

MBA管理探讨怎样的培训才能真正让企业得益MBA考试 PDF  
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/628/2021\\_2022\\_MBA\\_E7\\_AE\\_A1\\_E7\\_90\\_86\\_E6\\_c70\\_628133.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/628/2021_2022_MBA_E7_AE_A1_E7_90_86_E6_c70_628133.htm) 当前，各种各样的培训越来越多。然而，在这场风起云涌的培训热中，到底有多少是物超所值呢？有一次在南京讲课，有位学员告诉我，他去年曾听过多堂有关“销售倍增”、“如何成为亿万富翁”的课程，当时现场气氛是很热闹的，为配合内容，讲师手舞足蹈充分调动大家情绪，搞起了俯卧撑、相互拥抱、高喊口号等动作，有的年轻人为此还热泪盈眶，事后他回味自离开课堂后并没学到多少东西，倒是坚持啊、激情啊之类的励志词语听了不少，只觉得脑袋空空如也。另外，偶然的通过其他渠道了解讲师背景后，他很奇怪，一个今年才27岁的年轻人，根本没做过多长时间销售，却有胆量教别人如何实现销售倍增，一个从未创过业仅卖弄卖弄嘴皮子的人却也会给别人传授成为亿万富翁的方法，真是开了眼界了，那位学员曾经这样问我：于老师，培训行业是不是水很深啊。现在，企业寻找培训师，普遍采取的办法是与培训公司沟通或者外包给培训公司，这是最快也是省的一种方式之一。但是，相对于大多数国内中小型企业而言，企业寻找营销培训师。往往是现实中需要提升或者需要解决问题等的时候，实际上培训承载着“知识、技能、态度”某方面的发展，相对销售量提升、份额提高等具体指标来讲，可能对企业有其它不可比拟的重要性。所以，不但应该多种方式来找，如同“大海捞针”还得讲究原则“丝丝入扣”。例如，首先是确定本行业还是一些在某些方面有建树的实战型职业经理人演化的讲师，

这就是一个困惑企业培训部门的普遍问题。如果是一些行业，行业的营销能力不强，需要开拓与突破行业的营销能力限制，那么，选取一些既有多年丰富经验，又一直在进行总结，同时又形成自己的营销体系的真正实战型人士做营销培训师是最合适的。他们能给企业以最有冲击力、最有效的借鉴与启示，能使企业获得竞争对手没有的核心能力，有可能形成核心竞争力。现在，由于激烈的市场竞争，大多数企业都认识到市场的竞争归根到底是人的竞争，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，往哪里投入。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。一个合格的培训师应该是一位具有丰富营销实战经验的人，而不仅仅是一个出身学府，而甚至连“一根针都没有亲身卖过的人”，只有自身本来就具有丰富的营销实战经验，才能使得自己的培训引发大家的共鸣，须知所有参训的学员都是市场实践者，千万不要将培训变成理论的叙述，脱离了实战的培训只能是空谈，莫要让一道美味的馅饼大餐沦为致命的陷阱。作为蓝哥智洋国际行销顾问机构的CEO，我认为，作为一名真正对企业有帮助的培训讲师除了熟悉企业战略品牌塑造与管理的理论框架及企业战略制订流程外，还应具备丰富的实战经验。因为只有拥有了丰富的实战经验才能对国内外在品牌塑造与管理上典型的成功与失败的企业案例的背景与解决过程有清晰的脉络和解析，使员工对企业大背

景、出现某个问题时的小背景、再到思维过程、竞争环境，以及解决之道提炼办法沿着一条清晰的思路去发现和获取过程中的知识，从而从理论和具体案例上发散开来，对学员进行“举一反三”的引导。还有无论是面对中层还是高层学员，授课及演讲风格都应当时轻松、活泼和略带幽默的。这一点非常重要。须知，自从离开课堂后，几乎所有的成年人都在不断的“动”中生存，枯燥的静坐会使得大家非常痛苦和乏味。编辑特别推荐加入收藏：2009MBA联考数学辅导专项练习汇总 MBA全国联考指导MBA管理练习题汇总 MBA联考管理案例分析题选编及答案汇总 最近视觉焦点：09年MBA重大改革春季班和秋季班将实现并轨 更多优质信息请访问：百考试题MBA站 百考试题论坛 丰富、优质考试试题请进入：百考试题在线考试中心 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](http://www.100test.com)