

# 《一天成课：三步九段式业务课程开发》

主讲：陈小洪老师

## 【课程背景】

你是否曾遇到这样的困境？

企业内部课程开发从筹备到落地，耗时数月，可等到课程上线，业务需求早已“变天”，员工学的内容早已“过时”，培训效果大打折扣。这背后的原因是什么？

是我们的课程开发流程太复杂，还是开发人员与业务部门沟通不畅？或是缺乏快速响应变化的工具和方法？

业务类课程开发与人才发展类课程开发最大的不同在于速度、量轻和敏捷性。业务类课程需要快速开发、快速迭代，以及时满足业务需求；而人才发展类课程则更注重系统的知识体系和长期的人才培养。那么，如何才能让课程开发像业务发展一样“敏捷”呢？如何让课程内容紧跟业务变化，真正服务于业务呢？

本课程就是为了解决这些问题而设计的。它采用敏捷开发理念，将课程开发过程分解为多个小步骤，每个步骤快速迭代，确保课程内容及时更新，满足业务需求。课程以实际业务场景为驱动，确保课程内容与实际工作紧密结合，提升课程的实用性和针对性。同时，课程还提供了一系列高效的课程开发工具，如经验萃取模板、场景化学习课程设计流程等，帮助课程开发人员快速完成课程开发。通过实际案例分享和实战练习，课程帮助学员掌握课程开发的实战技巧，提升课程开发能力。

让我们一起探索如何快速开发出贴合业务需求的课程，让培训真正为业务赋能！

## 【课程收益】

1. 掌握快速调研业务需求的方法，精准挖掘关键任务和典型场景。
2. 学会运用敏捷开发理念，高效构建课程框架，确保课程内容与业务紧密结合。
3. 熟悉多种教学方法与课程内容的适配技巧，提升课程的吸引力和实用性。
4. 掌握课程落地验证的方法，确保课程真正解决业务痛点，推动业务改进。

## 【课程对象】

企业内训师、培训负责人

## 【课程时间】

2天（6小时/天）

## 【课程大纲】

### 前言

【思考】业务课程与其他课程开发的区别

#### 1. 你接到最紧急的课程开发需求是多长时间？

【举例】某企业遭遇竞品突然降价，销售团队需在48小时内完成《价格异议应对策略》课程开发，你会怎么做？

### 模块一：聚焦痛点，洞察销售培训“真需求”

【思考】销售课程是否需要做调研？

#### 一、快速调研：挖掘真实业务需求

##### 1. 如何分析业务场景，找到关键任务和典型场景？

###### ◇ 业务痛点四维度调研法

- 岗位视角：员工的困难（如，成单障碍-“不会挖需”“不会处理价格异议”）
- 客户视角：高频拒绝话术
- 管理视角：期望成果及衡量标准

- 业务视角：影响季度 KPI 的关键销售动线
2. 如何进行有效的调研，获取有价值的信息？

- ◇ 调研工具
- 常用调研工具
- ◇ 快速访谈技术
- 聚焦关键任务：5W2H 追问法
- 聚焦典型场景：STAR 访谈
- 工作痛点诊断：不是而是提问法

【落地工具】《业务问题速查清单》

【角色演练】分组选择 1 个业务场景，分组进行模拟访谈，提炼 3 个关键问题

## 二、精准定位：明确课程目标

1. 你希望通过这门课程解决什么具体问题？

- ◇ 销售课程目标价值定位三角
- 能力缺口 vs. 当前水平 vs 目标水平
- 业务价值轴：紧急性×影响度
- ROI 验证：投入时间→预期产出

2. 三类销售课程目标定位

- ◇ 新员工培养课程
- ◇ 问题解决课程
- ◇ 提升类课程

3. 撰写课程培训目标

- 课程核心目标输出：ABCD 模型

【课堂实践】用 ABCD 模型写出《价格异议应对策略》课程目标

## 三、需求转化：构建开发输入

1. 需求清单→课程模块映射表

- ◇ 痛点→知识点对应关系
- ◇ 目标→评估指标映射
- ◇ 工具：《需求转化矩阵》

## 模块二：业务课程，以赋能业务为中心

【思考】如何让销售课程内容“即学即用”？

### 一、课程开发：教什么？

1. 课程选题规范：课程选题不是拟定课程标题名称

- ◇ 课程主题三步聚焦
- 学习对象
- 任务情景
- 痛点问题
- ◇ 课程名称提炼
- 3+2 主副标题提炼方法

【课堂实践】完成自己课程的标题优化

2. 销售课程框架搭建：如何让学员易于理解和记忆课程知识？

- ◇ 金字塔课程逻辑框架搭建
- ◇ 微课的 PRM 模式
- 问题呈现-原因分析-解决方案

- ◇ 思维导图工具使用
- 3. 内容设计：如何从复杂的内容中提炼干货？
  - ◇ 课程内容与素材的四个来源
  - ◇ 干货三要素：理论+案例+工具
    - 三种提炼的方法
    - 「知识漏斗」萃取工具
- 4. 课程内容的教学过程设计
  - ◇ 三类课程教学方法设计
    - 知识类→记忆口诀+在线测试
    - 技能类→角色扮演+视频回放
    - 态度类→案例研讨+承诺书签署
- 5. 如何设计一个场景化学习课程
  - ◇ 核心原则：从业务里来到业务中去
  - ◇ 精准定位：三个维度聚焦业务痛点
  - ◇ 深度设计：三层激活成果信息痒点
  - ◇ 关键保障：工具设计促进培训落地转化
  - ◇ 场景化学习课程常见误区

【课堂实践】完成自己课程的标题优化

【案例分析】零售门店服务质量提升课程开发

【落地工具】《高效业务课程开发工具》

## 二、课程设计：怎么教？

【思考】你认为哪种教学方法的选择应该是匹配讲师风格，还是匹配课程内容？

1. 课程内容分类
  - ◇ 知识类：传递信息帮助学员理解
  - ◇ 技能类：侧重实践能力的培养，提升执行能力
  - ◇ 心态类：情感驱动提升素养
2. 不同内容如何匹配教学方法？
  - ◇ 常用的经典的教学方法
    - 讲授法——由单向讲解到双向互动
    - 演示教学——让技能更直观
    - 角色扮演——让学习贴近真实工作场景
    - 案例教学——三类案例设计法
  - ◇ 不同课程内容与教学方法的适配
    - 不同教学方法对学习的刺激程度
  - ◇ 课程内容的教学过程设计
    - 知识层：FABE 标准化工具
    - 技能层：情景演练设计
    - 行为层：n 天落地跟踪表 (ToDoist)
    - 高转化课程设计模型：3+2 赋能模型

## 三、课件制作：多元效果呈现方式解析

【思考】效果呈现只有 PPT 一种方式吗？

1. 常见课件呈现形式概述
  - ◇ PPT 课件：最传统且常用的呈现形式，以图文结合方式展示课程内容。
  - ◇ 视频课件：通过动态画面、音效、字幕等元素组合，提升传播效率。

◇ 数字人口播课件：利用数字技术生成人物进行课程讲解，增强课程吸引力与感染力。

## 2. 不同呈现形式的制作要点

- ◇ PPT 课件制作技巧
  - 销售 PPT 三大铁律
- ◇ 视频课件制作流程
- ◇ 数字人口播课件制作方法

## 3. 不同呈现形式的选择

- ◇ 选择依据
  - 课程内容类型
  - 受众特点
  - 制作成本与时间

【案例分析】销售技巧课程，采用视频呈现实际销售场景演练，搭配 PPT 总结关键知识点，加深学员理解。

## 模块三：落地验证，课程输出成果

【思考】如何验证课程内容是否真正解决了业务痛点？/如何证明培训真正提升了业绩？

### 一、课程开发落地验证

1. 落地验证四步法
  - ◇ 反应层：课后满意度调查
  - ◇ 学习层：关键能力自测题
  - ◇ 行为层：n 天行为改变跟踪表
  - ◇ 结果层：KPI 对比报告
2. 课程落地：推动业务改进
  - ◇ 业务改进计划
  - ◇ 持续跟进与反馈

### 二、案例实战

1. 案例实战任务
  - ◇ 选择以下 1 个任务完成：
    - 新课开发：为"520 促销活动"设计 1 门 30 分钟课程（需含工具包）
    - 旧课升级：将现有课程嵌入真实业务场景（需增加 1 个工具）
2. 交付标准：
  - ◇ 课程标题+目标（ABCD 模型）
  - ◇ 关键内容结构图（含 1 个业务场景）
  - ◇ 1 个转化工具（口诀卡/评分表等）

### 三、课程总结

1. 知识点回顾
2. 行动计划
3. 课后作业