

## 上海存懋管理咨询有限公司

### 企业详情

企业官方注册名称：上海存懋管理咨询有限公司

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人

### 业务详情

1、主要客户所在行业：快速消费品、生命科学（如医药，医疗器械等）、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	个人能力发展
客户公司性质	合资
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	A公司成立于1966，是一家以台湾为基地供应全球市场，其高价值产品线涵盖中枢神经系统，心血管疾病、癌症、女性保健、减肥等。自2014年成为xx集团的医院，先专注于快速成长的抗癌市场，并矢志透过整合台湾与韩国首屈一指的研发与制造来帮助病患、员工与股东。A公司的行销与业务（包含直营的亚洲市场xx集团）横跨全球超过30个国家的商业网络。

	<p>正值人员替换的时期，为了能够从核心中层里面筛选出合适的高潜人才，A公司志在找到合适的供应商来了解企业中层内部现状，甄选可上升人才，以及培养发展合适人才。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>第一阶段：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 目标规格：60人（为VP和总监候选人）</li> <li>• 测评：TTI全5维度测评</li> <li>• 流程：首先挑选60为中层领导干部，通过TTI全5维度的测评，给予上层领导筛选合格VP/总监候选人的名单。原计划从60人的名额中抽取15位高潜人才，对其进行重点培养和发展。在这个过程中，上层领导与TTI的顾问进行1对1的访谈，从而能够正确筛选出合格候选人的名单。对被筛选出的候选人再进行一对一的解读，使其得知自己在行为风格、激励因子、情商、胜任力、敏锐力方面的优势和挑战。</li> </ul> <p>第二阶段：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 目标对象：核心高管</li> <li>• 目标数量：20</li> <li>• 流程：在中层领导者被测试结束的基础之上，20位核心高管参加TTI5维度的测评，目的是甄选合适的潜在人才并被调整至高层行政岗位。在此过程中，被测试的20位核心高管将会从TTI的5个维度做一个全面解读，以此来得知自己的优势和挑战。在解读的过程中，高管也能从中得到一些管理团队的思路。</li> </ul> <p>第三阶段：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 目标对象：HRBP；L&amp;D Manager</li> <li>• 目标数量：10位</li> <li>• 目的：赋能企业内部人员</li> <li>• 流程：为了能够最高效地帮助企业内部获得效能增长，赋能企业内部人员势在必行。为此TTI通过定制化的行为风格以及激励因子服务，给予了A公司《团队引导师》专版的内训课程</li> </ul> <p>整个课程包含以下内容：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 工具的心理来源及理论</li> <li>• 1对1解读技巧和演练</li> <li>• 轮图的应用1: 招聘则有，岗位匹配，与他们合作</li> <li>• 轮图的应用2: 团队诊断与发展</li> </ul> <p>第四阶段：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 目标对象：招聘端</li> <li>• 所用工具：DISC以及激励因子测评</li> <li>• 应用场景：主要还是核心管理层和经理层的招聘而非应</li> </ul>

	届生招聘。
服务成果	<p>1. 解读报告的产出使得中高层领导能够最高效、更加系统性的觉察自己在职场上的优势及挑战。在此基础之上做出适当的调整，为今后的生涯与提升打下了坚实的基础。</p> <p>2. 通过2天的学习，为了保证学习的效果以及每位学员对应用层面的专业度，考试分为两个阶段：  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  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  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> <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>3. 一对一报告解读能够使得参与测评人用最短的时间获取最关键的知识。同时TTI的赋能也使得这一动作可以持续在企业内部发生。</p>

### 客户案例二：

所提供的服务类别	专业能力发展
客户公司性质	合资
客户公司行业	快速消费品
客户当时的需求	<p>A公司是总部位于瑞士，在全球拥有500多家工厂，为世界上最大的食品制造商。</p> <p>作为一家快速消费品品牌，A公司在成立的153年中受够了逾2000多个牌子。在增加自己资产体系的同时，团队融合一直是企业的一块心头大患。</p> <p>A公司在中国从1995年建立至今，收购了上海福乐，太太乐，五羊，豪吉，惠氏奶粉以及星巴克零售咖啡业务。如此多的团队与工厂的兼并，团队成员之间的风格必定参差不齐。在缺乏有效交流的前提下，很可能出现团队矛盾，影响团队绩效与产出。为此，A公司的中层管理层需要通过自我认知来达成团队认知，最终使</p>

	<p>得各个团队人员之间的隔阂消失。</p> <p>TTI 的 DISC 以及激励因子测评工具在团队应用上有着得天独厚的优势，工具从如何定义高绩效团队，理解团队现状，以及团队如何发展三大角度出发，能够为团队管理者提供有效的团队数据分析，为整体团队成员打造目标共识工作坊。基于 TTI 与 A 公司长期合作的信任关系，我们为 A 公司定制化了两天 DISC 以及激励因子的工具授证课程，帮助企业内部 HR 团队熟悉 DISC 以及激励因子理论，并将其最终转化交付在具体业务应用场景中，提升 HR 在工具应用，团队诊断及分析的能力。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>参加内训认证课的人员包括各区域A公司的training manager。在课程开始之前学员会首先进入线上课程平台，学习相应的先导知识理论。之后，导师会以企业内训的形式，将认证课因地制宜地交付给学员，使得他们能够在企业内部对于知识进行二次交付。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 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</li> <li>▪ 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</li> <li>▪ 1对1辅导+课程设计答疑</li> </ul>
<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颁发的行为风格国际顾问证书，掌握职场软学历。</li> <li>• 掌握行为风格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> <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>

### 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	合资
客户公司行业	电子电气
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，第二代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，第二代经销商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-岗位建模帮助公司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真正强有力的公司，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：组成了包含第二代经销商/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><li>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</li><li>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</li></ol></li></ol> <p>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>
服务成果	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ 岗位模型报告</li><li>▪ 各二代经销商与岗位模型的岗位对比报告</li><li>▪ 二代经销商人才测评报告</li></ul>

	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；
--	---

#### 客户案例四：

所提供的服务类别	个人能力发展
客户公司性质	合资
客户公司行业	零售业与电子商务
客户当时的需求	A公司作为一家英国电商奢侈品公司,08年成立之初的业务模式就主打线上买手店。目前其已经被香奈儿收购。新颖的销售手段,受大数据得益带来很大的便利。然后也正是由于传统电商运营的模式,销售团队与销售方式和传统行业的营销有所区别。为了在数字化前提下提高团队绩效,促进团队融合,提高销售业绩和销售销售人员思维方式转型;另一方面,也需要在数字化的大前提下做到团队文化的统一和提升。
具体服务内容	<p>为了能够更系统的将传统销售的方法论结合到先进的电商营销模式中,A公司香港分布志在通过团队融合以及团队文化提升来增进团队成员之间的认知,在业务上达成更高效的合作共赢。</p> <p>结合A公司的业务需求,TTI在进行课程设计时,将TTI版权测评工具行为风格+激励因子报告融入课程中,TTI DISC独有的团队报告将个人行为及价值观有效的融合在团队轮图中,在培训中更能直观地展现整体团队的动态变化,引导大家基于团队业绩目标讨论个人行为转变的关键因素,促进大家理解并消化思维的转变,同时,个性化报告的引入大大提升了每位学员的参与感。</p> <p>课程设计共3个单元,3个重点板块:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 帮助团队融合。</li> <li>2. 助力团队文化。</li> <li>3. 促进销售思维。</li> </ol> <p>内训环节结束之后,我们将团队报告再次进行数据的整理与分析,结合课程中的行动计划整合为项目团队报告,与团队领导人进行1对1解盘。帮助未来强化价值观及行为的抓手。</p>
服务成果	电商营销的思维之下,互联网途径的营销虽然在跑量上有一定优势,但却缺乏质量上的提升。而传统的销售方式虽然在客户数量

	<p>上没有办法像互联网营销一样打“面”，但不似互联网营销的团队如此松散，同时也能够给予客户更多对于产品的安全感和体验感。</p> <p>为了能够取长补短，A公司通过行为风格的测评帮助团队成员完成自我行为风格的认知，以及对于团队成员的行为风格认知。当“相知”的第一步结束之后，团队成员之间才能进行融合。基于知道了对方性格之后，主流的团队文化才能够被建立起来。同时在公司高管的支持下，激励到团队成员并显示在最终绩效上。</p>
--	--

### 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	合资
客户公司行业	机械制造
客户当时的需求	<p>A公司国际是一家旗下拥有包括Revel®、AKG®、harman/kardon®、Infinity®、JBL®、Lexicon®及Mark Levinson®等16个全球领先品牌的母公司，是全球领先的音响产品制造商，处于全球音响的研发和制造领域里的领导地位。作为一家领先的高级音响和信息娱乐解决方案的全球提供商，A公司致力于在各个领域研发创新、专业音响产品的生产及信息娱乐系统的完善，并将产品销售至汽车市场、大众消费市场以及专业音响市场。</p> <p>作为一家总部在华盛顿的公司，A公司国际自1998年以来一直活跃于中国市场。而时至今日，家大业大的A公司所面临的问题是跨部门团队之间的协作问题。尤其是销售团队以及财务审计团队。因为业务模式的不同，两个团队之间摩擦不断，使得最重要的两个板块之间的合作性下降，最终导致绩效的下滑。</p> <p>为了能够使得团队之间协同合作，互利共赢，A公司邀请TTI将其测评融入进“跨团队合作”的工作坊中。</p>
具体服务内容	<p>2020年8月，A公司企业大学引入TTI产品。首先在课前通过调查问卷的方式得知销售以及财务团队面临的沟通上的问题是什么。另一方面，再用TTI的行为风格以及激励因子的报告，让团队成员实现自我认知，打通团队沟通的成见和弊病。</p> <p>为期两天的课程，都从《影响力沟通》的角度为A公司的财务和销售团队引入了交流时需要注意的事项。特别是交流过程中，很多时候的矛盾其实都与态度无关，而与行为风格和个性有一定的关联性。</p>

	课程过后的一个月,A公司企业大学的顾问再次通过调查问卷以及复盘的方式了解A公司员工的行为上的调整与提升,并通过调研的方式确认他们在课程前提出的挑战是否得到了解决。
服务成果	通过行为风格以及激励因子的测试, A 公司大学的学员对于自我认知有了一个新的高度。自我认知提升的同时带来的是对于他人的理解和认同。与此同时, 销售团队以及财务团队之间的磨合也日益减少, 互相之间的关系也从原来对于态度好坏的评判, 逐渐变成了尊重他人的个性风格, 能够很好与对方进行交流。

档案内容更新于2021年5月