

给企业高层培训，结出的到底是花还是草？PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/257/2021_2022__E7_BB_99_E4_BC_81_E4_B8_9A_E9_c67_257734.htm 在激烈的市场竞争中，大多数企业都认识到市场的竞争归根结底是人的竞争，是员工素质的竞争，都认识到培训是投资最小、回报率最大的一项投资，知道应该投入，问题是不知道如何投入，往那里投入。面对这样的情况，市场上各类不同的培训形式是怎样的呢？经过调研发现：一些进行过推销培训的老师，假借营销的名誉在市场上进行了很多的营销的培训，这样的营销培训是以把推销的形式放大的来进行讲解的，这样的好处在推销本身浓缩了营销中的推广作用和销售作用，因为对一个人的工作也需要把这两项工作结合起来，第二个就是对一个人的培训可以让受培训的人感受到自我的提升，但坏处就是会忽视整个市场的作用，而放大个人的作用。第三个就是这种培训的过程可以进行个人的互动，而不是要讲授团队中的设计技巧和市场技巧，第四个作用就是这样做可以使企业感受到老师的现场授课气氛，掩盖营销知识的不足和对企业整个营销行为的误导，使得企业在营销的理论和市场工作的辨别上产生了误区和茫然，造成很多营销课程被企业认定不过如此，还有些课程是在课堂上，学员学习的热闹，等到课程结束后，回想起来感到并没有真正学习到什么有价值的东西，而且关键的是没有搞清楚企业到底需要怎样培训。只知道请人来上课，组织各类培训。结果可想而知，投入了大量的财力、人力和热情，员工可能不领情，许多人认为我需要的，企业不做，我不需要的你做培训，反而嫌麻烦，老板和员工

都认为是花了钱没办好事。IBM公司是一家拥有40万中层干部，520亿美元资产的大型企业，其年销售额达到500多亿美元，利润为70多亿美元。它是世界上经营最好、管理最成功的公司之一。市场营销培训的一个基本组成部分是已实战为前提模拟销售角色。在公司第一年的全部培训课程中，没有一天不涉及实战这个问题，并始终强调要保证学习或介绍的客观性，包括为什么要到某处推销和希望达到的目的。IBM公司决不让一名未经实战培训的人到销售第一线去。对于中高层管理者的培训，IBM公司更是不遗余力。但实战依然是培训永恒的主题。然而，现今国内一些企业的管理者往往将实战之一至关重要的主题抛在一边，喜欢赶潮流，对培训内容的选择不清晰，受媒体热点炒作的影晌特别大，市场上在推广整合营销，就马上办一期“整合营销培训班”；报纸上在宣传知识经济，就立即组织“知识经济研讨会”；有的一听说要网络化、信息化，就一窝蜂的搞计算机、IT培训；中国加入世界贸易组织了，又一窝蜂地参加各种有关世界贸易组织的研讨会。于是，什么ISO9000研讨会、外贸短训班、资本运作培训班、项目管理培训班等等，办了一期又一期，从表面上看，企业培训工作开展得轰轰烈烈，孰不知脱离了实战的培训其实只是无的放矢，效果并不理想。本应是带给员工的一道馅饼大餐到最后却成了一个致命的陷阱。其实社会上出现这样的现象不足为怪，因为我们的企业太多地注重形式。而更多的人员是迫于企业发展需要，在老板的授意下进行学习，这样的人往往追求形式上的宽松而忽视课程的具体内容，他们不会考虑企业目前的需要，也不会考虑自身发展的需要，而是考虑如何轻松的渡过一个必须学习的时间。

间，这样的结果是销售的课程更加适合这些人的需要，因为销售的课程中更多的是个人技巧的发挥和能动性的创造，在这种课程当中，充实了很多我们日常生活当中的个人生存技巧，这样的课程是比较受企业的销售人员欢迎的。与此同时，这样的课程一经看好，就变成了很多培训公司极力推荐和销售的主流课程，由于这样的课程比较多，造成很多这样的课程当中互相比较，互相拚杀，于是各种策划名目竞相出台，有的打出了培训经理人的题目，有的打出的是培训总监的题目，更多的目标直指企业的中高层，因为只有企业的中高层人员才有可能到外边接受公开课的培训。于是乎，那些香港的台湾的所谓培训大师们就有了粉墨登场的舞台，一个个披着华丽的身份光环，进行着一场场华而不实、哗众取宠的所谓“造富”工程！那么，培训对于企业来说到底是收获了“花”还是“草”呢？众所周知，在当前社会上形式多样、种类繁多的培训中，很多人是以专家的身份出现的，他们的讲义是以青年读物作为基础的，比如：读者，恋爱、婚姻、家庭等之类的青年读物上有很多关于人生的小故事，小幽默、小笑话、还有很多可以启迪的案例作为整个讲座说明的故事，当然，这些故事在讲课当中全都变成了主讲人的亲身经历，或者是亲自看到的内容，让听课的学员感受到老师的丰富阅历，同时也由冷漠变成欣赏，从而对学习的内容越加的不在意，而会认为自己的阅历太低，影响了对事物的看法，他们会从这些游戏当中寻找老师要传达的内容，这样，不同的人对游戏的理解是不一样的，也就是说每个人都会有不同的收获。我们很多人也许已经经历过这样的培训，还有很多人试图在经历这样的培训，在这个市场上什么样的培训可能都会

存在着市场，这也是市场的需要，但是蓝哥智洋国际行销顾问机构专家告诫这些伪专家伪大师们，请不要再误导企业的老板了，你们可以培训业务人员，也可以培训保险公司的独立作战的营销人员，但对于企业的老板，时间是宝贵的。我们还要说明的是，由于这些误导，可能使企业，甚至个人把培训当成游戏的天堂。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com