

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：广州市天河区华强路3号之一2115房

网址：http://www.ericksonchina.com/

所属行业类别：领导力发展培训、教练技术培训

在中国成立日期：2012年10月31日

在中国雇员人数：45人

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/零售业与电子商务/金融服务（如银行，保险，财富管理等）/机械制造/化工与石化

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	国有
客户公司行业	电子电气
客户当时的需求	<p>2021年是该集团“十四五”规划的开局之年，也是全面推动集团高质量发展的关键之年、转型之年。</p> <p>为更好满足集团整体工作和实际业务需求，应对数字化时代转型和组织运营管理的挑战，启动了对集团下属企业中层管理者后备人才的企业管理方向培养项目。</p> <p>该项目共包含三个阶段的集中学习，并结合行动学习等多样化的学习手段，以期帮助目标学员管理能力得到拓展及提升，健全领导者梯队。同时，项目启动前从学员角度也做了需求调研，主要</p>



	<p>问题聚焦在：角色之困、管理之困以及事物之困。</p> <p>一、角色之困：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、个人贡献者到管理者角色转化过程中的心态、认知和责任； 2、新角色和不同人的沟通； 3、个人效能管理。 <p>二、管理之困：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、面对更多的人与事双重难题，目标管理； 2、授权、激励、辅导等技能； 3、团队内和跨部门协作。 <p>三、事务之困：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、面对层出不穷的种种困扰，提升解决问题的能力； 2、快速做出有效决策。
<p>具体服务内容</p>	<p>基于学员问卷调研结果及企业对学员未来发展的更高的展望，此次项目的培训内容既要符合实际工作需要，也要适当拔高格局。部分技能和知识类课程采用微课形式学习，另外设计重互动交流和实战体验的线下培训或工作坊。</p> <p>麦肯特针对上述需求在三阶段的培训内容上以“管人-理事-晓经营”作为逻辑线。</p> <p>三阶段集中学习包括每次一天培训加一天行动学习复盘。集中学习前在学习群组内上传预习内容，课后一周完成课后作业，再紧接三周的小练习保持粘性。课后一个月做线上的培训内容答疑跟进，以及行动学习线上跟进复盘。</p>
<p>服务成果</p>	<p>该项目交付成果：</p> <p>在通过现阶段两期的培训后，学员认可麦肯特的讲师及课程产品。目前学员已产出十五个应用案例，十个行动学习课题报告，并且已形成初稿。</p> <p>该项目已执行完成前两个阶段，项目的第三阶段即将在2022年第一季度执行。</p>

客户案例二：

<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>零售业与电子商务</p>
<p>客户当时的需求</p>	<p>该公司，原名某健康管家。是在线健康咨询及健康管理APP，由平安健康推出。</p> <p>据“该公司”官方数据显示，是中国平安集团旗下的全资子公司，上线互联网健康管理产品，以医生资源为核心，提供实时咨询和健康管理服务，包括，一对一家庭医生服务、三甲名医的专业咨询和额外门诊加号等。</p>



	<p>该公司目前处于快速发展阶段，公司大批量引入外部优秀人才，团队成员复合：医生和互联网人才的融合；员工管理水平参差不齐；本次培养项目针对于中层管理干部，多元化的中层管理人才，内外部引进和培养的人才。</p> <p>培养目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、在组织内形成、建立沟通绩效的沟通语言； 2、增强学员提升下属绩效的能力； 3、减少优秀员工流失，并提升团队绩效； 4、塑造绩效导向、注重执行的工作氛围； 5、达成高员工满意率、高目标达成率。
<p>具体服务内容</p>	<p>麦肯特根据客户的需求，提供了一系列的咨询及培训服务：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、项目开始前根据批中层管理人才，设计访谈与调研问卷，了解目前学员现状。 2、基于目标设计培养课程，推荐我们版权课程情境领导与跟进辅导项目。 3、通过前期领导力行为测评，项目前后做了领导风格对比，从而看到行为改变。
<p>服务成果</p>	<p>该项目的交付成果：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、内部统一管理语言，基于情境领导课程，中层回去传授下属，从而达成高效沟通效率； 2、跟进实践，产出每位同学的实践报告，并实际应用到工作中； 3、辅导下属的工具行动计划表； 4、通过前期领导力行为测评，前期和后期的测评结果，我们管理者领导风格发生转变，提升很大；

客户案例三：

<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>生命科学（如医药，医疗器械等）</p>
<p>客户当时的需求</p>	<p>基于2年的合作后，该公司销售团队的大客户管理能力需要提升。针对2个产品：肝病和HIV两个产品进行大客户能力提升与普及。客户希望在课程中学到方法，课后学员用自己实际的负责医院进行复盘与再开发。真正做到学以致用，学员与自己的经理一起跟踪。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>2021年分别给2个产品进行了2场《大客户管理》课程实施。其中一个HIV产品还在课后辅导了学员的案例。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、课前：访谈，针对不同区域，代表性学员了解他们的业务情况，目前面临的挑战与市场环境，顾问课前确定课程切入点与深度。 2、课中：2天培训，学习一套大客户开发与管理的框架与流程，掌握2个重要抓手。后续落实每个大客户的开发计划。 3、课后：辅导一位HIV的学员，邀请学员的经理参与其中，学员实际案例运用学习的框架与方法论完成大客户管理案例，并与其



	他学员分享典型案例。教学相长。
服务成果	<p>2021年分别给2个产品进行了2场《大客户管理》课程实施。其中一个HIV产品还在课后辅导了学员的案例。</p> <p>1、课前：访谈，针对不同区域，代表性学员了解他们的业务情况，目前面临的挑战与市场环境，顾问课前确定课程切入点与深度。</p> <p>2、课中：2天培训，学习一套大客户开发与管理的框架与流程，掌握2个重要抓手。后续落实每个大客户的开发计划。</p> <p>3、课后：辅导一位HIV的学员，邀请学员的经理参与其中，学员实际案例运用学习的框架与方法论完成大客户管理案例，并与其他学员分享典型案例。教学相长。</p> <p>在该公司大客户管理整个培训项目中，学员培训现场反馈，课程实用有效，学员愿意在实际工作中进行运用。</p> <p>学员课后运用实际医院案例，把大客户梳理清晰。学员直线经理共同参与，学以致用。</p> <p>学员认可麦肯特的讲师与课程产品，将在2022年继续培养大客户管理能力。</p>

客户案例四：

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>基于2年合作，有一个业务部门要针对大中心/大医院进行针对性的大客户开发与管理的培训与课后跟进工作坊。帮助学员：</p> <p>1、在合规的方式下，有效开发现有的大中心/大医院。</p> <p>2、与大中心/大医院不同部分的关键人/影响者建立关系网。</p> <p>3、能够运用价值链帮助学员分析我们所能提供的和客户需要的，更好的创造价值。</p>
具体服务内容	<p>麦肯特针对强生的需求，运用大客户管理的一套经典方法论，帮助学员培养能力：</p> <p>1、课前访谈：访谈学员代表，掌握学员的现状和学习痛点，确定学习深度。</p> <p>2、课中实施：重新梳理大客户代表的角色与定位，教授一套方法论，帮助学员在培训现场建立学习的信心。针对学员提出的难点进行解答。</p> <p>3、课后跟踪：该工作坊将于2022年实施。</p>
服务成果	<p>1、学员在培训学习后，调整开发大客户的心态与树立信心。</p> <p>2、课程让一批较年轻的客户经理，快速掌握一套可以转换的方法，最终跟踪学员的实际案例进行辅导。</p> <p>3、在该项目中，学员、学员经理、BU 负责人都参与其中，学员之间进行分享与学习，共同成长。</p>

档案内容更新于2022年10月