

上海麦肯特企业管理有限公司

企业详情

企业官方注册名称：上海麦肯特企业管理有限公司

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：上海市徐汇区漕溪路398号汇智大厦602室

网址：www.emktco.com

所属行业类别：在线和移动学习、领导力发展培训、销售培训、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 | 民营 |
| 客户公司行业 | 互联网与游戏业 |
| 客户当时的需求 | 领导力系列培训中之一项目-高手计划, 针对初级管理人员持续进行的一个领导力项目, 其中情境领导作为这个层级人员快速成长的一个必修课, 在公司快速发展, 外界竞争环境加剧的大背景下, 公司对管理层能力有着更高的要求, 进而人才的发展和培养尤为重要, 因此针对不同的管理层有不同的相应匹配项目, 如何在快速变化的环境下带好团队带好下属, 如何日常工作中给下属布置工作如何影响下属等都是初级管理者重要需求 |

| | |
|--------|---|
| 具体服务内容 | <p>针对公司高手计划项目的主管层进行了情境领导内训，课程前提供了课前 领导力风格测评，和 HR 培训负责人以及学员代表分别进行了电话访谈，课中学习经典的领导力模型《情境领导》，课后布置作业，并提供线上作业点 评案例解答讨论。</p> <p>现场学习氛围很活跃，模型理论讲解，案例讨论，角色扮演，学员都很积 极参与互动。</p> |
| 服务成果 | <p>情境领导是高手计划整个项目中的重要模块之一，通常是作为项目中第一 门课或者第二门课实施，也是项目很好的开篇课程《情境领导》给到学员 的帮助是：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 提高所有基层管理人员的管理意识，帮助学员打破固有工作经验的束缚，让学员能够针对不同情境，不同的下属状态灵活使用领导风格。 2.帮助管理者了解如何更好的带领队伍管理好团队，如何在组织内形成绩效导向、注重执行的工作氛围，为企业创造持续的经营绩效！ <p>使学员明确自身作为领导者（经理人）的角色定位，增强学员提升下属 绩效和发展下属的能力。根据个人360度领导风格反馈报告，了解自身领 导风格的优势和有待发展的领域，依此可以设定和实施改变自身领导行为、 提升领导有效性的行动计划。</p> |

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 | 民营 |
| 客户公司行业 | 互联网与游戏业 |
| 客户当时的需求 | <p>A公司学习发展与企业文化部，以提升员工的满意度，帮助员工成长为使 命，致力于为A 集团全体同学，提供专业的定制化学习发展项目，《情 境领导》做为第一个合作项目，为鲲鹏计划中的核心高潜管理人才定制实 施了 1天版的课程，得到公司及学员的高度认可，在之后的几年里，也为 鸿鹄立智营、海鸥成长季提供了更深入培训。</p> |
| 具体服务内容 | <p>通过多年的合作，《情境领导》在常规项目里持续使用，每次项目 实施，都 会根据企业当时的实际情况，做好前期的调研，中期的 实施，后期的跟踪 反馈，并且也为企业培养了一位经验非常丰富的高管，做为企业内部讲师， 并成功由内部讲师为基层管理人员进行了内部培训。</p> |

| | |
|------|---|
| 服务成果 | 情境领导做为全员的共同管理语言，从高管到中层管理人员，层层深入，并由高管做了内部讲师的认证，由内部高管对基层管理人员也进行了全面的普及，上下同欲，在培训结束后为企业萃取了管理案例集，为公司沉淀了宝贵的管理经验。 |
|------|---|

客户案例三：

| | |
|----------|---|
| 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 | 生命科学（如医药，医疗器械等） |
| 客户当时的需求 | 为了实现A研发公司的愿景、使命和战略，内部的研发关键人才必须能够胜任不同的角色和职责。要做到这一点，他们必须具备一套的技能——领导能力，同时匹配研发人员的能力模型，从而帮助这批研发人员创造内部发展机会和加强优秀研发人才的保留。 |
| 具体服务内容 | <p>前期通过和研发项目负责人调研和对学员的访谈，结合研发人员的能力模型出发，定制了属于研发人员的 TAP1 项目。项目整体为期一年半的时间，因为疫情的原因，加入了线上 follow-up 作为混合式学习的助力器，从四大主题出发进行项目设计。</p> <p>Session 1: Managerial Mindset Changing, Communication Basics.</p> <p>Session 2: Understanding Needs for Cooperation</p> <p>Session 3: Coaching for Performance</p> <p>Session 4: Reaching Alignment through Managing Conflicts</p> |
| 服务成果 | <p>(1) TAP1 项目成功支持了 A 研发部门的双阶梯发展路径</p> <p>(2) 产出了属于 TAP1 被培养研发关键人才的实际案例</p> <p>(3) 混合式的学习方式得了内部认可，并延续到下一年的合作中</p> <p>(4) 实际参与的学员也在实际工作中将学到的软技能/领导技巧进行了团队分享</p> |

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 | 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>A 公司是一家面向全球的 IT 咨询、产品、解决方案与服务提供商。公司成立于 1995 年，总部位于中国北京，并在中国、美国、日本、印度、新加坡、马来西亚、西班牙等七个国家设有 30 余家分支机构、研发基地或交付中心。A 公司依托自身强大的研发与创新能力，广泛采用基于物联网、大数据、人工智能和移动互联网等新兴技术，为高科技、金融、互联网、地产、交通、汽车、零售、能源、制造、航空、电信、媒体、旅游等行业客户提供丰富的解决方案及产品。</p> <p>公司在快速发展过程中，高层管理者已经满足不了目前岗位需求，跟高管做 Coaching 的辅导</p> |
| 具体服务内容 | <p>麦肯特根据客户的需求，提供了一系列 Coaching 的项目方案：针对目前这个级别岗位调研，提炼出胜任力；</p> <p>基于胜任力和测评设计辅导内容；</p> <p>根据总经理的期望，在辅导内容添加上级领导期望定目标和可衡量结果；根据前期调研设定 8 项主题内容</p> <p>每个月一次辅导和线上课程学习输入；项目实施完成 并且项目成果汇报</p> |
| 服务成果 | <p>这个辅导项目，发起人是总经理，项目整体 12 个月，交付：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 带人培养，培养业务骨干 4 位经理 2) 搭建团队：根据团队内部的岗位内容臧出不同的岗位评估标准，批量发展人才培养 3) 学习管理技能查漏补缺 4) 岗位能力提升，根据胜任力模型前期和为期一年的培训，对比提升，以及总经理对于该总监评估考核要求 5) 绩效目标达成：通过辅导第四季度团队绩效增长并且明年会有更高的预估 6) 对于麦肯特整体的认可和评价很高 |

客户案例五：

| | |
|----------|---------------------|
| 所提供的服务类别 | 领导力发展培训、在线和移动学习（内容） |
| 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>当时大中华区只有针对高层领导力项目，没有针对中层领导力项目，导致大中华区人才断层，人才库迫切需要发展，所以急需搭建针对新任经理的能力发展项目，帮助新经理实现快速角色转型，快速并全面掌握作为新任 经理所需的领导力技能，完善公司人才梯队，从而提升公司绩效。</p> <p>希望新任经理快速适应角色转变，对作为新经理所需要掌握的管理能力有一个全面的了解并迅速掌握作为团队管理者所需要具备的核心管理技能，带领团队提升绩效的同时，促进大中华区的联结与合作。</p> |
| 具体服务内容 | <p>BMP (Basic Management Program) 项目，每届为期一年，内容包括 《管理者角色》，《情境领导®—核心》，《成为激励人心的领导者》，《情境 领导®—Charting New Course》，《情境领导®》应用线上辅导，《绩效落地：从战略到执行》，《Closing Workshop》。</p> <p>为了增强项目粘性及时帮助学员解决在学习及应用过程中遇到的各种困惑和挑战，由麦肯特资深顾问担任整个 BMP 项目的项目主顾问，全程支持辅导学员。</p> <p>BMP项目融合了A公司内部推行的导师制度，每位学员都有属于自己的 Mentor（不参与项目学习）。除学员手册外，麦肯特为学员设计了 《Learning Guide Book》，为Mentor^计了《Mentor Guide Book》，帮助学员梳理项目所有知识点的同时帮助MentoCT解学员所学内容，并提供与项目内容相关的辅导技巧，提高辅导效率。</p> |
| 服务成果 | <p>成功将 BMP 项目变为 A 公司新经理的必修项目，缩短新经理熟悉并掌握领导技能的周期，扩大 A 公司人才库，完善 A 公司领导力培养阶梯。每次课程设有课程反馈评估表</p> <p>每期BMP项目结束时，HR会邀请公司高管作为评审，学员需要将所学内容与实际工作项目结合完成BMP项目毕业答辩</p> <p>每期BMP项目都能得到A公司高管亲自写给项目主顾问及麦肯特的感谢邮件。即使项目结束，学员也会向项目顾问请教在实际应用时遇到的问题，将学习作为一个持续的过程</p> |

客户案例六：

| | |
|----------|---|
| 所提供的服务类别 | 领导力发展培训、在线和移动学习（内容） |
| 客户公司性质 | 外商独资 |
| 客户公司行业 | 零售业与电子商务 |
| 客户当时的需求 | 零售团队的领导力发展项目，目标学员是40人左右的大店店长，50%是内部培养起来的，每个人的直接汇报者大概在9位左右，有 |

| | |
|--------|--|
| | <p>的店铺规模很大 的可能会有一百多人。之前做过一个总部过来的很紧凑的学习项目，情境 领导是其中一部分，但是大概只有3小时，大家普遍反应意犹未尽。所以 在此次领导力项目中，具体展开，结合项目中其他如目标管理、辅导等具体领导技能帮学员达到提升领导力的目的。</p> |
| 具体服务内容 | <p>受疫情影响，原计划线下展开的课程不得不改到线上执行。考虑到线上课 程的学员体验和学习效果，将学员分为两个班。将原本线下两天的课程内 容调整设计为6小时线上内容，分上下两课时，每课时3小时，使用Zoom 平台授课。</p> |
| 服务成果 | <p>首先，应对变革。客户因为疫情也是首次尝试转型，又是针对重要学员的 项目，所以只能成功不许失败。通过此次合作，大家在领导力培训开展的 形式和内容上互相合作实现了突破和改变。</p> <p>再者，学员对领导者职责以及领导行为策略有了更全面清晰的认 知和学习。知其所以然了之后进一步回去在团队内作了分享，有 了统一的绩效沟通语 言。</p> <p>最后，也是最重要的，结合情境领导课后的案例型作业，学员就 实际员工 和具体工作为内容练习情境领导步骤的运用，并形成案 例，可作为内部后 续学习参考。</p> |

客户案例七：

| | |
|----------|---|
| 所提供的服务类别 | 在线和移动学习（内容）、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 | <p>2020年上半年，受全球疫情影响，不得不暂停线下培训改为线上 执行。因为麦肯特从18年开始做线上，且与该企业有着长期稳定的 合作信任关 系，所以请麦肯特协助推动线上学习沙龙，每月一 次不同主题的直播课。通过线上学习沙龙稳定因为疫情而造成的 员工情绪波动，缓解在充满不确 定性的环境下员工的焦虑。</p> |
| 具体服务内容 | <p>自 2-6 月每月一次线上直播课，不同主题，每次 1-2 小时。</p> <p>疫情下的情绪压力管理，汇报及图表展示技巧，成功演讲的 7 个 技巧包， 主持搞笑有趣的线上会议等。</p> <p>根据客户需求，定制课程内容，有理论知识有方法论，将1-2小时 的线上 直播课程设计的更紧凑，更有价值。</p> |
| 服务成果 | <p>在线观看直播人数递增，总计观看数超4k，课程覆盖面非常广，得到总部 认可，学员线上互动积极活跃，L&D对课程及讲师反馈很</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>好，课程评分很高，有很多追随老师课程的学员，每次都会报名参加。</p> <p>因疫情影响，A公司Global总部加快了推行Digital Learning的速度，麦肯特的服务与支持，也为LD推动Digital Learning做出了贡献，更是因为在非常时期的鼎力支持，双方的合作更密切，粘性更高，促成双赢合作。</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 | IT信息技术，半导体及通讯 |
| 客户当时的需求 | <p>客户有一些项目经理，需要系统的进行问题的解决，之前其实是引入过我们麦肯特独家代理的《思维之剑》课程，几年后还是觉得我们的课程适合他们，就再次通过采购议价来引入。德州工厂的人员，也有这个需求，就一起采购了。后来两次的培训效果好，针对部分经理人员，他们又引入了我们《新时代创新》的课程，也分别在北京和德州工厂开课。德州的疫情延后到2021年1月份了，时间每列到上面去。</p> |
| 具体服务内容 | <p>《思维之剑》的课程主要有5大模块，学习一套系统思维流程的方法和工具。具体涉及如何界定问题、分析问题（原因），决策制定和计划安排，并初步学习如何用创新的方法和流程，来尝试目前已知方法解决不了的问题。</p> <p>《新时代创新》从对个人、对领导者和对组织的三个维度，学习一套系统的创新的思维方法和流程。具体有新时代创新原则、创新机会的识别、确认好创新角色和促进创新环境，并形成创新解决方案，消除障碍，和让解决方案得到组织的认可和支持。</p> |
| 服务成果 | <p>如上所说，之前其实《思维之剑》培训，客户培训后又好的口碑，这次进行了复购。这次《思维之剑》培训后，对刘平讲师非常认可，总经理（马来西亚人），亲自带领领导团队，又参加了之后的《新时代创新》培训。课程培训效果客户是相当满意的。</p> <p>这个客户培训人员多一些，每班都又35人，公司不大，相关德州和北京工厂的又类似需求的员工，都接受了培训，公司在问题解决方面，可以有一套完整和统一的思维流程，极大的减少了内部沟通成本，对问题的处理和解决，链于高效。</p> |

客户案例九：

| | |
|----------|--|
| 所提供的服务类别 | 销售培训、个人能力发展、在线和移动学习（内容） |
| 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 | <p>A 公司是一家以患者为中心、以价值为基础、以研发为驱动的全球领先 生物制药公司。今年的疫情使得 A 公司全国的 1000 多名销售来说措手不及。就目前疫情发展情况来看，线下销售在今年上半年上啤滩实现，A 公司销售急需把握住现在这段“空窗期”，快速掌握通过线上手段拜访客户的技能，同时销售经理们也需要做好远程管理辅导工作。</p> <p>根据顾问的课前访谈了解到 A 公司的销售面临以下的困境与挑战：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 疫情情况下，针对一般客户关系，学员做远程拜访有难度 2) 多数学员没有对客户做好分类，缺乏有针对性地与客户沟通 3) 学员不明确远程拜访的定位及目的 4) 学员不能有效充分利用公司给到的现有线上拜访资源 项目目标： <ol style="list-style-type: none"> 1) 远程远程拜访的定位：找对客户，减少拒绝 2) 远程拜访资源的利用：提高兴趣度 3) 远程拜访的计划与准备：找准切入点 |
| 具体服务内容 | <p>麦肯特根据客户需求，为 A 公司制药 10 条产品线 1000 多名销售人员提供线上 远程拜访咨询及培训服务。</p> <p>项目从问题访谈 F 课学习—情境模拟—能力巩固，形成线上教学闭环 本移动学习项目分为三个阶段</p> <p>一、项目初期</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 课程导入：在线课程访谈、在线课程问卷、课程背景分析报告输出、 在线课程" 2) 课前准备：由麦肯特组线上学员群，进行课程介绍、顾问介绍、学习 计划与学习目标发布 <p>二、 项目中期</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 赋能：顾问在线进行课程直播、在线答疑 2) 操练：学员学习打卡、课程助教对学员学习跟踪 3) 复盘：学员在线分享个人学习课程收获及个人行动计划 <p>三、 项目后期</p> |

| | |
|------|--|
| | <p>1) 课后问卷：学员线上反馈汇总、线上课程总结提交</p> <p>项目支撑：顾问+客户+助教+平台</p> |
| 服务成果 | <p>本项目产出及客户评价： 通过线上远程拜访课程的学习，A公司的销售将知识转化为技能，在学习项目结束后都有了较为实际的结果</p> <p>1) 学员课程收获反馈</p> <p>25%的学员学会远程拜访资源利用 24%的学员理清开拓线上拜访思路 20%的学员找准沟通切入点 16%的学员把握远程拜访的定位 15%的学员了解远程拜访技巧</p> <p>2) 远程拜访课程学员行/计划反馈</p> <p>48%的学员会进行针对性落实拜访 20%的学员将重新筛选目标客户 12%的学员学会充分利用公司资源 11%的学员才各开展多元化互动 9%的学员计划转化客户关系</p> <p>3) 课程反馈满意度96%以上</p> |

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 | 生命科学（如医药，医疗器械等） |
| 客户当时的需求 | <p>为应对医药、医疗行业带量采购、二票制、集采等政策、外部环境不断变化，A公司销售团队在几年前开发的课程需要进行迭代，达成：</p> <p>1) 适应最新的医药环境，符合公司的合规性要求</p> <p>2) 在不同的BU, 针对不同的业务阶段和形态及目标学员，运用一致的底层方法论，与甲方共创出适合的情境案例，更好的管理业务，交付业务结果。</p> |

| | |
|---------------|---|
| <p>具体服务内容</p> | <p>麦肯特针对 A 公司的需求, 委派合作顾问拥有 15 年以上医药行业甲方经验, 拥有丰富课程设计与开发的实践经验, 同时组建一个团队进行项目协助, 定制开发《xx 区域业务计划管理的迭代、赋能项目》。该项目分阶段实施:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 通过工作坊调研与分析、定义迭代课件的目标, 运用科学的课程开发工具定义 GAP, 产出教学目标和改进点 2) 麦肯特顾问团队设计 2 个版本的课件 PPT 3) 分别对代表/一线经理, 进行试点班授课, 课后与A公司内部讲师团队进行复盘与改进 |
| <p>服务成果</p> | <p>项目还在进展中, 目前的成果:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 为 A 公司设计 2 个版本 (一线经理及代表) 的业务计划课件, 后续可以持续的运用课件, 易于培训管理。 2) 帮助一线经理和代表在培训后有一套适合 A 公司业务、操作性强、易于运用的工具, 促进后续的销售辅导。 3) 区域业务计划在分别不同BU (骨科/缝线) 业务模式需求, 提供灵活的培训 (线上/线下培训) |

档案内容更新于2021年5月