

## 《系统性思维-房地产问题分析与解决沙盘》

让房地产的管理者们在较短的时间内，把抽象的房地产管理知识和决策分析工具演变为生动直观的沙盘体验，通过实体的沙盘道具，使房地产管理概念和真实的问题解决的场景形象结合起来考虑，达到清晰理解与记忆的学习效果。

课程把真实的管理问题解决和企业经营管理决策有机联系在一起，有利于培养管理者捕捉企业发展信息的能力。在课程进行过程中，学员将从通过团队决策和沟通，解决多角度的管理问题，最终学员能从多角度立体把握团队协作中的问题分析与策技巧。

往往经理人对于问题的解决与决策常有一种无力感：竞争越来越激烈，花大力气做的决策却不见成效；企业问题重重，不知该从哪里入手；每次讨论，大家都各持己见，没有统一的标准，达不成共识；考虑不清楚问题原因，凭直觉做决策，做出来也不知道好不好，同样的问题重复发生，不知如何控制和预防，遇到意外事件惊惶失措……缺少一套科学的、强有力的**系统性思维**解决问题的方法和工具的帮助，经理人只好重复这样解决问题的方式；拍脑袋做决定、沿用旧方法、没有预防措施、忙于到处救火……

**系统性思维**——问题解决与决策制定（PSDM），是管理中最负盛名、最具实用性的工具！它能帮助您个人、团队、企业有效地制定高质量的决策，系统化地解决问题，建立共同的管理文化和语言并使团队达成共识。

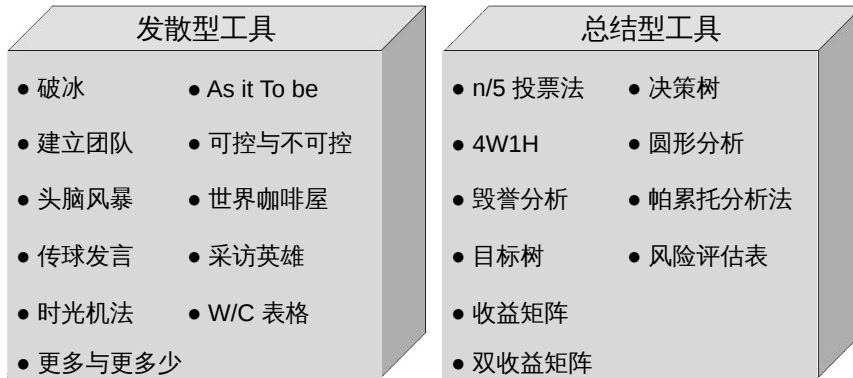
无论您是解决问题的工程师，还是组织里面中坚的管理者，或是积极策划未来的企业主，这都是一套能让您提升竞争优势的工具……

《系统性思维》沙盘模拟课程包括：

1. 基于个人的理性问题解决与决策工具
2. 基于团队的团体问题与会议组织工具

这个课程将帮助您个人、团队、企业有效地制定高质量的决策，系统化地解决问题，建立共同的管理文化和语言并使团队达成共识。





课程收益：

□□□建立一套系统化的管理语言来解决问题与做决策，从而更有效地沟通、合作□□□  
团体问题引导工具（行动学习技术）□

□□□清楚地理解如何来搜集、排序、组织、分析与确认数据、信息、经验与知识；□□□  
了解如何在紧急状况与时间压力下理性地处理问题与决策，并获得良好的结果；□□□学  
会通过提问引导技术来加强思维逻辑，并在团队内激发更多的创意；□

□□□能够分析工作状况并更好地设定优先级；□

□□□了解到如何才能增加处理问题的确定性，并减少尝试性错误；

□□□能更好地运用经验来处理工作中的关键问题并制定解决方法；□

□□□□更好地管理风险，确保计划得以顺利实施、避免潜在的问题并善于运用潜在机会；□

知识点：

### 模块 1 基本思维模式

□□□□透视思维流程□

□□□□面对复杂的情境□

□□□思维模式的种类（垂直思考/水平思考/发散思考）□

□□思维□ vs. □提问引导技术□□

### 模块 2 状况分析（情景判断）

状况分析流程

拆解与理清状况

优先级的思考

判断状况与思维的模式

团队与资源的分配

### 模块 3 原因分析

□□□□问题定义与结构□

□□□□问题的种类□

□□□□问题的层次□

□□□□描述问题（收集问题相关信息）□

□□□□找出可能原因的方法□

□□□□测试可能原因的逻辑□

□□□□验证真因□

□□□□各种问题解决手法的介绍与比较□

□□□□人员问题的分析与处理□

□□□□原因分析的团队应用□

#### **模块 4 决策分析**

□□□□决策定义/种类□

□□□□决策的层级□

□□□□快速决策模式□

□□□□标准决策模式□

□□□□决策的目标与决策□

□□□□选择决策方案的方法□

□□□□创意与决策方案□

□□□□不确定因素下的决策制定□

□□□□团队决策制定与执行□

□□□□决策风格与影响□

□□□□决策制定的陷阱□

#### **模块 5 风险与机会分析**

□□□□风险□ / □机会定义□

□□□□应急与预防□ / □促进与扩大□

□□□□风险/机会分析流程□

□□□□加强执行的成功概率□

#### **模块 7 引导技术**

□□□□世界咖啡法□

□□□□团队共创法□

□□□□头脑风暴法□

□□□□乔哈里资讯窗法□

□□□□思考激荡法□

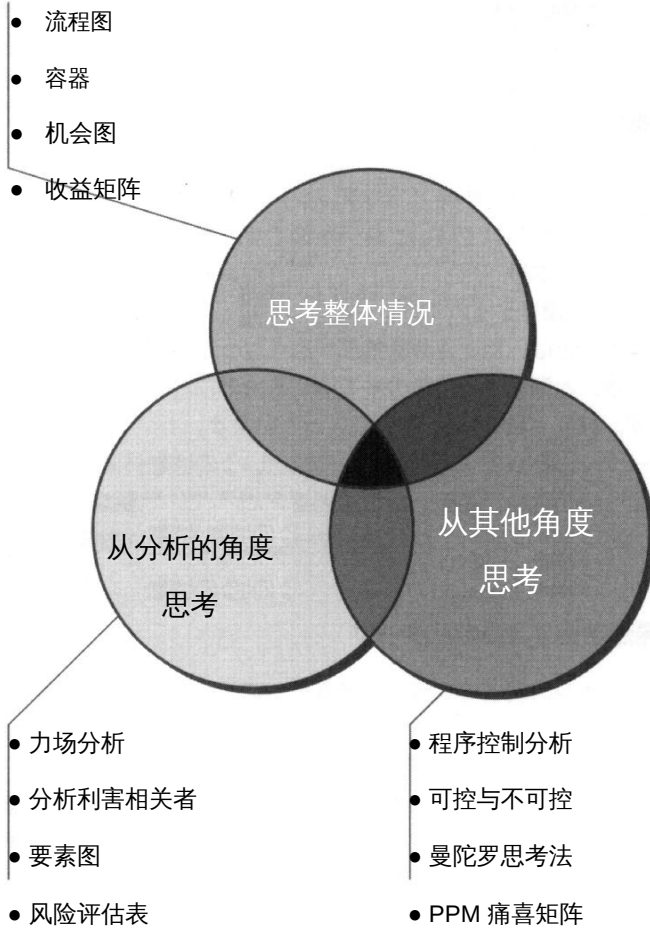
#### **模块 8 瓶颈突破引导法**

□□□□冲突消云图法□

□□□□现况图法□

□□□□远大目标图法□

□□□□负面分支图法□



企业实战案例展示：

前景分析 Prospect Analysis					2- 预防【风险】/促进【机会】		3- 【风险】补救 / 【机会】利用	
1- 预测【风险】/【机会】					【机会】促进性措施		【机会】利用措施	
陈述行动	扩大企业供应商资源				【风险】预防性措施		【风险】应变措施	
预测风险/机会	序号	发生的可能原因	概率	风险影响	何人做?何时完成?	何人做?何时完成?	设置启动机制	
建立联系	1	同行介绍	7	高	找同行/朋友介绍	采购经理, 会前1个月	介绍自己与公司业务	被引荐
	2	主动自我介绍	9	低	准备名片与公司介绍	市场部, 会前1个月	确定下次沟通时间地点	交换名片
	3	对方主动接触	4	高	发送邀请函	采购部, 会前一个月	了解对方需求	主动咨询
达成合作	4	对方满足我方需求	5	高	整理我方需求	采购, 会前一个月	对方主动深入了解我们需求	寄送样品
	5	对方品牌影响力大	5	中	提前了解对方背景	采购, 会前一个月	确认合作关键性人物	主动联系
	6	对方有产品优势	5	高	提前了解市场行情	采购, 会前一个月	对方展示产品优势	询报价
获取行业信息	7	行业论坛	7	高	提前了解沟通会主题背景	采购, 会前一个月	调整公司采购策略	召开内部会议
	8	同行间交流	9	中	提前了解行业信息	采购, 会前一个月	结交行业KOL	利用休息时间
	9	行业聚会	7	中	提前了解会议流程	采购, 会前一个月	扩大人脉	主动参加
企业品牌营销	10	成为活动赞助方	7	高	找会议主办方协商	市场部, 提前半年	制定宣传方式	签订合同
	11	投放广告	8	中	找会议主办方了解广告投放流程	市场部, 提前3个月	确定广告内容	制作广告
	12	安排路演	8	高	准备路演资料	市场部, 提前3个月	派发宣传资料	举办现场活动