

《系统性思维-团队问题分析与解决沙盘》

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。

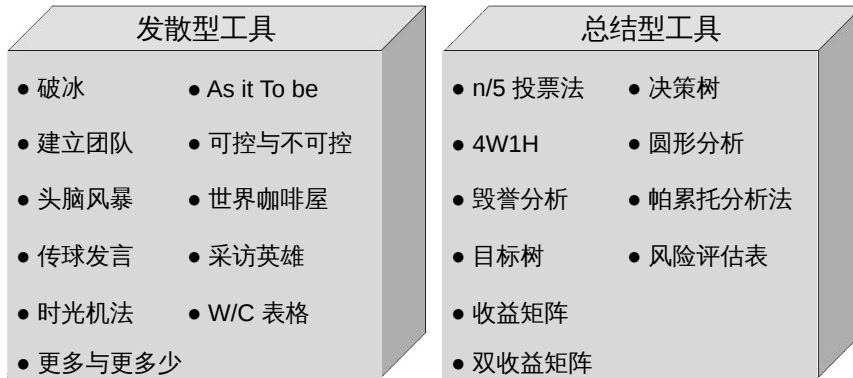
无论您是解决问题的工程师，还是组织里面中坚的管理者，或是积极策划未来的企业主，这都是一套能让您提升竞争优势的工具……

《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□

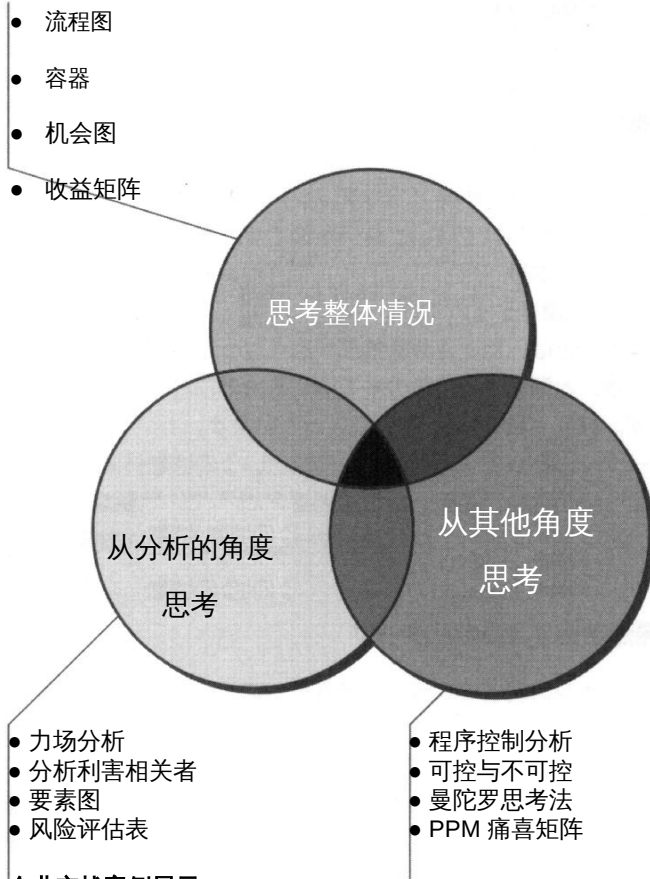
模块 8 瓶颈突破引导法

□□□□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：

1- 预测【风险】/【机会】					2- 预防【风险】/促进【机会】		3- 【风险】补救 / 【机会】利用	
陈述行动	扩大企业供应商资源			机会价值	【风险】 预防性措施	何人做?何时完成?	【机会】 利用措施	如何启动?何时启动?
预测风险/机会	序号	发生的可能原因	概率	风险影响	【风险】 预防性措施	何人做?何时完成?	【机会】 利用措施	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
获取行业信息	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
	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
企业品牌营销	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
	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