

---

## 基于 6 D 的培训管理与价值塑造

### 【课程背景】：

21 世纪是信息爆炸的时代，企业之间产品或服务的竞争达到白热化，市场机会稍纵即逝。任何企业想在当今商业环境中保持竞争优势，就必须依靠技术、人力资本，还有拥有提升员工技能的手段。很多企业每年在培训中投入不菲的经费，但仍然成效寥寥，故而对培训质量和培训管理部门打出了大大的问号，为何培训不能为企业发展产生真正的价值？

这是因为企业总是把培训老师当成了能点石成金的角色，寄希望通过几次培训课程就大幅度提升员工技能，这显然是不现实的。培训是一个由点到面，由外向内的过程，需要通过酝酿到发酵成熟，不是上课开始下课结束这么简单。一个完整的培训至少包括培训前的需求分析与确认，培训中课程的有效实施，培训后知识的跟进、转化与落地。这一系列的完整实施才能确保培训完成了闭环，才会产出大于投入。

郑蜀治老师具 20 年企业 HR 管理工作经验，及多年培训授课经验，结合国外最先进的培训管理理念、工具与方法，提炼出本主题课程。

### 【课程收益】：

- 1、适应国家改革发展形式，提高企业培训管理水平。
- 2、满足四个需要：国有投资企业改革改制、产业调整转型发展、提高专业能力业务技能、可持续发展。
- 3、以人为本：提高员工的知识技能与管理水平，改善工作态度和行为，激发员工的创新意识，打造高素质员工队伍。
- 4、重新认识培训管理：培训项目设计要以终为始，上接战略，下接绩效，彰

---

显人力资源与培训管理者的价值。

**【课程对象】：**

企业人力资源部经理、培训经理、培训主管、培训专员及 HR 职员

**【课程时间】：** 2天（12小时）

**【课程大纲】：**

**第一部分：从企业战略的视角看待企业的培训管理**

- 1、企业战略对企业培训的要求
- 2、公司的人力资源战略对企业培训的不同要求
- 3、培训需求分析的流程与方法（大胆假设 - 小心求证 - 确定主题）
- 4、培训的管理之细节是魔鬼

课堂研讨：培训前、培训中及培训后的管理工作重点

**第二部分：基于 6 D 的培训项目设计**

导入：

- 1.为什么业务部门视培训为鸡肋？
2. 6 D 的理论认知

**一、界定业务收益**

- 1.采集关键决策者的结果计划轮
- 2.分析界定培训&管理问题
- 3.确定组织培训的必要性
- 4.完成绩效差距分析

---

## 5.区分业务目标和培训目标

### 课堂演练：

- 1、如何根据企业战略设计培训课程
- 2、学习价值链的小组演练

## 二、设计完整体验

### 1.完整学习的四个阶段

#### 2.设计四个阶段要素

- 1) 准备阶段：促进学员对课程产生期待
- 2) 学习阶段：有效的课程实施/匹配不同的学习形式
- 3) 转化阶段：督促学习转化和工作应用
- 4) 评估阶段：学习成果评估与嘉奖

### 3.影响业务负责人

### 视频分享：甲方乙方

## 三、引导学习致用

### 1.合理的课堂设计

- 1) 避免认知“过载”
- 2) 戴尔“经验之塔”
- 3) 学习风格匹配

### 2.激发学习动机

### 3.学习目标检验

## 四、推动学习转化

### 1.影响学习转化的三组主要因素

---

1) 应用的动机

2) 应用的能力

3) 工作环境

2.评估和改善转化氛围

3.学习转化的责任区分

课堂研讨：HR 及管理者应该如推动学员转化

## 五、实施绩效支持

1.提供相应的支持手段与工具

2.转化过程中的辅导与激励

## 六、评估学习结果

1.评估业务收益

2.反思结果，推动持续改进

案例分享：富士康的培训积分制度

## 第三部分：培训体系建设的路径和要领

1、培训体系的全景地图

2、执行体系：思路、方法、优化

3、计划体系：思路、方法、优化

4、师资体系：思路（培养）、方法（管理）、优化

5、课程体系：思路、方法、优化

案例分享：

1、OPPO 的关键人才培养体系

2、中广核集团的“白鹭计划”