

培训需求与培训计划

Training Need & Training Plan

课程收益：

现在培训工作的主要问题在于：1) 培训没有有效地提升公司核心业务绩效；2) 培训在公司各项业务工作中的定位不清；3) 培训需求不吻合；4) 各部门经理参与不够等等。其中最关键的就是培训需求不准，以及需求没有得到有效的满足。

张老师在多年的人力资源工作实践中不断研究和摸索，总结出许多行之有效的培训工作方法，结合法国的培训理论，带给学员全面而具体的工作启发与实践指引，便于落地。

参加对象：

1. 培训部部门经理，主管及有关专业人员
2. 人力资源部部门经理，主管及有关专业人员
3. 组织发展专家，首席知识官等

培训大纲：

第一部分：培训需求

第一章：培训需求的来源

- 讨论：培训需求来自哪里？

思考：他们为什么抵制培训？

- 讨论：满足谁的需求？学员的还是公司的？

第二章：如何做需求问卷

- 讨论：什么样的需求问卷是无效的
- 无病呻吟的培训
- 需求问卷的种类：面谈，电话访谈，电邮
- 如何提升问卷的回收率
- 练习：设计一份问卷

第三章：如何做需求面谈

- 了解访谈对象
- 了解我们是谁
- 如何诊断对方的问题 SPIN
- 倾听漏斗
- 记录技巧
- 如何辅导对方说出真因
- **GPEC 对岗位和能力的预管理**
- 角色扮演：需求面谈

第二部分：培训计划

第一章：培训计划的要素

- 练习：培训计划的 18 步排序-通过排序看出培训工作的重点逻辑

第二章：培训计划改进原则

- 培训费用分布的怪圈
- 培训计划的 531

案例：如何提高培训计划的达成率

- 培训事件：如何让大家感受到培训

案例：质量体系培训

第三章：怎样让培训出效果

- 为谁服务：培训的主要服务对象是核心业务部门
- 经营感觉：培训不仅要客观上有效果，更重要的是让有关领导**感觉到效果**
- 第四节：服务标准
- 在培训计划阐释中要反复提到部门经理们的目标。在‘他们的’办公室谈‘他们的’问题
- 为了认清部门及个人的需求而会见
- 第五节：培训营销
- 在企业内部的报纸上撰写文章。
- 向所有部门发布培训信息。

案例：一份近乎完美的培训计划

说明

本大纲为初步方案，通常情况下会在培训前与客户做进一步沟通，根据具体情况调整成最符合实际情况的个性化方案。