

基于结果实现的团队打造

课程背景：

企业经营，市场开发，人才培育，战略制定，绩效考核等等，企业从事的一切和经营管理有关的活动都必须有结果之后才能评估衡量，没有结果或是结果不达到成要求，再多的努力也是徒劳；团队管理者在学识、行为、技能、习惯、影响力、领导力等各个方面都非常优秀，可是如果没有达到结果，对企业来说也是没有价值的。做好结果管理，可以帮助跟踪团队管理者个人的成长发展；可以比较同样团队管理者的管理效能；让团队管理者的选拔流程更加清楚明了；更重要的是可以培养出一批结果导向型团队管理者。本课程基于以上问题的解决，为企业各层级团队管理者量身订制，从结果的角度为团队管理者提供切实可行的整体解决方案。

课程收益：

- ★ 提升团队管理者掌握四种结果（企业结果、组织结果、员工结果、客户结果）衡量标准的能力，结合企业业务特点对四种结果进行比例分配与调整的能力；
- ★ 提升团队管理者对员工能力和员工忠诚度的分析测评能力，掌握提高员工能力的方法，使员工在达成结果的同时，提升工作能力、增强对企业、对团队的向心力；
- ★ 提高团队管理者对组织结构、组织能力的分析与测评能力，提高组织的学习能力、应变能力，提高员工的责任担当意识，使团队组织在达成结果的同时，提升组织能力，为后续工作开展提供可靠的组织能力保障；
- ★ 提升团队管理者的客户价值意识，掌握提升客户价值的方法和客户参与的技巧，使团队在达成结果的同时，为客户提供超越竞争对手的价值服务；
- ★ 提升团队管理者对于战略执行、团队目标实现、长短期利益平衡等方面的能力，使团队管理者在达成团队目标的同时，完成组织能力、培养员工、员工忠诚度、客户价值方面的综合能力提升。

课程时间：2天，6小时/天

授课对象：企业团队负责人/各级管理者/储备干部

授课方式：讲师讲授+案例分析+视频互动+角色扮演+情景模拟+实操演练

课程模型：



课程大纲

引言：

公式：管理有效性 = 管理者素质 × 结果

1. 管理者素质要求
2. 管理者能力标准
3. 管理者结果实现

第一讲：结果管理

案例演示：从 A 到 B 的启示

一、结果导向

理论：企业业务线

1. 战略规划
2. 目标管理 (SMART)
3. 结果管理 (EOPC)

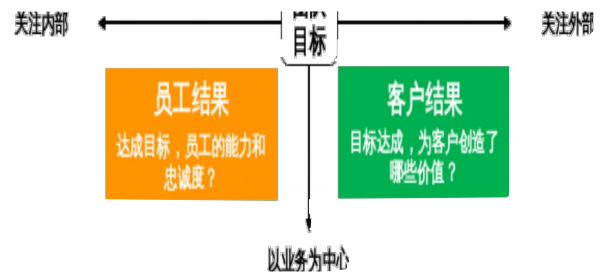
案例分析：A 到 B 的目标分析

二、定义结果

理论：结果指标模型

1. 结果的平衡标准
2. 结果的策略预期
3. 结果的利益切换
4. 结果的公私分明

实操演练：实际目标的结果指标评估练习



第二讲：员工结果管理

引言：员工资本 = 员工能力 × 员工忠诚度

一、员工能力

视频演示：疯狂的人才大战的背后

理论：员工能力培养矩阵

1. 内部培养
2. 内部交流
3. 外部引进
4. 外部借鉴

实操演练：员工能力评估与培养分析练习

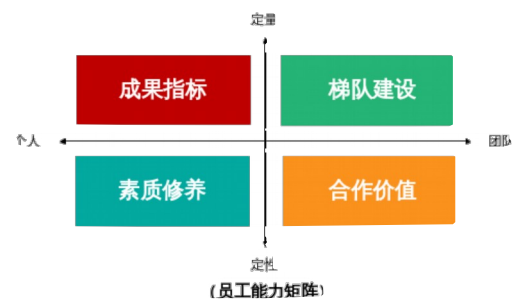
二、员工忠诚度

案例演示：猎头公司的策略

理论：员工忠诚度指标

1. 劳动生产率参考值
2. 团队氛围评估方法
3. 员工流动率分析
4. 员工忠诚度培养

实操演练：团队成员忠诚度评估分析练习



第三讲：组织结果管理

课堂问答：如何理解组织？

一、组织解析

1. 解析组织结构“六层含义”
2. 组织能力衡量“六个标准”
3. 组织能力匹配“双向统一”

二、组织能力

案例演示：不同部门的自我感觉

理论：组织能力矩阵

1. 组织学习能力
2. 组织应变速度
3. 组织无边界程度
4. 组织责任担当

实操演练：团队组织能力评估分析练习

第四讲：客户结果管理

一、客户价值

案例演示：海底捞的“变态”服务

理论：客户价值模型

1. 客户感知价值
2. 客户-产品获利分析
3. 客户市场细分
4. 客户价值分析

实操演练：客户价值评估分析练习

二、客户视角企业文化

案例演示：吉林油田录井二公司

1. 四类不同的企业文化
2. 客户导向型企业文化
3. 企业文化的内外平衡

三、定义客户价值

案例演示：亿唐集团的“明黄 e 代”

理论：定义客户价值模型

1. 成本：客户的投入值
2. 速度：客户的使用值
3. 服务：客户的问题值
4. 质量：客户的费用值
5. 创新：客户的利益值

实操演练：客户价值评估分析练习

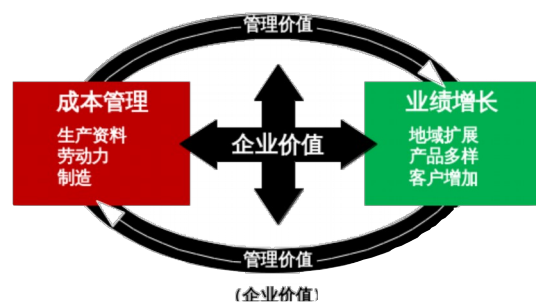
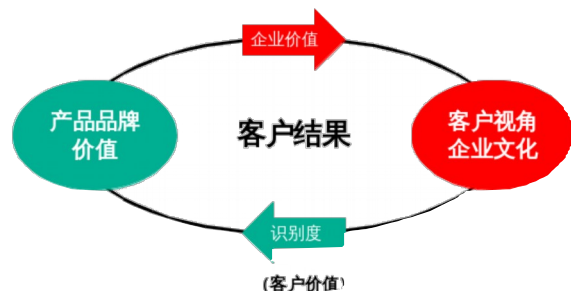
四、客户参与

案例演示：市场导向型企业

理论：客户参与模型

1. 与客户互动
2. 吸收新力量
3. 客户报酬法
4. 对比竞争法

实操演练：客户参与度评估解决练习



第五讲：企业结果管理

一、企业基本价值链

1. 企业价值标准
2. 企业价值衡量
3. 企业价值评估

角色扮演：我理想中的企业