

## 信诚铭瑞（北京）管理顾问有限公司

### 企业详情

企业官方注册名称：信诚铭瑞（北京）管理顾问有限公司

企业常用简称（英文）：A. C. Consulting

企业常用简称（中文）：艾信管理咨询

所属国家：中国

中国总部地址：北京市朝阳区新华国际广场D座1017室

网址：www.acconsulting.com.cn

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：2008年

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、互联网与游戏业、IT信息技术，半导体及通讯

### 2、曾服务过的客户案例

#### 客户案例一：

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	公司高管领导力培养项目，为了达成公司战略目标，从思维层面提升高管的全局思考的能力
具体服务内容	《系统化思维》 课程背景 在知识获取越来越容易的今天，独立思维能力的重要性尤为凸显。



	<p>系统性思维贯穿于所有企业员工工作的方方面面，无论是大型战略项目，还是日常的一个小任务，都需要我们有一个清晰的、有逻辑性的、有深度的思维能力。而且，不论员工是在什么岗位、什么级别，这项能力都会帮助其成为职场的佼佼者</p> <p>课程内容</p> <p>系统性思维基础</p> <p>系统性思维的搭建</p> <p>进阶：锤炼更优秀的思维</p> <p>执行中的应用</p> <p>高效沟通的思维结构</p>
<p>服务成果</p>	<p>学会快速、合理地将复杂的问题进行分解、简单化</p> <p>学会构建结构化的思维框架，有效指导工作的分析与执行</p> <p>锻炼思维的宽度、深度，既周全、又透彻</p> <p>形成思维全局观，能够综合考虑各因素间的合力及影响</p> <p>磨练思维“锐度”，推导结论、形成洞见（结果的意义或启发）</p> <p>学会清晰、简明地陈述自己的思想，而不是罗列事实</p> <p>掌握在书面表达中（如邮件、PPT等）利用清晰的逻辑和结构来沟通。</p>

### 客户案例二：

<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>客户公司行业</p>	
<p>客户当时的需求</p>	<p>公司现有管理方法单一，希望通过创新的方式找到更好的管理模式</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>《创新思维》</p> <p>本课程理论源于杰夫·戴尔，赫尔·葛瑞格森和克莱顿·克里斯坦森『创新者的基因』研究，三位创新大师花了8年时间，访谈和调查了包括亚马逊创始人杰夫·贝佐斯在内的75个国家的500多名企业家和5,000多名创新主管，提出破坏性创新者必备的五种技能包括观察、提问、联想、社交与实验。『创新者的基因』告诉我们，每个人都能越来越具有创新精神，只要掌握创新者特有的五种发现技能，就能激活埋伏在体内的创新基因。</p> <p>在本课程包括了推动创新的四个典型步骤，包括找到创新的方向，创意思考的工具与方法，创意打磨与选择及如何推动创新</p>

	落地，满足大多数学员不同工作场景的创新需求。在训练营或行动学习中结合学员发起的课题，创新方法培训与导师的辅导，学员能立即实践及更容易取得创新成果
服务成果	<p>形成组织对于创意与创新的共识</p> <p>透过创新设计思维的流程，让创新源源不绝</p> <p>掌握观察与洞察技巧，看到竞争者看不到的创新机会</p> <p>学习创新机会的决策模式以创意收敛的评估方法</p> <p>利用说故事的能力提升创新题案沟通成效</p>

### 客户案例三：

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	在公司数字化转型的背景下，员工数据思维能力欠缺，希望通过课程提升员工对于数据的敏感度及数据化思考决策的能力，支持公司战略达成。
具体服务内容	<p>课程背景：</p> <p>数据无处不在，同时数据背后也蕴藏着无限的信息及洞察。历史上无数的重大发现、科学家的划时代发明，企业的每一次飞跃，无一不是基于对数据的敏锐及探索。在企业的日常工作中，数据同样繁多且重要，如市场数据、销售数据、员工满意度数据、产品调研数据、客户投诉数据等等。</p> <p>因此，数据分析不应该是一项专业技能，而是每个人都应该有的意识和能力。如市场中的机会、流程中的问题、调研问卷中的洞察、成本结构中的隐患等等，都需要我们通过数据去发掘，最终指导科学的决策。</p> <p>本课程意在帮助大家全面建立对数据的敏锐度，从问题与机会两个角度教授一系列方法及工具，让大家能够在错综复杂的信息和数据中找到能够指导工作与决策的规律和洞察</p> <p>课程内容：</p> <p>数据思维的基本概念</p> <p>明确目标及分解</p>
服务成果	<p>了解常见的数据类型</p> <p>提高对数据的敏锐度</p>

	掌握数据思维下工作常用的数据分析方法 能够从数据中发现问题 能够从数据中找到机会 能够应对复杂的多组交叉数据信息 在数据分析的基础上指导工作决策
--	--

**客户案例四：**

所提供的服务类别	领导力发展培训
客户公司性质	
客户公司行业	
客户当时的需求	<p>客户于2011年3月在北京某科学园注册成立,专注于开拓前沿分子生物学技术和高性能计算在生命科学研究和人类健康领域的应用,致力于成为全球领先的基因组学产品和服务提供者。公司业务覆盖全球6大洲超过50个国家和地区,服务客户超过2,000家,成为基因测序科研服务领域的领先企业。</p> <p>“诺星计划”也是客户针对公司优秀的新任管理者制定的培养项目,也被称为客户管理者的摇篮,已经为客户培育了200余名优秀的管理者,是客户管理者的必经项目。</p> <p>客户是由众多背景很强的医学生物专业研究人员组成,这部分员工比例占到公司全员的80%以上,客户的领导力培养通道也是从技术岗位的基层开始,向上提拔为中高层管理者。一直以来,客户公司重技术、轻管理的情况长期延续。公司采取的是一种粗放式的管理,管理者往往是被提拔上来的技术骨干,他们在技术能力序列的单一评估中是绩优人员,在自己的专业领域是专家,但被提拔为管理者之后缺乏系统性的领导力培养。</p> <p>作为一家行业领先的生物工程公司,客户公司未来的市场空间巨大,同时也面临着多变环境带来的挑战。</p>
具体服务内容	<p>服务内容:</p> <p>为企业实施的领导力发展项目首先解决的是领导力方向,而不是领导力技能。领导力蕴含在每个企业组织中,一定不能脱离企业的战略。艾信管理咨询为企业实施的领导力项目是基于企业战略设计,把战略从上至下一步步分解,从战略到经营策略,从策略到核心能力,最终形成贯穿上下、文化统一的领导力培养体系。而不像其他机构提供的仅仅是课程,局限于提升高管的一部分领导力技能而已。</p> <p>首先,我们与世界知名咨询公司合作,从市场端看待企业所属行业的发展趋势、商业模式。之后,从分解企业战略到经营策略,结合在经营过程中面临的问题和挑战,以及企业战略下的人才发</p>



	<p>展能力的研究确定人才的关键能力和素质。借助对团队和个人的诊断，以前瞻性的视角和科学的人才发展观帮助企业定位并培养未来三到五年关键人才，有效的匹配企业的战略和可持续性发展。</p> <p>项目亮点：</p> <p>1. 深度了解客户需求，想客所想 为了更好的帮助小伙伴从专家成功转型为一名优秀的管理者，践行‘以学员为中心’的成人学习理念，结合客户管理工作及业务工作特点，“诺星计划”系统化的设计了项目内容，激发大家发挥最佳的学习状态。 将传统的IDP、挑战任务、导师三项内容串联在一起，解决问题、管理、效能三合一。 IDP：通过了解自身短板及需要提升的空间设定IDP 挑战任务：通过管人、管事两方面设立挑战任务 资深导师指导：邀请部门/跨部门优秀中高层管理者担任学员导师，悉心指导，帮助学员在项目中获得更好地成长与蜕变。 丰富多样的培养方式：团队协作、挑战任务、行动学习、情景模拟、案例研讨等相结合，帮助学员快速融合，充分调动每位学员的积极性和参与度，实现知行合一；</p> <p>2、定制化的服务依然是艾信的项目亮点。 通过认真品鉴客户企业的文化、风格、员工气质和沟通语言，在后期选用师资、编写教材、规划课程和安排作业等方面都特别的进行设计，符合这家企业的特点。定制案例方面也是通过访谈来甄选既来源于客户 企业真实的工作场景,又提炼出超越一般结果的局限性，延展案例能够赋予知识点的价值。</p> <p>3、丰富而落地的管理工具。不仅提供给学员工具，还要教会他们如何使用，在什么情况下使用，如何评估使用效果，如何逐步改善。作业的精细化布置也考虑到了人员在能力、绩效水平、意愿度等方面的特点，通过合理的时间轴，来帮助学员在前期有了工具的铺垫，有产出有收获之后，通过作业能够真正有所感悟和思维的发展。把问题员工和其他情况的人员分离开，让每个人才区域的员工都能够获得对自己最落地的帮助。</p>
<p>服务成果</p>	<p>项目成果： 组织层面： 帮助客户在未来管理者梯队中提供人才储备及输出 为客户和不同部门的管理者提供沟通平台，创造共同学习成长环境 统一管理语言，提升管理效率</p>

	<p>个人层面：                  增进融合，提供交流平台，创造共同语言                  形成积极向上的学习氛围，促进学习转化速度                  收获管理工具及方法，系统增强管理认知                  同时，形成客户四个“一”：                  一套标准：构建一套客户系统性、可传播的业务策略，以及标准化可复制的管理工具，并运用变为管理标准；                  一支队伍：培养一批具备经营高度，整合上下游资源，推动共赢，能打“硬仗”的优秀业务团队；                  一批成果：将培训内容与客户各业务案例结合，快速高效的运用在解决业务实际问题中，建立内部业务经验；                  一套模式：将项目操作过程和结果产出进行梳理，形成一套具有客户特色的完整的培养模式，深化到各个层级；</p>
--	---

**客户案例五：**

所提供的服务类别	领导力发展培训
客户公司性质	
客户公司行业	
客户当时的需求	<p>客户以继承和发展中华传统茶文化为使命，秉承自然、生态、安全、健康的理念，定位于全品类、一体化运营的品牌消费品公司，以“国饮客户”为品牌主张，致力于向消费者提供以茶叶为主的产品及相关服务。客户现下设四个品类事业部：乌龙茶品类事业部（厦门、福建），黑茶品类事业部（湖南），普洱茶品类事业部（云南、广西），绿茶品类事业部（安徽），其他业务包括中某（北京）茶业有限公司、某（北京）茶业有限公司。</p> <p>“嘉木计划”销售班是针对客户公司优秀的销售人才进行的培养项目，项目周期为10个月。“嘉木计划”兼具着销售人员能力提升、销售队伍打造的双重意义，致力于统一管理思维和销售语言、方法；促进客户销售团队合作交流、群策群力，合作共赢。</p> <p>客户销售人员能力提升、销售队伍打造是当前实现客户“品牌消费品公司”定位及高质量发展规划目标的重要举措，业务一线的销售精英们，担负着承接公司经营目标，推动渠道业务拓展，推动销售团队成长发展的重任。</p>
具体服务内容	<p>服务内容：                  在消费主体的年轻化，多元化，在互联网思维的“感召下”快消品必须也要做出新的改变，首先是销售渠道的优化；其次是运营模式的优化；再次是营销理念需要优化。因此，对销售队伍提出了更高的要求。达成利润率的情况下，需快速提升市场多品类覆</p>



盖率。不仅要着眼于短期销量达成，更要推动客户与经销商的双重盈利。

艾信管理咨询通过本次项目，助力企业把销售队伍打造成为更具商业价值的“生意人”角色，实现从“建立生意意识—收获生意成果”，从“个体区域增长—组织联动增长”的实际业务变化。提升销售队伍的经营高度，突破现有业务瓶颈。

艾信管理咨询结合客户的实际业务情况，秉承“来源于业务服务于业务”的培养原则，从个人能力提升、销售技巧提升、销售策略以及终端执行四个方面着手，并通过行动学习的形式，切实提升客户自身业务管理能力及解决业务痛点，为2020年客户销售团队迎接新的业务挑战夯实基础。

服务形式：

- 系统的管理培训课程：帮助学员更好的认识自我、提升销售实战能力；
- 丰富多样的培养方式：团队协作、挑战任务、行动学习、情景模拟、案例研讨等相结合，帮助学员快速融合，充分调动每位学员的积极性和参与度，实现知行合一；
- 资深导师的悉心指导：邀请公司领导、经营单位领导授课，悉心指导，帮助学员在“嘉木”计划获得更好地成长与蜕变。

服务亮点：

### 1、以实现生意成果为导向的项目思路建议：

艾信管理咨询以打造“生意经营者”为目标的商业化训练模式为基础，融合10年来对全球快消行业标杆企业业务改善与人才发展领域的研究成果。将自上而下“提升经营高度”与自下而上“解决业务实际挑战”有机结合。达成短期与长期发展平衡，客户与经销商的共赢局面。项目以系统知识导入-实战工具训练-真实业务研讨-线上标准推广作为四个步骤，运用TASK培养原则，保障每期学习知识结合客户真实案例，进行研讨落地。

### 2、定制化的服务依然是艾信的项目亮点。

通过认真品鉴客户企业的文化、风格、员工气质和沟通语言，在后期选用师资、编写教材、规划课程和安排作业等方面都特别的进行设计，符合这家企业的特点。定制案例方面也是通过访谈来甄选既来源于客户企业真实的工作场景，又提炼出超越一般结果的局限性，延展案例能够赋予知识点的价值。

### 3、丰富而落地的管理工具。

不仅提供给学员工具，还要教会他们如何使用，在什么情况下使用，如何评估使用效果，如何逐步改善。作业的精细化布置也考虑到了人员在能力、绩效水平、意愿度等方面的特点，通过合理的时间轴，来帮助学员在前期有了工具的铺垫，有产出有收获之后，通过作业能够真正有所感悟和思维的发展。把问题员工和其他情况的人员分离开，让每个人才区域的员工都能够获得对自己最落地的帮助。



<p>服务成果</p>	<p>项目成果： 1、形成客户四个“一”： 一套标准：构建一套客户系统性、可传播的业务策略，以及标准化可复制的管理工具，并运用变为管理标准； 一支队伍：培养一批具备经营高度，整合上下游资源，推动共赢，能打“硬仗”的优秀业务团队； 一批成果：将培训内容与客户各业务案例结合，快速高效的运用在解决业务实际问题中，建立内部业务经验； 一套模式：将项目操作过程和结果产出进行梳理，形成一套具有客户特色的完整的培养模式，深化到各个层级； 2、艾信在项目实施中践行了专注于人才发展和企业生意成果的服务理念。在组织层面助力客户：实现战略与目标统一，使学员清晰理解并认同企业未来的战略方向，认清需要胜任岗位需具备的能力；促进组织内外协同：优化营销及经销商管理流程；增进相互信任，提供交流平台，创造共同语言，共同利益；打造高绩效营销团队：统一管理思维，明确团队分工、目标；提升授权，辅导，激励，团队合作；群策群力，合作共赢；提升品牌影响力：通过有效战略布局，策略实施，实现多品类组合营销，深耕细作，增强终端品牌影响力；</p>
-------------	--

**客户案例六：**

<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>民营</p>
<p>客户公司行业</p>	<p></p>
<p>客户当时的需求</p>	<p>随着客户公司业务高速发展，为了适应人才梯队建设和人力资源发展的需要,2019年公司注重提升营销团队管理人群的领导能力，针对营销团队的总监层管理者开展科学系统的营销团队管理人才培养项目，重点提升这个层级管理者的经营意识、项目规划、业务管理和团队管理能力。 艾信认为，中高层管理者对企业而言，是非常核心的中流砥柱，担负着传递战略方向，营造组织氛围，带动人才发展的重任。因而，此次培养项目将对个人层面，以及组织层面分别提出要求： 一、个人层面： 觉知方向：觉察未来岗位角色要求、角色职责、发展方向，提升自我驱动意识 认知自我：结合未来岗位要求，掌握自身优势和劣势，明确个人发展重点 拓展思维和视野：提升战略性思维能力，开拓视野提升业务分析能力，主动应变为胜任未来角色做准备。</p>





	<p>全面提升综合管理能力：提升储备经理个人能力、业务能力、团队领导力、协作领导力。</p> <p>二、组织层面：</p> <p>战略意识：了解公司战略，理解企业战略的设计思维，清晰了解销售部门在企业战略上的商业获利的本质，提高企业经营分析问题、抓对问题并制定和实施改进计划的能力</p> <p>促进组织与协同：优化组织架构流程；增进储备经理相互信任，为跨部门协作奠定</p> <p>打造高绩效团队：明确团队分工、目标及具体要求；提升授权，辅导，激励，团队合作；群策群力，合作共赢</p> <p>核心价值观塑造：创造积极学习，主动应变的环境氛围；践行并传播核心价值观，提升愿景使命感。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>1、根据公司对于高管人才项目的指导方向梳理培养主题，针对高管人才此次培养项目的期望，艾信咨询制定了更有针对性的、可执行、可落地的人才发展主题。系统化的项目设计，分别从中层管理者需要具体的四个能力维度进行整体项目内容的设计：</p> <p>第一期、自我管理能力提升：-计划管理、资源管理、问题分析解决</p> <p>第二期、团队管理能力提升：-聚焦重点市场（高大尚）、有效行动策略（swot）、最佳投资原则（3M）</p> <p>第三期、业务管理能力提升：-分配工作、绩效面谈、激励</p> <p>第四期、团队氛围塑造：-勇于创新 and 改变、善于沟通和合作、持续卓越的态度、团队合作的意识</p> <p>2、科学有效的培训形式与跟进，确保培训效果。</p> <p>集中面授：每个季度集中一次，针对 管理者的四个能力象限分别进行管理工具的面授讲解和课程练习。</p> <p>行动学习：培训结束后针对课堂学习的工具布置行动学习，每次二个工具的应用，研讨将学习内容成果转化成为实践应用于工作中。</p> <p>阶段性辅导：培训结束后一个月，针对行动学习布置的工具学习情况进行集中的半天团队案例辅导和分享，老师针对完成情况进行点评。</p> <p>项目总结 汇报：通过近一年的系统化领导力课程的学习，在项目结束时组织员工进行一次行动学习成果汇报，针对汇报优秀的进行优秀学员评选。</p> <p>3、培养项目服务亮点</p> <p>定制化的服务依然是艾信的项目亮点。通过认真了解客户企业的文化、风格、员工气质和沟通语言，在后期选用师资、编写教材、规划课程和安排作业等方面都特别的进行设计，符合这家企业的特点。定制案例方面也是通过访谈来甄选既来源于客户企业真实的工作场景，又提炼出超越一般结果的局限性，延展案例能够赋予知识点的价值。</p>



	<p>丰富而落地的管理工具。不仅提供给学员工具，还要教会他们如何使用，在什么情况下使用，如何评估使用效果，如何逐步改善。作业的精细化布置也考虑到了人员在能力、绩效水平、意愿度等方面的特点，通过合理的时间轴，来帮助学员在前期有了工具的铺垫，有产出有收获之后，通过作业能够真正有所感悟和思维的发展。把问题员工和其他情况的人员分离开，让每个人才区域的员工都能够获得对自己最落地的帮助。</p>
<p>服务成果</p>	<p>艾信在项目实施中践行了专注于人才发展和企业生意成果的服务理念，把客户企业新时期的战略进行解码，通过设计符合客户发展需要的领导力项目把全公司的领导力核心能力和要求进行梳理，依据中层管理者的工作职责匹配关键能力要素，通过这个项目，客户企业打破了以往领导力项目无关痛痒，企业战略不能落地，高层领导固步自封的种种僵局。项目以领导力发展项目为切入点，构建了支持客户发展战略的领导力发展通道，使每个层级的领导者明确了企业目标、自我发展目标，在树立信念的同时有计划地展开行动。与此同时，本次领导力项目也盘活并促进了这家房地产企业的组织文化和企业愿景。</p>

**客户案例七：**

<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>客户公司行业</p>	
<p>客户当时的需求</p>	<p>客户企业是由众多背景很强的专业技术人员组成，岗位包括互联网架构师、网络工程师、程序员、研发人员、设计、策划、运营等等，这部分员工比例占到公司全员的80%以上，客户的领导力培养通道也是从技术岗位的基层开始，向上提拔为中高层管理者。一直以来，客户公司重技术、轻管理的情况长期延续。公司采取的是一种粗放式的管理，管理者往往是被提拔上来的技术骨干，他们在技术能力序列的单一评估中是绩优人员，在自己的专业领域是专家，但被提拔为管理者之后缺乏系统性的领导力培养。中高管在经营意识、战略思考和落地、组织人效、战略汇报方面呈现出明显的的能力短板，由此，在长期业务规划、目标设定和引领团队等领域，管理者的发展观、市场洞察、资源整合以及组织协同的管理水平不理想，组织效能受到影响。</p> <p>作为一家技术力量雄厚的互联网公司，客户公司未来的市场空间巨大，同时也面临着多变环境带来的挑战。对于客户公司高管来说，思考的问题聚焦在客户原有的优势如何去更新迭代？现有的组织和人员怎么才能突破瓶颈，开创未来？在互联网+的时代，能</p>



	<p>否立足行业并高瞻远瞩，成为企业成功的典范取决于企业战略能否实现。当前，这些中高管在客户企业新的发展时期急需具备匹配企业的发展的能力，支撑企业实现战略目标，他们的培养成为客户 企业人才战略的重中之重。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>为企业实施的领导力发展项目首先解决的是领导力方向，而不是领导力技能。领导力蕴含在每个企业组织中，一定不能脱离企业的战略。艾信管理咨询为企业实施的领导力项目是基于企业战略设计，把战略从上至下一步步分解，从战略到经营策略，从策略到核心能力，最终形成贯穿上下、文化统一的领导力培养体系。而不像其他机构提供的仅仅是课程，局限于提升高管的一部分领导力技能而已。</p> <p>首先，我们与世界知名咨询公司合作，从市场端看待企业所属行业的发展趋势、商业模式。之后，从分解企业战略到经营策略，结合在经营过程中面临的问题和挑战，以及企业战略下的人才发展能力的研究确定人才的关键能力和素质。借助对团队和个人的诊断，以前瞻性的视角和科学的人才发展观帮助企业定位并培养未来三到五年关键人才，有效的匹配企业的战略和可持续性发展。</p> <p>其次，组织及人员诊断。在前期的组织及人员诊断中，客户企业通过测评、调研、360反馈和行业对标等发现了管理人员的短板，与此同时，结合达成企业战略目标需要的能力维度，发现了最重要的待提升领域，其中包括战略思维、战略汇报、组织变革等。</p> <p>再次，艾信专注于人才发展和生意成果，把战略梳理到经营的改善，从人才战略规划到培养融合，贯穿战略从上到下的组织落地和人才能力落地和培养，配合每一个环节的解决方案。在这个项目中，艾信对客户企业的高管、中层、基层、管培生四大人员板块进行系统化的能力素质梳理和人才培养项目设计，确保企业从上到下各个层级对战略的理解和执行是协同一致的，横向的关键绩效指标和改善也是标准规范的，员工的管理认知和语言也是融合的。例如，艾信的导师制不仅仅在一个层级，我们是多层级，打通的。每个层级的递进性和联动性清晰可见。</p> <p>最后，艾信管理咨询针对学员受众的特殊性，设计了符合高层级管理者的能力培养方式。通过搭配高管领导力以及组织人效的相关课程，以及多元、贴合的学习方式，例如经营沙盘，跨界交流等等，来启发并推动学习效果。从集中面授到导师辅导，从主题研讨到跨界交流，跨界交流帮助他们了解同行业在产品、运营模式、管理流程、资本运作、创新方面做得不错的企业，学习他们的经营理念和经验，让中高管对客户在行业中的定位和特点有了更为客观和清楚的理解，摒弃掉以前“见树不见林，看只看眼前”的情况。通过比较和对标，扩展了对行业全局认知的广度，以及对行业纵深领域发展思考的高度。从而在战略认知方面较之前有了明显的改善。</p>



	<p><b>项目服务亮点</b></p> <p>1、定制化的服务依然是艾信的项目亮点。通过认真品茗客户 企业的文化、风格、员工气质和沟通语言，在后期选用师资、编写教材、规划课程和安排作业等方面都特别的进行设计，符合这家企业的特点。定制案例方面也是通过访谈来甄选既来源于客户 企业真实的工作场景，又提炼出超越一般结果的局限性，延展案例能够赋予知识点的价值。</p> <p>2、丰富而落地的管理工具。不仅提供给学员工具，还要教会他们如何使用，在什么情况下使用，如何评估使用效果，如何逐步改善。作业的精细化布置也考虑到了人员在能力、绩效水平、意愿度等方面的特点，通过合理的时间轴，来帮助学员在前期有了工具的铺垫，有产出有收获之后，通过作业能够真正有所感悟和思维的发展。把问题员工和其他情况的人员分离开，让每个人才区域的员工都能够获得对自己最落地的帮助。</p>
<p><b>服务成果</b></p>	<p>企业高管的项目相对于其他人才发展项目是雷区。很多企业将高管派送去学习MBA，其实很多的高管的问题不在于管理水平，而在于对战略理解和分解。这部分的认知是造成领导力阻塞和管理瓶颈。高管承接不了老板的意图，支持不了企业战略的要求，而让企业中层和基层不能够高效地执行战略。“高管鞠躬尽瘁，老板欲哭无泪”的情况比比皆是，原因就是高把高管的领导力培养方向弄错了。</p> <p>当组织发生调整和变化的时候，原有的高管团队整体能力不够去达到企业现阶段的需要。很多中国企业面临在转型和发展的过程中，现有团队的优势是过往的，有的时候过往的团队优势对未来没有可利用性，而管理团队往往沉浸在过去的自我欣赏中，不愿意改变和适应现在的变化的。如果空降个别高管，由于固有的企业文化，还是不能扭转这类局面。</p> <p>艾信在项目实施中践行了专注于人才发展和企业生意成果的服务理念，把客户企业新时期的战略进行解码，通过设计符合客户发展需要的领导力项目把全公司的领导力核心能力和要求进行梳理，创建不同层级的领导力培养项目，并规划了适合每个层级管理者的培养方式和内容。通过这个项目，客户企业打破了以往领导力项目无关痛痒，企业战略不能落地，高层领导固步自封的种种僵局。项目以领导力发展项目为切入口，构建了支持客户 发展战略的领导力发展通道，使每个层级的领导者明确了企业目标、自我发展目标，在树立信念的同时有计划地展开行动。与此同时，本次领导力项目也盘活并促进了这家互联网技术企业的组织文化和企业愿景。</p>

**客户案例八：**

所提供的服务类别	销售培训
客户公司性质	
客户公司行业	
客户当时的需求	<p>随着客户近年来的发展，核心经销商的数量以及体量都在逐年增长，这种快速增长在带来机遇的同时，也显现出许多共性的挑战，例如最为显著的经销商企业缺乏系统化管理的问题，这也大大阻碍了经销商企业的发展进程。</p> <p>经销商作为实现客户战略目标的载体，帮助经销商成长，推动业务，创收利润，建立更佳紧密稳定的合作关系，无疑对老板有着重要意义与价值。在激烈的市场竞争下，建立经销商的公司化运营管理，对于推动短期业务增长，与企业长期经营规划都至关重要。</p> <p>培养项目始终秉承“来源于业务服务于业务”的原则，充分考虑工程行业的实际业务诉求，从不同视角实现共同期望。</p>
具体服务内容	<p>工作实践1：制定区域商业计划书</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>针对每个省区自己真实的商业环境，从市场、产品、业绩、管理现状等信息和关键数据，结合课程实战区域分析工具作出一份完整的商业计划，并向组织决策层进行汇报。</li> <li>以小组为单位筛选最佳案例PK比拼，评审组通过听取汇报及提问环节，对小组分享观察和记录，多维度对方案作出评价，如商业敏感、市场分析、结果导向、运用科学工具、可行性分析、运营管理等。</li> </ul> <p>工作实践2：联合商业计划书</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>通过一个区域所发生的实际业务、管理环境，设计针对经销商经营管理，运营管理，人员发展等系统的经销商联合商业计划书，并结合联合商业计划的针对性谈判策略。</li> </ul> <p>工作实践3：团队管理改进计划书</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>通过设置一个模拟的工作情境，如上下级沟通、客户关系维系、人际冲突处理等，要求被测者扮演某一角色进入该情景，去处理各种问题和矛盾。</li> <li>评价者通过对被测者在角色情境中表现出来的行为进行观察和记录，测评其相关领导力素质，如影响力、沟通与协调能力、团队发展技能等，并给予指导。</li> <li>制定团队管理改进计划，聚焦3个管理改进要点，量化改进行为，并收集上级，下级评价。</li> </ul>

<p>服务成果</p>	<p><b>经营成果转化</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 课后学员将课程中所学工具和重要知识点进行经销商团队转训；</li> <li>2. 应用创新工具，改善了店面服务体验和客户。例如：通过组织试点店一线人员参与共创出新的到店客户信息收集问卷表。利用实物创新发想，现场体验话术升级。</li> <li>3. 组织学员们异业联盟营销实战分享，复制成功经验，构建平台分享机制，深度链接学员。</li> <li>4. 通过完整的学习体验，让未来接班人深度了解厂家，跟随厂家的步伐与要求。帮助学员打开眼界看未来的业务机会，深度了解和剖析业务问题，从经营的全貌思考，并且学会审视自身的管理问题。在阶段性实践期进行有效实践，在集中面授时将改善后经验心得进行分享。</li> </ol> <p><b>有效传递客户企业文化与品牌</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 增强经销商对于文化与品牌的认知</li> <li>2. 传承经销商的沟通分享文化，延伸建立经销商的交流机制与共享平台</li> <li>3. 助力合作伙伴成长，实现长期共赢局面</li> </ol> <p><b>提升与客户合作的稳定性</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 及时理解客户品牌新动态与新要求，并能够统一步调</li> <li>2. 降低经销商的不稳定给客户家带来间接损失</li> <li>3. 提前帮经销商完成经营意识的建立，并规划未来3-5年的合作方式。</li> </ol> <p><b>助力经销商企业管理升级</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 使经销商通过合理化管理，更加高效的扩张业务，扩展团队。</li> <li>2. 提升经销商专业销售经营能力与管理能力</li> <li>3. 梳理一套切实可行的实用管理工具，快速移植到现实经营管理中</li> </ol>

**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>民营</p>
<p>客户公司行业</p>	
<p>客户当时的需求</p>	<p>从整个家电行业发展趋势来看，在互联网O2O大环境的推动下，消费升级也带动了家电业行业升级变化。对家电行业的经营理念、服务质量标准、购买渠道、消费结构等方面产生了深刻影响。在</p>



	<p>互联网思维的“感召下”家电必须也要做出新的改变，首先是销售渠道的改变；其次是运营模式的改变；再次是营销理念需要改变。</p> <p>结合家电行业经销商渠道、传统KA渠道、直营专卖渠道、电商渠道、社区店渠道等共性发展要求，需从5大维度共同提升。</p> <p>因此，对区域经理提出了更高的要求。达成利润率的情况下，需快速提升市场多品类覆盖率，推高 卖新。不仅要着眼于短期销量达成，更要推动客户空调与经销商的双重盈利。</p> <p>客户的空调通过持续几年的培养周期，将区域业务经理打造成为更具商业价值的“生意人”角色，实现从“建立生意意识—收获生意成果”，从“个体区域增长—组织联动增长”的实际业务变化。提升区域业务经理的经营高度，突破现有业务瓶颈。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>客户电器业务需求端，结合全球经济环境，以国内市场作为战场，通过培训，区域轮岗，以推动业务增长为目的，打造区域线上线下协同的营销策略，并沉淀推广。基于各维度区域业务负责人分析诊断，找出重点共同困。将自上而下“提升经营高度”与自下而上“解决业务实际挑战”有机结合，达成短期与长期发展平衡。将运用TASK培养原则，保障每期学习知识结合客户空调真实案例，进行研讨落地。</p> <p>一、系统知识导入</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 经销商管理：厂商一体化经营 / 经销商公司化运营</li> <li>• 区域管理：动态竞争分析 / 区域经营战略制定</li> <li>• 整合营销管理：品类营销组合</li> </ul> <p>团队管理：团队激励、辅导</p> <p>二、真实业务研讨</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 各区域经销商联合生意计划及谈判成果</li> <li>• 各区域区域规划书及成果数据</li> <li>• 各区域拉动品类新媒体营销计划书及实施成果</li> </ul> <p>三、业务标杆推广</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 商业价值可行性分析</li> <li>• 商业成果经验萃取</li> <li>• 内部成功分享</li> <li>• 线上工具标准化</li> </ul>
<p>服务成果</p>	<p>学习转化收获：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 课程结束当晚，通过来自6个区域实战案例研讨检验学员对知识吸收程度。学员不仅学会，更有学员可以结合自己区域的不同特点活学活用。</li> <li>2. 回岗2个月的岗位实践应用学员通过比对测评结果，客观认知到自我能力差距。这让学员们更有主观能动性的完成了训后的个人</li> </ol>



	<p>IDP制定以及岗位行动实践两部分作业。</p> <p>通过2个月的课后跟踪，90%的学员参与训后的岗位实践中并认真记录了工具使用频次，使用效果，对团队业务推动的具体作用。筛选出学员使用率及好评率最高的6项工具，好评率达到100%，并有20余个区域以将此推广到团队中形成业务管理标准思路。</p> <p>业绩成果收获：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 4个市场均超额完成销量，两位省总成功晋升为大区总经理。</li> <li>2. 4位学员第一阶段项目成绩均远超出班级平均分17分，位列前茅。</li> <li>3. 通过三个月突破，4个市场目前在三个核心系统生意都呈增长态势，主运营计划在经销商及零售端也日渐被认可。</li> </ol>
--	--

**客户案例十：**

所提供的服务类别	销售培训
客户公司性质	
客户公司行业	
客户当时的需求	<p>近几年，互联网电商时代来临，客户集团更加关注人才发展战略，亟需打造一支“创新、数据化、高效、协同”的营销管理团队，支持企业战略目标的实现。营销负责人经理培养项目承载了营销人员梯队培养的重要意义。项目始终秉承“来源于业务、服务于业务”的培养原则，在营销人才培养规律上充分考虑快消行业及客户集团的实际业务诉求，并通过行动学习的主要形式切实提升客户集团自身管理能力及解决业务痛点，为2019年客户集团营销团队迎接新的业务挑战奠定了坚实的基础。</p> <p>此次项目针对客户集团营销负责人群体，结合年度重点工作任务展开人才培养。并通过行动学习的主要形式切实提升代理商自身管理能力及解决业务痛点，最终帮助营销负责人超额完成了业绩目标。</p> <p>客户集团项目痛点识别：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、痛点一：客户集团的营销负责人在日常销售管理的过程中，总是单一地依靠“历史销量数据”制定分区销量目标和资源分配，无法基于数据精准发掘业务机会和实现持续增长；</li> <li>2、痛点二：经销商管理体系老化，制约了本地市场作战能力的持续激发，很难说服经销商对业务费用投入，经销商市场费用管理和审批缺乏科学性和规范性；</li> <li>3、痛点三：“催化式”职位晋升，导致销售团队人员能力参差不齐，且对于数据管理缺乏基本的认知，也缺乏体系性的打法，很难快速占领市场和提升销量；</li> </ol>

<p>具体服务内容</p>	<p>项目周期共计4个月。</p> <p>1、深度调研访谈： 在项目实施之前，我们用了1个月的时间走访了客户集团10余个市场；访谈了传统渠道管理人员、特殊渠道管理人员、营销中后台运营管理人员、数据分析人员以及终端销售人员；我们萃取了客户集团现有销售数据管理系统，找到改善点，规划改善与赋能方案，形成。</p> <p>2、制定科学的管理工具 在项目实施阶段，我们切合访谈后的痛点，制定出一整套的科学管理工具，帮助客户集团企业提升生意数据分析的能力，在实操工具的指导下规划不同经销商的目标销售额和品类费用金额，以实现有效的区域生意目标管理工作。</p> <p>3、设计涵盖“业务管理、团队管理及规划管理”的定制化课程 我们从业务管理，团队管理，规划管理三大维度为客户集团进行课程设计。一共有三期课程，每期课程我们采用的是五天四晚集训的形式，既有白天的面授课程，又有晚上的研讨会；白天的面授课程，内容都是围绕客户的产品，市场竞争态势，终端人员素质进行的定制开发。晚上7点至10点的研讨会，我们会将白天课上的所有有针对性的工具结合真实的市场状况，进行研讨分析，验证其在终端的有效性，并保证提炼出的有效工具第一时间传递到终端一线团队，形成在工作中的销售管理工具。</p> <p>4、通关考试 每期集训之后，我们会有笔试及面试通关测试，笔试以知识考核为主，面试则是以情景模拟为主，学员结合课上所学的工具技巧，针对模拟市场进行分析盘点。</p> <p>5、建立内部培训师队伍，经验全国范围内推广复制 客户集团人才发展项目，得到了客户集团内部员工以及经销商的大力认可，在项目实施的中后期，我们将每期课程拆分成8到12个知识模块，为客户集团培养了近120位内训师，并形成了系统完善的销售培养标准，在全国推广使用。</p>
<p>服务成果</p>	<p>针对每个省区自己真实的商业环境，从市场、产品、业绩、管理现状等信息和关键数据，结合课程实战区域分析工具作出一份完整的商业计划，并向组织决策层进行汇报。 基于客户集团营销负责人经理绩效考核重点以及现状痛点分析，</p>



	<p>艾信将有针对性的对课程内容及应用工具进行优化定制，训后产出区域实战商业计划书，重点围绕4部分：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 基础数据分析</li> <li>2. 区域生意策略制定</li> <li>3. 目标规划及投入预算</li> <li>4. 策略落地与跟进管理</li> </ol> <p>项目亮点</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 访谈区域多，人员覆盖面广，深度深</li> <li>2. 课程开发定制化：在解决营销负责人经理经营意识及费用管理的问题上，基于数据发掘业务机会，以日常工作实际挑战为案例场景，在项目研讨过程中，顾问带领大家梳理出一整套科学的方式方法，从而提升营销负责人生意规划能力。每期课程开发完成后我们还会进行7,8轮的调整完善。</li> <li>3. 课程实施团队行业经验丰富：参与实施本项目共若干个讲师，所有授课讲师都熟知客户集团的产品，以及熟悉每款产品对应的竞品分析；</li> <li>4. 后期辅导更有落地性：为了帮助客户有效的做好内化和知识传播，我们将课程拆解为以两个小时为单位的课程模块，并为客户集团设计了讲师手册，学员手册，考核方式等。</li> </ol> <p>在2019年项目完成之际，我们又结合客户集团2020年的战略、策略，为其规划了四六级市场深度分销的人才培养策略。</p>
--	--

**客户案例十一：**

所提供的服务类别	销售培训
客户公司性质	
客户公司行业	
客户当时的需求	<p>近两年，厨房小家电市场竞争越来越激烈，随着消费升级，个性化市场细分，传统品牌的大众市场定位优势越来越不明显。</p> <p>85后，90后的个性化需求越来越强烈，传统品牌如果不能跳出固有消费群体，不去理解未来主力消费群体的需求，将会逐渐失去市场竞争力，失去品牌活力。</p> <p>项目是以客户品牌的传统优势为基础，结合新人群、新市场的需求，打造品质化个性化的厨房小家电电商店铺。</p> <p>独特识别度的产品（颜值）结合类似3C数码类消费习惯的培养（粉丝）是本提案的核心思想。</p>



<p>具体服务内容</p>	<p>策划书包含：电商店铺定位，商品定位，运营策略，营销推广策略，营销推广预算规划，销售预期规划，客户粉丝运营规划，项目时间轴。</p> <p>阶段性执行方案包含：阶段性时间轴，阶段性里程碑，阶段性工作分配与执行要点，阶段性运营推广策略，阶段性营销预算。</p> <p>数据分析包含：电商店铺营销数据分析，推广数据分析，客服数据分析，行业数据分析，竞品/竞店数据分析，总体数据分析总结。</p> <p>电商店铺定位 建议定位有颜值的厨房小电 目标群体对生活情调有一定要求的年轻女性 28~35岁。 根据定位设定电商店铺关键词：简约感，时尚感，设计感，便捷生活…… 风格定位 结合电商店铺关键词，设定电商店铺整体视觉风格，整理故事版。以生活化场景带入产品，打造年轻化的品质厨房生活场景，简约偏日式，品质感 商品定位 1. 第一要素，商品颜值，个性化； 2. 以系列产品为主，例如精致小白电，或个性多彩小电器等； 3. 主力商品应为便捷、健康类小厨电 4. 具有特色的产品，是这个电商店铺未来发展的核心优势。</p> <p>执行流程 1. 策划方案——分工，细化，执行 2. 视觉方案——细化，脚本（含文案），执行，设计 3. 运营方案——流量渠道规划，活动规划，营销费用规划，数据记录分析。 4. 推广方案——目标设定，推广渠道方案制定，执行，数据记录分析，优化。 5. 客服方案——产品手册编制，售后手册，客服话术手册，个性化客服技巧。</p>
<p>服务成果</p>	<p>通过艾信系统性的培训过程，学员的学习意愿和参与性非常高，开拓了运营管理者的管理思维，在管理上达成了统一的管理语言、使用统一的管理工具，提高了运营管理者的专业化、标准化管理能力，在运营管理者个人发展上拓宽了新的知识点，有了专业化的管理方法、流程、步骤、工具等。培训结束之后上级领导评价说：“同事今年工作进度大，工作认真，业务知识扎实，业绩提升迅速，有效改进了自己的工作方式。”</p> <p>“参加完培训后该同学进步很明显，人员沟通、逻辑、思维都有</p>

	<p>所提升，在管理有了创新的想法和方法，电商店铺人员稳定，销售明显提升”</p> <p>“学习后区域各项生意指标有了明显的提升，并在华北会议还是那个主动分享学习内容，日常工作可以学以致用，举一反三”</p> <p>培训结束之后，我们还提出后续反馈与优化计划，推出寻找标杆样板店、继续对样板店进行效果跟踪和得到深度辅导机会，金点子创新PK赛等。</p>
--	--

档案内容更新于2020年10月