

## 上海存懋企业管理咨询有限公司

### 企业详情

企业官方注册名称：上海存懋企业管理咨询有限公司

企业常用简称（英文）：TTI SI CHINA

企业常用简称（中文）：存懋

所属国家：中国

中国总部地址：上海市黄浦区金陵西路28号16楼

网址：www.disc-china.com.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

在中国成立日期：2007年

在中国雇员人数：20

### 业务详情

1、主要客户所在行业：生命科学（医药及医疗器械）、汽车及零部件、房地产业、快速消费品、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	专业能力发展
客户公司性质	外商独资
客户公司行业	化工行业
客户当时的需求	客户是总部位于比利时的500强跨国化工集团,在全球55个国家拥有近3万名员工。 全球每年会启动新经理人才发展项目,做为其人才规划培养,梯队建设的基石,以推运全球企业变革以支持业务的发展。在对培训发展项目进行持续优化考虑时,客户希望能在培训项目中引入测评产品,尤其应用在领导力角色认识,以及将测评结果大数据延伸到后续的系列相关培训模块中,例如与团队管理,辅导与激



	<p>励等模块做更好的结合。全球HR负责人在参加TTI人才管理工具赋能公开课后，对TTI测评工具在培训端的应用非常认同。这是一个全球集团基于各国需求的集体采购需求，我们基于此，推荐了管理工具企业内部赋能认证课程，TTI 的版权测评工具DISC+Motivator是目前全球信效度最高、最合规的测评工具之一，我们是中国官方唯一代表开设工具系列技术认证课程，一方面培养内部培训专业人才的专业能力的提升，另一方面可以借助工具开发适应战略/业务发展的培训课程。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>参训学员为最客户集团公司共13位企业内部资深HR专业人士，包括学习与发展负责人及HRBP，遍布8个国家，包括比利时，美国，葡萄牙，巴西，法国，印度等，基于地域的原因，我们设计了ZOOM线上认证课程。基于客户的需求，除了对专业人才测评工具的理论知识学习，我们在课程中设计了工具在招聘，团队融合，员工激励等培训领域的应用，从而更好地支持各国HR未来在工具应用层面的设计需求。</p> <p>大多数工具研发者都存在一个盲点，即只研究冰山上人外显的行为风格（怎么做），而忽略了冰山下的内驱力（为什么做）。我们设计课程则包含了员工内驱力的融合，赋能参训学员结合工具制定多元化激励手段，同时分析团队的激励文化。整个课程包含四个模块+1对1个人辅导</p> <p>模块1：工具的心理来源及理论；DISC四维度学习与探讨，个人报告解读技巧及演练；自我认识/团队沟通应用案例</p> <p>模块2：DISC团队轮图的构成与价值；轮图的分析与引导流程；动太团队管理分析案例讲解</p> <p>模块3：激励因子的知识与解读；激励因子与行为风格的关联；激励因子案例分析：自我认识与敬业度提升</p> <p>模块4：激励因子轮图的价值和团队应用；融合应用案例轮图1对1辅导+课程设计答疑</p>
<p>服务成果</p>	<p>通过阶段的学习，为了保证学习的效果以及每位学员对应用层面的专业度，我们启动了考核环节，具体分为两个阶段：</p> <p>1：线上笔试：让学员对理论知识及案例分析应用掌握更加扎实</p> <p>2：口试：要求学员提供真实的一对一解读录音，更有效的结果实际场景演练，实现对技能掌握的落地，老师在一对一辅导环节进行点评。</p> <p>通过两个考试阶段，学员收获</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 由TTI颁发的2张国际顾问证书（行为风格与激励因子国际顾问证书），掌握职场软学历</li> <li>• 掌握行为风格与激励因子测评分析与授课的资质与能力，在企业内外轻松获得收益</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>升级版认证顾问kit，一次获得超过30种资料，包括课件、游戏包、各类视频等</li> </ul> <p>2020-2021年预计使用测评报告，300份/年，每年覆盖15个新经理班。</p>
--	---

## 客户案例二：

所提供的服务类别	个人能力发展
客户公司性质	
客户公司行业	
客户当时的需求	<p>客户在数字化服务和信息技术服务领域拥有十年以上的沉淀，基于深厚的行业经验和客户洞察，帮助汽车、零售及消费品、金融和高科技等行业企业，应对数字化时代瞬息万变的商业挑战。其中电商事业部业务高速发展，团队扩张迅速。工作压力大，且目前中层岗位人员个人能力发展层次不齐；为适应业务发展需求，事业部领导开启人才盘点，找到符合电商业务发展的能力发展项，匹配适合公司业务成长的人员，找准差距，针对性的发展弱点。同时增进彼此的信任和理解，加强部门之间的协作与沟通，传递积极正能量及集体协同感。</p>
具体服务内容	<p>由于本次培训人群大多数人员是由于业务的迅速扩张，通过短时间发展成为公司中层骨干人员和一线管理人员，在通用管理技能及领导力方面缺乏必要的认识和培养；针对这一特性，TTI根据结合客户的业务发展特点及人群特点，结合人才盘点数据，为电商事业部的25位现任员工设计了一套为期9个月的培训计划，培训分为两个层级，其中个人自我管理层面设计了四大主题：</p> <p>问题分析与解决工作坊 时间与精力管理 情绪与压力管理 沟通与协作</p> <p>团队管理层面包含了： 创新思维与创新管理 教练式辅导</p>
服务成果	<p>目前已完成的课程主题为</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、时间与精力管理：通过介绍时间的特点与讨论工作中碰到的时间挑战，引出时间管理轻重缓急概念，树立要事第一的工作思维，并能在繁忙的工作中保持精力</li> <li>2、情绪与压力管理：梳理出压力的主要来源，并有针对性介绍躲</li> </ol>



	<p>避和管理压力的方法</p> <p>3、问题分析与解决：通过定义问题、寻找问题最优解决方案与实践评估解决方案等一系列流程，帮助大家轻松有效解决工作中的各项难题。课程中引导学员讨论现阶段工作中面临的真实挑战，现场演练并提出解决方案，学员们纷纷表示收获非常大</p> <p>4、沟通与协作：引入我公司版权DISC工具，了解每位学员的领导能力及沟通风格，自身的优劣势以及沟通习惯，从而实现真正高效的团队协同，取长补短，以业务为导向，推进团队与部门之间的协作。</p> <p>5、2020年持续购买工具包，应用在各个发展项目中的开篇自我认识环节，并贯穿到工作语言中。</p>
--	---

### 客户案例三：

所提供的服务类别	专业能力发展
客户公司性质	
客户公司行业	
客户当时的需求	<p>经销商渠道是客户多年来主要的业务板块之一。经销商分布于全国各地，虽不隶属于公司，但经销商运营的成败直接影响着客户的业务发展。时过境迁，第一代经销商大多年长并退居顾问角色，某经销商管理者纷纷接手长辈的企业继续经营。由于管理经验的缺乏以及各自耳濡目染所养成的习惯，在领导各自经销商团队中表现参差不齐。占比较多的人群并不清楚自身的角色和定位；因而，在日常管理中，他们往往无法把握管理重心。并且，在与下属的互动中，通常简单粗暴，因此，团队的流失率极高。为此，客户与 TTI 联手启动该项目，借助 TTI 专利产品-岗位建模帮助德二代厘清其岗位关键职责及应该表现的能力/行为，并对该人群进行科学的评估方式锁定他们的薄弱和不擅长之处，从而有针对性地帮助他们成长为强有力，实现共赢。</p>
具体服务内容	<p>项目将分成3个核心阶段，第一阶段岗位建模至关重要，其产出将直接影响第二阶段的人才评估对标的结果以及第三阶段人才发展的方略。因此，我们在整个过程中，会有以下关键角色参与：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 项目核心参与者：组成了包含某二代/岗位专家/项目组的团队共同参与</li> <li>2. 岗位建模：             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. 确定岗位专家并如开建模宣导会，多方对建模目标方法论达成基本共识</li> <li>b. 访谈建模专家：了解战略期望，明确二代经销商管理者的核心价值，从而有助于定制化引导工作坊</li> </ol> </li> </ol>

	<p>c. 建模工作引导工作坊：产出岗位模型，包括关键职责，权重，相关能力，行为/价值观标尺区间，以及关键行为清单</p> <p>d. 绩优标杆组与岗位模型标尺区间比对，从而厘定出最合理的人才标尺区间</p> <p>e. 32位二代经销管理者参与个人测评，将人才与确定的岗位标尺进行比对，锁定差距，出具分析报告，最终为后继的发展方向定提供明确的方向</p>
<p>服务成果</p>	<p>岗位模型报告 各二代经销商与岗位模型的岗位对比报告 二代经销商人才测评报告</p> <p>以上三个报告的产出，令内部经销商管理者明了测评的结果及意义，并分析对比报告的系列发现及发展规划；同时令二代经销商管理者掌握实在可操作的优化团队管理，梯队建设，激励团队的相关技巧，掌握基本的领导理念；</p>

**客户案例四：**

<p>所提供的服务类别</p>	<p>个人能力发展</p>
<p>客户公司性质</p>	<p>外资</p>
<p>客户公司行业</p>	<p>石油化工行业</p>
<p>客户当时的需求</p>	<p>客户成立于 1974 年，是国有企业，由政府全面拥有，为世界 500 强企业。2004 年在中国成立，负责经营某系列汽油机润滑油，某系列柴油机润滑油和某系列摩托车润滑油以及一些辅助油品。本次受众群体为公司销售人员，销售人员在公司的新品发布会或客户答谢会中常常承担演讲者的角色，其演讲内容的逻辑性、本人的互动性会直接影响成交率。市场上呈现技巧课程众多，TTI 的课程依托自身工具，开发的具有特色的课程内容更契合客户的需求。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>TTI 的《DISC-因人而异的呈现技巧》</p> <p>课前我们设计了符合业务属性的调研问卷，收集学员面临的关键挑战，并基于调研结果挑选了5位学员进行电话访谈，对课程期望值做更深入的了解。</p> <p>该课程依托TTI DISC行为风格测评，讲述了面对不同风格的听众，如何灵活性的展现演讲风格，让自己的演讲表达从传统的单线灌输转为双线互动性，利用科学技巧验证与补充自我经验。</p>



	该课程讲授与示范的时长为总课程的50%，并按照演讲时间线安排了50%的时长。是传授与实战相完美结合的呈现技巧课程
服务成果	学员在课上就产生了行为改变，课后每人录制了实战 demo 视频，将所学的知识应用在工作中，老师一一对学员的表现进行了点评与建议，广泛受到学员和 HR 的好评

### 客户案例五：

所提供的服务类别	个人能力发展
客户公司性质	
客户公司行业	会计师事务所
客户当时的需求	客户作为四大会计事务所之一，随着业务快速发展，人才需求也呈井喷式增长。为满足业务对人才的大量需求，客户日益重视人才获取与储备，每年都会有大量新生代员工加入客户，在这一背景下，提升新生代员工职业化态度、助力新生代员工掌握职场工作、沟通、拓展人际关系的技巧是客户急需解决的问题。
具体服务内容	-TTI 联手上海赋启青年发展中心，通过调研获得5000+覆盖各个的问题反馈调研，形成《新生代职场期望报告》，从大数据下观察新生代； -结合《新生代职场期望报告》，TTI 助力新生代员工发展，为上海、北京、广州三地即将入职的新员工提供《职场素养与心态》和《高绩效表现之任务篇》共计6场次工作坊，结合新生代员工熟悉网络用语与事件，以互动参与式引导员工建立职业意识，提高绩效。
服务成果	新员工通过工作坊学习，掌握高效时间管理方法，寻找职场导师助力职业发展，深入了解自身沟通风格与激励因子，学会识别理解他人风格，掌握向上管理技巧，调整沟通策略，具备基本职场素养与心态，掌握高绩效技巧，实现从心态转变到技能提高的过程。

档案内容更新于2020年11月