

企业全面经营管理沙盘模拟

(生产型)

培训方案

主讲老师：张梓轩

企业全面经营管理沙盘模拟培训方案

【课程主题】 企业全面经营管理沙盘模拟

【授课形式】 角色扮演 情景演练 案例研讨 讲师点评

【学员对象】 公司总经理、中高层管理人员、基层管理者、基层后备管理人员

【培训人数】 24~48 人

【培训时长】 2 天

【企业管理沙盘】

沙盘起源于军事，是高级指挥官模拟战场地形，研究敌情，组织作战方案，进行战略部署的工具，具有直观、形象、一目了然、易于把控全局的特点。

企业管理沙盘自上世纪初被引入欧美商学院 MBA 教学中，迅速普及，是极具实战色彩的体验式管理培训经典课程之一，被世界 500 强企业做为中高层管理人员培训首选课程。

本沙盘通过直观模拟企业经营过程，直观地了解企业经营与决策要素，学员能够充分参与，在体验中总结得失，在思想深处进行反省感悟，深化学员对企业经营管理的全面认识，培养管理者的全局意识，提升系统思考能力。

【沙盘培训特色】

体验：“在参与中学习”，充分参与企业经营管理过程，体验本身就是价值。认识：“在感悟中学习”，由转变认知到转变态度，再到改善行为模式。反思：“在错误中学习”，发现团队与个人特长与不足，及时调整方向和结构。应用：“在应用中学习”，自发感悟反省，自觉改善应用，长期保持效果。

【企业全面经营管理沙盘模拟】课程大纲

引言战略 竞争 人才 团队

第一篇章 沙盘推演背景铺垫

企业经营所涉及的因素
企业物流运作的规则
企业面临的市场、竞争对手、未来发展趋势分析
企业采购、销售和库存管理的运作规则

第二篇章 企业经营的本质的本质(利润)

资本、资产、损益的流程 企业资产与负
债和权益的结构 企业经营的本质的本质—
—利润/成本/销售
企业使命愿景和战略目标
企业经营的基本元素 顾客价值/合理成本/有
效规模/具备人性关怀的盈利

脑力激荡——如何增加企业和利润？

第三篇章市场战略、产品定位、市场定位

产品需求的数量趋势分析
产品销售价位、销售毛利分析
市场开拓与品牌建设对企业经营的影响
市场投入的效益分析
产品盈亏平衡点预测

脑力激荡---如何才能拿到大的
市场份额？

案 例：

《2012 年国内车市 10 大营销案例集锦》
《长城汽车 4C 营销》
《月饼的新商业模式》
《品牌定义了产品——宝马》
《格兰仕与微波炉》 《月饼券证券化》

第四篇章 战略定位

什么是定位？
营销的本质
酒店如何吸引顾客
案例分享 | 格兰仕与微波炉
品牌定义了产品——宝马
创造性地满足客户需求

第五篇章 团队建设与管理技能

中国企业的管理迷失
人才在组织架构中的作用
案 例：监狱疾病贫困见真心
基于绩效的管理
绩效考核关键指标
从绩效考核到绩效管理
跨部门协作与沟通
执行力的问题
组织文化建设：责任 荣誉 组织

第六篇章 课程点评

学员自我总结 每
年经营数据分析
综合理解局部管理与整体效益的关系 优
胜企业与失败企业的关键差异

终语 将者，以超越致敬时代！

【培训场地布置】

准备材料：投影仪、无线麦克风、书写白板、白板笔、A1 白纸若干张、计算器 6 个、钢笔、铅笔等。教学所需的课件、学员手册、沙盘、报表、工具等由讲师提供。

教室布置：场地面积以方便学员沟通交流为宜；课桌拼为方形，桌面应为平面；6 组错开排放，每组学员 6~8 人分坐于桌旁。

