

人力资源管理:培训还能为企业带来什么 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/474/2021_2022__E4_BA_BA_E5_8A_9B_E8_B5_84_E6_c67_474589.htm 前段时间，我应德国一家驻华公司的邀请，为其提供了一天的内训服务，本以为和为其他的企业授课一样，只是一场针对企业内部管理人员的培训，可第二天到了会场才发觉有些异样。一进入会场就看到了头顶上那一条醒目的横幅，上面写着：“欢迎政府领导与营销专家光临指导工作”。弄得我差点问身边的助理是不是把我带错会场了，直到看到助理和会场里的几个人热情的打招呼才作罢。贵宾室中，对方企业老总对我说：尚老师，我们的课程9点钟正式开始，这次我们专门邀请本市电视台的专业播音员来主持这次培训，同时主管副市长也会带领下辖主管局长亲自到会聆听，并在会后做总结讲话，晚上本市电视台会在“最新新闻”栏目中报道本次培训活动。听到这里我已明白并点头表示理解。这家德国企业把本次针对企业内部管理人员的培训活动同时变成了一种企业的公关传播手段，用于向地方政府官员传递企业品牌及发展姿态，提升企业形象，真可谓一举两得。在晚上的答谢酒会上，与对方企业老总的一番沟通也让我再次印证了这一想法。该企业一年前由于高层主管的独断专行，在不了解中国国情的情况下制定了一系列不是很友好的在华发展策略，遭到了该企业所在地方政府的排斥，无法在得到地方政府的支持。一年来该企业一直在寻求和地方政府重归于好的机会，而此时一场培训让企业老总找到了切入点，邀请地方政府官员参加培训，在增进感情的前提下，也向地方政府表明企业非常重视在当地

的发展，花重金引进咨询专家为企业培训就是一个很好的证明，以此来平和双方的矛盾。我在这次培训中在尽好讲师的义务后还无形为该企业的宣传做了把“人托”。笔者本人进入培训行业多年，和企业接触多了，发觉每个企业要求培训服务的立足点或者说需求点差异性很大，有的企业老总是发觉身边的竞争对手都在做培训，本来就有市场压力，既然大家都在做，那我也就做一个吧！这样的培训效果可想而知；有的企业老总已经被不专业的培训机构“折磨”过了几次，感觉需要有一个标准约束培训机构，而很多培训机构就开始迎合客户的口味，每次培训结束前都要给客户发一个培训效果调查表，向企业表明姿态：我们为了向您负责，也在考核授课讲师，而讲师授课效果的好坏是企业你们来决定的。很多企业老总就很爽，感觉“生杀大权”在自己手里了。其实这样“爽”过的企业很多还是没有理解培训要给企业带来什么？简单的讲培训的目的是为了企业的受训学员真正学到相应的岗位管理技能和市场实操方法，那么培训效果好坏的考核指标应该是针对这批受训学员的市场操作能力是否增强来制定的。说得再直白一点，培训过后是要有一个效果调查表的，但这个表格不是考核授课讲师的，而是考核受训学员的，只有受训学员把讲师所传授的知识真正的用到了市场之上，并产生了效果，那么培训的效果才可以说真正的达到了，这才是培训的根本目的所在。所以作为一位专业的培训行业顾问，培训后“考核学员，而不是考核讲师”的观念一定要向企业传播，避免我们的客户再走弯路。回到开篇的案例中，笔者以营销专家的身份为企业做了把“人托”，但笔者做得很高兴，说明该企业在理解培训价值的基础上，还能够

有思想发觉其潜在价值，如果我们的客户都具有这样发展思维格局的话，那么培训行业针对企业的多元化发展思路的形成也就为之不远了。圈内同仁共勉，大家共同努力！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