户经理还是学员经理都会讲师及课程内容非常满意，同时课程内容与实际工作的紧密结合程度也超出了客户及学员的预期，麦肯特顾问推荐的医药行业业务背景出身的讲师团切实帮助学员解决实际工作中遇到的困惑和挑战。
------	--

档案内容更新于2019年7月