# 产品经理核心管理技能提升与策略强化训练（精选五篇）

来源：网络 作者：无殇蝶舞 更新时间：2025-02-15

*第一篇：产品经理核心管理技能提升与策略强化训练产品经理核心管理技能提升与策略强化训练2024年11月13--14日（深圳）2024年11月18--19日（上海）2024年12月23--24日（深圳）2024年12月30--31日（上海）=...*

**第一篇：产品经理核心管理技能提升与策略强化训练**

产品经理核心管理技能提升与策略强化训练

2025年11月13--14日（深圳）

2025年11月18--19日（上海）

2025年12月23--24日（深圳）

2025年12月30--31日（上海）

=============== ◆主办单位：中 华 创 世 纪 企 业 培 训 网

◆参课对象:企业CEO/总经理、研发总监、产品线总监、研发经理/项目经理/技术经理/产品经理、研发项目经理等

◆标准费用：2600元/人（含培训、指定培训教材、午餐、茶点费等）=============== 课程背景

施振荣先生的微笑曲线给了我们很好的启示，各行各业都深刻地认识到单纯的加工和制造已经不能支撑企业健康地生存下去了！必须要有突破！产品经理负责制！“兵熊熊一个，将熊熊一窝”！当一个企业从单一产品线向多产品线跨越的时候，必须突破的一个瓶颈就是公司产品经理的培养，因为产品经理是公司价值链中最重要的一个环节，是直接面向客户、带领团队创造价值的领军人物，因此产品经理个人及其所率领的团队的能力往往决定了该产品在市场上的竞争力。

业界关于产品经理的定位属于“见仁见智”，真正意义的产品经理，我们把其定位成：从产品创意的产生，到组织团队开发出来，直至产品上市后的生命周期管理阶段终止（终止生产、终止销售 & 终止售后服务）。按此方式定义的话，很多企业通常有如下困惑：

1、产品经理如何定位？究竟定位在市场还是研发？

2、产品经理和项目经理如何分工，区别何在？

3、市场管理流程和市场需求管理流程该如何进行？

4、在产品开发过程中，产品经理该承担什么样的责任？

5、新产品上市，究竟是一个特定的点？还是“组合拳”？

6、产品经理如何管理整个团队？KPI指标有哪些？

7、如何培养这么重要的“领军人物”？ =============== 培训收益

1、分享多家企业研发管理咨询的专业经验，通过现场的互动帮助学员理清适合的产品管理的方案

2、掌握研发的价值链，研发价值创造、价值评价和价值分配的各环节的重点

3、通过实战演练方式掌握市场管理的方法及市场需求管理体系的搭建

4、了解产品规划的输出过程

5、了解产品经理在产品开发团队中承担的职责

6、掌握新产品上市的组合拳打法

7、掌握产品团队的管理方法

8、了解产品经理的定位、素质要求及对产品经理的培养途径

9、分享讲师20 多个咨询项目的绩效管理的案例资料（模板、表格、样例„„），使得学员参训后回到自己的公司能够很好实践 =============== 课程大纲

一、产品经理管理业界最佳模式及案例分析

1.打造全方位的产品经理

2.3.4.5.6.7.二、1.2.3.对产品经理的建议 产品管理的业界最佳模式 案例研讨：《成长的烦恼》 业界产品经理存在的不足 产品经理和项目经理的区别何在？如何定位？ 产品经理在矩阵式组织结构中的运作模式及跨部门产品团队简介 核心管理技能之：做正确的事情-新产品的市场管理 市场管理方面通常存在的典型问题分析 市场管理流程和产品开发流程之间的关系 市场管理流程：

a)如何正确地理解市场

\*PEST

\*竞争五力模型

\*SWOT

\*„„

b)市场细分

\*市场细分的原因分析

\*演示：《市场地图》

\*市场细分“七步成诗”

\*FAB E分析

\*演示：《细分市场简介》

c)产品的组合分析

\*SPAN

\*FAN

\*产品组合分析的业务定位

\*安索夫矩阵

\*产品路标规划的方法和流程

\*演示：《路标规划的生成过程》

\*演示：《路标规划的评审要素表》

d)业务计划书

\*演示：《业务计划书模板》（含Word及PPT格式）

4.市场需求管理流程：

a)市场需求管理流程的简介

b)KANO模型

c)收集需求的方法

\*演示：《需求说明书》

\*需求收集制度

d)用户访谈：抽象之梯法

\*客户陈述－需求描述

\*需求整理：亲和图法

\*客户需求的评估方法：＄APPEALS、层次分析法

\*演示及演练：某案例公司的＄APPEALS要素

三、核心管理技能之：按照正确的方法做事-新产品的开发管理

1.市场管理和产品开发管理的衔接方式

\*演示：《项目任务书》

2.业界最佳产品管理团队的层次

3.咨询项目演示：结构化的产品开发流程及产品经理在每个阶段的工作重点

4.监控项目的方法：四级计划体系、项目报告机制、敏感性分析等

四、核心管理技能之：新产品的上市管理组合拳

1.上市的概念及包括的支撑业务

2.演示：结合产品开发流程图分享上市的组合拳管理：制定发布策略（计划）、进行发布准备、正式发布（拟制发布信/发布公告）、编写发布总结

3.新产品上市的“1·5·1”策略

4.演练：产品销售的一纸禅

5.产品上市效果评估

五、核心管理技能之：产品经理如何管理整个产品团队

1.产品经理常用管理方法

a)时间管理

b)二八原则

c)木桶原理

d)鱼骨图

e)AHP

f)5W2H

g)SMART

2.如何辅导不同类型的团队成员

3.演示：某公司研发高层的KPI指标

4.产品经理的KPI指标

a)演示：《产品经理的KPI指标说明书》

b)演示：《研发团队的KPI指标》

六、产品经理的职责与素质模型

1.产品经理的主要工作职责

2.演示：《产品经理职位说明书》

3.产品经理的素质模型

4.产品经理的能力模型

5.产品经理的任职资格标准

a)演示：《产品经理岗位能力评级表》

b)演示：《产品经理岗位标干设定》

6.演示：某公司《产品经理工作手册》

七、产品经理的培养

1.常用的产品经理培养方法：岗位轮换、自我批判、导师制、参加学习

2.正式的产品经理培养方法――资源池

3.什么叫资源池

a)建立资源池的目的b)资源池建立的原则

c)资源池的运作流程

\*产品经理的筛选

\*产品经理的面试

\*产品经理候选人的培养

\*演示：《产品经理培训课程清单》

\*候选人的释放

4.资源池的运作机构及职责

5.资源池工作推进的三个步骤及计划模板

a)启动阶段

b)发明阶段

c)推行阶段 =============== 讲师顾问介绍

张永杰研发管理资深顾问

◆教育背景及曾任职务：

==>教育背景：西安交通大学 工学学士、管理学硕士，1999年硕士毕业后先后任职于HW & 迈瑞。==>曾任职务：项目经理、项目管理部副经理、产品经理等

◆工作经验：

实战派研发管理专家，长期受邀于广东省企业联合协会、深圳高新技术产业协会等行业协会，主讲研发管理类的课程。

多年高科技企业产品研发和研发管理、产品管理工作经历，先后担任过项目经理、项目管理部副经理及产品经理等职位，在长期的研发管理实践中积累了丰富的技术和管理经验。

在国内某知名通信企业（HW）工作期间（1999.06-2025.01），先后从事产品开发、项目管理和市场营销策划等工作，并作为推行组成员与国际研发管理顶尖咨询顾问在研发及售后服务系统推动公司级研发管理变革。

在某生物医疗设备公司（迈瑞）工作期间（2025.02-2025.04），担任研发管理部副经理，任职期间有针对性地将研发管理的业界最佳实践同公司现状相结合，全面建立并优化研发管理体系。同时兼任内部讲师，具有丰富的研发管理实战经验。

后从事研发管理咨询，先后作为项目核心成员和项目经理成功完成了近20个研发管理咨询项目体系的建设和落地（含市场需求与产品规划、产品开发流程体系、研发项目管理体系、研发人力资源等模块），在产品开发流程设计、研发项目管理和体系推行方面具有丰富的咨询经验。

◆研发管理咨询：主要参与及负责的项目如下：

==>中国电子科技集团公司第七研究所（广州，军品）研发管理体系咨询：参与了该咨询项目的现状调研、产品规划流程体系设计、产品开发流程体系设计、试验局流程设计、产品工程更改流程设计、新器件选型流程设计、知识管理体系设计、中试业务管理体系梳理、研发IT规划、研发项目管理体系设计、研发绩效管理体系设计、研发KPI体系设计，已结项。

==>广州威创股份（VTRON，经过研发管理的梳理后目前已经在国内中小板上市）的研发管理咨询：参与该咨询项目的现状调研、产品规划流程体系设计、产品开发流程体系设计、产品工程更改流程设计、研发项目管理体系设计等，已结项。

==>深圳国人通信有限公司（网络优化、RF模块、3G模块/系统）研发管理体系咨询项目（研发流程体系、研发项目管理体系、研发质量管理体系），任项目组成员，已结项。

==>深圳艾伯资讯研发管理咨询（RFID）：主导了该咨询项目的现状调研、产品规划流程体系设计、产品开发流程体系设计、产品工程更改流程设计、研发项目管理体系设计等，任项目经理，已结项。

==>TCL集团家庭网络事业部（DVD产品）研发管理咨询：主导了该咨询项目的现状调研，参与市场需求管理及产品规划模块，主导产品开发流程设计。该项目已于2025年5月份结项。

==>厦门敏讯信息技术股份有限公司（通信设备）研发管理咨询：作为项目经理主导该项目的市场管理、产品规划、开发流程及研发项目管理模块，该项目已于2025年3月份结项

==>上海宝钢股份有限公司研发财经管理咨询项目：作为项目经理主导研发投资决策管理体系、研发预算及核算管理体系、产品设计成本管理体系、产品生命周期成本管理体系和研发投资管理考核体系等模块的搭建及推行，该项目已于2025年4月份结项

==>北京天碁科技有限公司（为3G手机提供芯片）研发管理咨询项目：作为项目经理主导研发流程、市场管理、研发绩效管理、商业决策等模块，该项目已于2025年7月份结项。

==>上海艾帕电力电子股份有限公司研发管理体系咨询项目：作为项目经理主导研发流程、研发项目管理及研发绩效管理等模块，该项目已于2025年7月份结项。

==>深圳创维RGB电子有限公司产品链管理体系咨询项目：作为项目经理主导研发流程、研发项目管理及产品规划等模块，目前正在进行中。

=============== ●培-训-报-名-中-心:

深 圳 报 名 电 话：０７５５--８１２６２９７８８１２６７２７８

上 海 报 名 电 话：０２１--２５９７６８３１

联 系 人：万先生 陈先生 王小姐

===============

产品经理核心管理技能提升与策略强化训练

----报 名 回 执 表----

上海与广州总部传真:０２０--３９９５７３２１ 深圳传真:０７５５--８１２６２９７８

參會企業名稱：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_參加人數：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_人

聯 系 人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 聯繫電話：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_聯繫傳真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

移動電話：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 電子郵箱：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_費用總計：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元

參會人一：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 所任職務：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 移動電話：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

參會人二：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 所任職務：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 移動電話：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

參會人三：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 所任職務：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 移動電話：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

參會人四：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 所任職務：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 移動電話：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

參會人五：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 所任職務：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 移動電話：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

參會人六：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 所任職務：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 移動電話：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

付款方式：（請選擇打“√”）□

1、電匯 □

2、轉帳□

3、支票□

4、現金

请您选-择参-会-地-点：（请选择打“√”）口上海口深圳

备注:

1.请您把报名回执认真填好后回传我司，为确保您报名无误,请您再次电话确认!

2.本课程可根据企业需要组织内训。

**第二篇：跟单员核心工作技能提升与策略强化训练**

跟单员核心工作技能提升与策略强化训练

2025年

2025年

2025年

2025年3月3月5月5月13--14日（上 海）20--21日（深 圳）21--22日（上 海）28--29日（深 圳）

======================== ◆主办单位：中 华 创 世 纪 企 业 培 训 网

◆参课对象：企业的跟单、业务、采购、生管人等专职人员，以及厂长、总监、经理等干部，尤其适合制造型企业的业务副总经理带领管理干部集体参会。如课后能在总经理的主导下召开研讨会议，针对现状进行分析、对策，对于提升跟单水平，提高运作效率，促进客户满意等，都会收到很好的效果。

◆标准费用：2100元/人（含培训、指定培训教材、2天午餐、茶点费等）

◆认证费用：500元／人（参加认证考试的学员须交纳此费用，不参加认证考试的学员无须交纳此费用）。

◆说明：凡希望参加认证的学员，在培训结束后参加认证考试并合格者，颁发“香港培训认证中心国际职业资格认证中心ＨＫＴＣＣ”《国际注册助理外贸营销管理师（跟单管理方向）》职业资格证书。（国际认证／全球通行／雇主认可／联网查询）。（课程结束１０日内快递给学员）。

● 课程特色

内容源于讲师多年实际工作经验，系统、全面、条理清析、通俗易懂、实操性强，是跟单工作最系统实用的课程之一。风格是深入浅出，集知识性、趣味性与活泼性于一起。形式包括：讲授、图示、多媒体教学、对话、互动、案例、客户代表

========================◇课程背景curriculum background

========================市场已经变得越来越残酷无情！交期短，品种多，批量小，同质化，价格下滑，成本上升，品质严格，操作无序，订单易变，客户挑剔，拖欠货款，贸易保护，产权纷争等等，都成了阻碍业务进一步发展的堡垒。在这样日趋严峻的形势面前，企业应该整合运作流程，发挥优势资源，培养员工队伍，先把接到的订单做好，然后，再谋图拓展市场，寻求进一步发展。

本课程讲述了跟单管理工作的实施纲要，针对企业普遍存在的跟单问题，结合典型案例，有针对性地进行培训，使您理解精髓，掌握方法，汲取经验，是跟单员和经理人职业化训练的首选课之一。

======================== ◇培训收益training income

======================== 理解跟单的内涵，掌握跟单管理的必备技能；

通晓高级跟单方法，掌握订单接收、评审、发放、跟踪和完成的能力；

让跟单人员掌握管理企业的原则、特点和技法；

能够运用专业职能，有效交流、沟通问题，协调处理生产运作事务；

理顺部门之间的关系，掌握生产、品质、交期、成本的协调处理能力；

有效管理客户、供应商与企业的关系，提高供应链的整体素质。

========================◇讲师资历lecturer synopsis

★主讲专家：李广泰先生

李广泰先生《杰出跟单员》工作手册编著人、中国跟单员培训实战专家，粤港台企业管理研究中心理事长，工学硕士，高级工程师，清华大学深圳研究院MBA，先后在美、日、韩资外企，台港独资企业从事管理工作多年，历任工程部工程师、现场主管、品质经理、生产副总等职务，在十数载企管一线的摸爬滚打中积累了丰富的管理经验，尤其深谙工厂生产、品质、工程方面的管理运作，对跨国公司输入的管理思想颇有研究，形成了独具特色的实干型制造企业管理方法和体系。

李先生将历时十多年积累起来丰富的生产制造与管理经验，进行浓缩升华，于2025-2025年间，先后出版了《杰出跟单员》、《品质/生产/工程„„部门主管跟我学》系列丛书、《电子行业ISO9001：2025实施技法与案例》、《卓越品质管控》、《生产现场管控》、《仓储与物料管控》等书籍，受到企业界的高度重视并给予了极高的评价。李先生实践经验丰富、讲授过程列举大量案例、特别强调实用性和可操作性，深受听课人员的好评和尊敬.至今李先生为满足企业的实际需要，在全国各地成功举办了百多场讲座，授课人数达到万多人次，并为数百家企业提供过管理咨询和顾问服务。

========================◇课程大纲curriculum introduction

========================◆跟单员的工作核心

跟单员角色定位，定义、工作核心、职责、组织、任务、业绩、使命

跟单工作特性，边缘性、广泛性、机密性、敬业为本

跟单员资格，内部资格管理，行业内的四种形象代表

跟单模式，跟单流程，五项工作原则

实施跨部门跟单的要诀，打造跟单执行力

跟单的主要对象，跟什么？三大要素

如何面对四种人和另类

有效克服八大怪象

跟单员业绩考核，考核表、方法、激励

游戏：哈佛的管理法则

◆跟单员处理订单的能力

优质单，急单，标准订单格式，输出与输入的订单

没差错接收客户的正式订单

协议、合同、客户要求，订单评审与输出

要不要插单？插单原则、方法

如何管理P/O、ot

与订单关联的原产地政策、产品认证、通关政策

JIT、VMI

跟单工作展开流程

案例：如何防止“铲单”

◆跟单员管理工厂的技能

计划决定执行，4M1E要素、程序、制度、企业文化

APQP、新产品跟踪管理，产品技术指标、图纸、文件、零件规格书

pmc，如何制定生产计划

如何督促物料到位，控制生产进度

各阶段品质控制，IQC、IPQC、QC、TQC、FQC、QA、OQC、码头检验求

产量，效率，生产节拍，统计分析生产数据

如何协调处理生产异常问题

PSI，产供销失调的症状、原因与对策

两种决定的比较

案例：WM如何管理供货工厂

◆出口型企业跟单模式

接收客户正式订单，信用证

三种样板管理，签板、首件认可、确认

工厂物料的需求计划，生产计划安排，跟进生产实施

供应商管理，开发、策划、控制、跟进、改善，送货、验收、接纳、退货、返补

外协作、外包方管理，发货前的准备工作

完成后的统计分析

贸易陷阱，延迟交期处理，紧急质量事故处理，快速响应、反应

案例：差之毫厘，失之千里

◆跟单工作礼仪

礼仪规则，礼仪的作用

相由心生，特殊而重要的礼仪

不同国家、地域的礼仪差异

◆跟单员的客户关系管理

定位客户、服务和满足顾客

客户关系表现形式，平均客龄

客户审核工厂的流程、对策，改善和预防措施

开拓客户的渠道，如何帮客户赚钱

赢得客户忠诚的方法

合作愉快是基础

留下值得怀念的背影

客户的心是企业最大的资源

案例：满意度一分钱不值

◆跟单工作策略

抓住主线，以不变应万变，举一反三

透过细节，掌握信息，杜绝死角

写一份有价值的报告，简洁而有效

善用开会解决问题，必要的会议，有会有议

识别并锁定异常

规范化与格式化的工作有助于跟单

看板与目视管理，公开透明的管理法则

工作目标与目的，不要“为人作嫁”

责任是猴子，善待工作，善待自己

三三制、管理制衡、危机意识、自主管理，不同级别关系管理的策略

案例：数码思维模式的《业务通报》

◆跟单工作工具

管理工具的妙用，跟单的八大工具

PDCA、流程图、时间管理法、计划法、甘特图、头脑风暴法、FMEA

过程、程序、规范化、标准化、效率公式

新老QC七大手法，5Why、8D、CAR、8D

◆跟单工作能力提升培养

沟通能力，组织结构图，汇报与指挥，越权管理

与顾客沟通的技巧

判断能力，经常保持九个危机意识

评价能力，五项工作评鉴

实战能力，五种勇气，五种习惯，五个要求

承受能力，练就心理素质

经典案例分析

◆互动，自由问答

主要工作任务

遇到的问题

老的方式

检讨原因

跟单方法—提醒

改善后的方式，改善效果

◆互动，自由问答

参考书籍《杰出跟单员》、《接单与跟单实操细节》

========================●培-训-报-名-中-心:

深 圳 报 名 电 话：０７５５--８１２６２９７８８１２６７２７８

上 海 报 名 电 话：０２１--２５９７６８３１

联 系 人：万先生 陈先生 王小姐

========================

跟单员核心工作技能提升与策略强化训练

----报 名 回 执 表----

上海与广州总部传真:０２０--３９９５７３２１ 深圳传真:０７５５--８１２６２９７８

參會企業名稱：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_參加人數：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_人

聯 系 人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 聯繫電話：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_聯繫傳真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

移動電話：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 電子郵箱：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_費用總計：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元

參會人一：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 所任職務：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 移動電話：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

參會人二：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 所任職務：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 移動電話：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

參會人三：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 所任職務：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 移動電話：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

參會人四：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 所任職務：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 移動電話：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

參會人五：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 所任職務：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 移動電話：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

參會人六：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 所任職務：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 移動電話：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

付款方式：（請選擇打“√”）□

1、電匯 □

2、轉帳□

3、支票□

4、現金

请您选-择参-会-地-点：（请选择打“√”）3月口上海口深圳5月口上海口深圳 备注:

1.请您把报名回执认真填好后回传我司，为确保您报名无误,请您再次电话确认!

2.本课程可根据企业需要组织内训。

**第三篇：跟单员核心工作技能提升与策略强化训练(2025)**

跟单员核心工作技能提升与策略强化训练

2025年5月19--20日（深 圳）

2025年5月26--27日（上 海）

======================== ◆主办单位：华 晟 培 训

◆参课对象：企业的跟单、业务、采购、生管人等专职人员，以及厂长、总监、经理等干部，尤其适合制造型企业的业务副总经理带领管理干部集体参会。如课后能在总经理的主导下召开研讨会议，针对现状进行分析、对策，对于提升跟单水平，提高运作效率，促进客户满意等，都会收到很好的效果。

◆标准费用：原格：2600元/人，特价：1800/人 不再折扣，额满即止，欢迎团队报名参加！（含培训、指定培训教材、2天午餐、茶点费等）

========================◇课程背景curriculum background

========================市场已经变得越来越残酷无情！交期短，品种多，批量小，同质化，价格下滑，成本上升，品质严格，操作无序，订单易变，客户挑剔，拖欠货款，贸易保护，产权纷争等等，都成了阻碍业务进一步发展的堡垒。在这样日趋严峻的形势面前，企业应该整合运作流程，发挥优势资源，培养员工队伍，先把接到的订单做好，然后，再谋图拓展市场，寻求进一步发展。

本课程讲述了跟单管理工作的实施纲要，针对企业普遍存在的跟单问题，结合典型案例，有针对性地进行培训，使您理解精髓，掌握方法，汲取经验，是跟单员和经理人职业化训练的首选课之一。

======================== ◇培训收益training income

======================== 理解跟单的内涵，掌握跟单管理的必备技能；

通晓高级跟单方法，掌握订单接收、评审、发放、跟踪和完成的能力；

让跟单人员掌握管理企业的原则、特点和技法；

能够运用专业职能，有效交流、沟通问题，协调处理生产运作事务；

理顺部门之间的关系，掌握生产、品质、交期、成本的协调处理能力；

有效管理客户、供应商与企业的关系，提高供应链的整体素质。

========================◇讲师资历lecturer synopsis

★主讲专家：李广泰先生

李广泰先生《杰出跟单员》工作手册编著人、中国跟单员培训实战专家，粤港台企业管理研究中心理事长，工学硕士，高级工程师，清华大学深圳研究院MBA，先后在美、日、韩资外企，台港独资企业从事管理工作多年，历任工程部工程师、现场主管、品质经理、生产副总等职务，在十数载企管一线的摸爬滚打中积累了丰富的管理经验，尤其深谙工厂生产、品质、工程方面的管理运作，对跨国公司输入的管理思想颇有研究，形成了独具特色的实干型制造企业管理方法和体系。

李先生将历时十多年积累起来丰富的生产制造与管理经验，进行浓缩升华，于2025-2025年间，先后出版了《杰出跟单员》、《品质/生产/工程„„部门主管跟我学》系列丛书、《电子行业ISO9001：2025实施技法与案例》、《卓越品质管控》、《生产现场管控》、《仓储与物料

管控》等书籍，受到企业界的高度重视并给予了极高的评价。李先生实践经验丰富、讲授过程列举大量案例、特别强调实用性和可操作性，深受听课人员的好评和尊敬.至今李先生为满足企业的实际需要，在全国各地成功举办了百多场讲座，授课人数达到万多人次，并为数百家企业提供过管理咨询和顾问服务。

========================◇课程大纲curriculum introduction

========================◆跟单员的工作核心

跟单员角色定位，定义、工作核心、职责、组织、任务、业绩、使命

跟单工作特性，边缘性、广泛性、机密性、敬业为本

跟单员资格，内部资格管理，行业内的四种形象代表

跟单模式，跟单流程，五项工作原则

实施跨部门跟单的要诀，打造跟单执行力

跟单的主要对象，跟什么？三大要素

如何面对四种人和另类

有效克服八大怪象

跟单员业绩考核，考核表、方法、激励

游戏：哈佛的管理法则

◆跟单员处理订单的能力

优质单，急单，标准订单格式，输出与输入的订单

没差错接收客户的正式订单

协议、合同、客户要求，订单评审与输出

要不要插单？插单原则、方法

如何管理P/O、ot

与订单关联的原产地政策、产品认证、通关政策

JIT、VMI

跟单工作展开流程

案例：如何防止“铲单”

◆跟单员管理工厂的技能

计划决定执行，4M1E要素、程序、制度、企业文化

APQP、新产品跟踪管理，产品技术指标、图纸、文件、零件规格书

pmc，如何制定生产计划

如何督促物料到位，控制生产进度

各阶段品质控制，IQC、IPQC、QC、TQC、FQC、QA、OQC、码头检验求

产量，效率，生产节拍，统计分析生产数据

如何协调处理生产异常问题

PSI，产供销失调的症状、原因与对策

两种决定的比较

案例：WM如何管理供货工厂

◆出口型企业跟单模式

接收客户正式订单，信用证

三种样板管理，签板、首件认可、确认

工厂物料的需求计划，生产计划安排，跟进生产实施

供应商管理，开发、策划、控制、跟进、改善，送货、验收、接纳、退货、返补

外协作、外包方管理，发货前的准备工作

完成后的统计分析

贸易陷阱，延迟交期处理，紧急质量事故处理，快速响应、反应

案例：差之毫厘，失之千里

◆跟单工作礼仪

礼仪规则，礼仪的作用

相由心生，特殊而重要的礼仪

不同国家、地域的礼仪差异

◆跟单员的客户关系管理

定位客户、服务和满足顾客

客户关系表现形式，平均客龄

客户审核工厂的流程、对策，改善和预防措施

开拓客户的渠道，如何帮客户赚钱

赢得客户忠诚的方法

合作愉快是基础

留下值得怀念的背影

客户的心是企业最大的资源

案例：满意度一分钱不值

◆跟单工作策略

抓住主线，以不变应万变，举一反三

透过细节，掌握信息，杜绝死角

写一份有价值的报告，简洁而有效

善用开会解决问题，必要的会议，有会有议

识别并锁定异常

规范化与格式化的工作有助于跟单

看板与目视管理，公开透明的管理法则

工作目标与目的，不要“为人作嫁”

责任是猴子，善待工作，善待自己

三三制、管理制衡、危机意识、自主管理，不同级别关系管理的策略

案例：数码思维模式的《业务通报》

◆跟单工作工具

管理工具的妙用，跟单的八大工具

PDCA、流程图、时间管理法、计划法、甘特图、头脑风暴法、FMEA

过程、程序、规范化、标准化、效率公式

新老QC七大手法，5Why、8D、CAR、8D

◆跟单工作能力提升培养

沟通能力，组织结构图，汇报与指挥，越权管理

与顾客沟通的技巧

判断能力，经常保持九个危机意识

评价能力，五项工作评鉴

实战能力，五种勇气，五种习惯，五个要求

承受能力，练就心理素质

经典案例分析

◆互动，自由问答

主要工作任务

遇到的问题

老的方式

检讨原因

跟单方法—提醒

改善后的方式，改善效果

◆互动，自由问答

参考书籍《杰出跟单员》、《接单与跟单实操细节》

========================跟单员核心工作技能提升与策略强化训练

----报 名 回 执 表----

參會企業名稱：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_參加人數：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_人

聯 系 人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 聯繫電話：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_聯繫傳真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

移動電話：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 電子郵箱：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_費用總計：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元

參會人一：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 所任職務：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 移動電話：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

參會人二：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 所任職務：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 移動電話：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

參會人三：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 所任職務：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 移動電話：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

深圳市华晟企业管理咨询有限公司

\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*

培训费用：提前报名优惠，如需住宿，会务组可统一预定,费用自理。报名咨询：0755-862224\*\*\*19敖老师

邮箱：aojunwen@163.com

在线 Q Q：476304896（欢迎添加，以便交流）

参加方式：填写并回执报名表-->发出会务确认函-->转帐或现场付款

备注：如课程已过期，请登录查询最新课程安排

1.收到贵司报名信息后，我们将第一时间和贵司参会联系人进行确认；

2.在开课前一周，我们有专人给贵司发送参加培训的确认函，上面有培训报到指引，以及详细的上课地址和路线图；

3.此课程也可以安排企业内训，欢迎来电咨询及申请排期；

4.如对此课程有任何疑问，欢迎拨打电话向我们咨询。

**第四篇：销售经理、市场经理核心技能提升**

销售经理、市场经理核心技能实战训练 2025年10月23-24日 上 海

2025年11月06-07日 深 圳

2025年11月20-21日 北 京

…………………………………………………………………………………………………… 如果不想收到邮件，请发Tuidin001@126.com主题“退订”，你将不再收到我们邮件，谢谢！…………………………………………………………………………………………………… 举 办 单 位：希格玛管理培训网www.xgmpx.c o m

（本课程可入驻企业提供内部培训,效果更佳）

适 合 对 象：总经理、营销副总、大客户经理、大区经理/区域经理、渠道经理、市场总监、品牌经理等； 学习费 用：2800/人（包括资料费、午餐及上下午茶点等）

全国咨询电话（免长途费）： 4006891898

深圳电话:0755--82121728

上海电话：0 2 1--51028491

北京电话：0 1 0--51669582Q Q咨询报名：413904638

……………………………………………………………………………………………………

【课-程-介-绍】

突如其来的一场金融海啸席卷全球，所到之处，经济萧条，需求萎缩，市场陷入困境，连北电、摩托罗拉等“大佬级”企业也无一幸免受重创。疾风扫荡知劲草，严冬料峭见春色。2025年，是经济复苏的一年，也是企业重整战略方向，寻求突围的一年。“企业发展，营销是龙头；营销发展，团队是关键”，这是很多企业的共识，但是在今年尤其具有重要的意义，能否在严峻的市场困境下突围，急需一批具有明锐思维的营销带头人以及一支骁勇善战的销售精英队伍。正如一句广泛流传的话：成功的企业，一般都有高效的团队；失败的企业，一定能在销售团队中找到根源。如何提高自身的领导技能，如何打造一支卓越的销售团体？这是令大多数管理者向往却又头痛的事情。以往的培训更多地停留在激励团队士气，加强凝聚力，宣扬团队文化等层面，显然已不能满足严峻经济形势下的挑战。

本课程以讲师自身服务的几家财富500强企业在华发展经历为基础,以培养优秀营销管理人员为目标，系统地分析销售及市场的各个环节的特点、策略、技巧，旨在提高销售人员在每一个销售环节分析问题和解决问题的能力，打开通往成功之门。

【学-习-内-容】：

第1部分：《区域市场的营销策略与团队建设》

一、前言

营销工作的核心是什么

二、区域市场的调查与分析

1、市场潜力评估

① 消费者状况分析

② 竞争状况分析

③ 行业分析

④ 企业自身资源分析

2、区域市场作战全景图 ① 分析现状② 设定目标 ③ 制作销售地图④ 市场细分化

⑤ 采取“推进战略”或“蚕食战略”→ 对付竞争者

三、区域市场扩张与保持

1、快速进入区域市场 ① “造势”进入② “攻势”进入③ “顺势”进入 ④ “逆势”进入 ⑤ 区域市场核心攻略

2、区域市场扩张策略 ① 以价格为主导的挤占策略 ② 以广告为主导的挤占策略 ③ 以渠道为主导的挤占策略 ④ 以服务为主导的挤占策略

四、区域市场的渠道攻略

1、产品销售的途径

2、渠道的种类

3、经销商的选择

4、经销商的考评与管理

5、不同经销商之间矛盾的处理

6、直销与经销商之间的矛盾处理

7、渠道销售队伍的管理

8、思考---

经销商越大越好？越多越好？

五、区域销售团队的建立

1、团队的组成2、如何成为一名优秀的团队领导

3、高效团队的特征

4、销售队伍的甄选

5、销售队伍的绩效管理

6、销售队伍的激励

第2部分：区域销售的大客户开发与维护 前言：大客户管理的概述和发展 → 什么是大客户 → 大客户是如何形成的 → 为什么要对大客户进行管理 → 大客户管理发展模型及阶段 → 区域运作模型

第一章 客户开发与销售谋略：

一．知己知彼 1.我们销售的是什么 2.我们的优势是什么 3．我们的不足是什么 4．谁是竞争对手 5.客户是谁

6.客户为何会选择我们 二．不战而胜

1.三种不同层次的竞争 2.三种不同方式的竞争 3.整合资源，确立优势4.锁定目标，不战而胜

第二章 针对不同客户的销售模式 一.营销模式决定企业成败 1.创新思维的建立

2.侧重成本控制的销售模式 3.注重双赢的营销模式 4.看重长期合作的营销模式 5.突出客户感受的营销模式

二.有效的客户需求分析与销售模式建立 1.客户的潜在需求规模 2.客户的采购成本 3.客户的决策者 4.客户的采购时期 5.我们的竞争对手 6.客户的特点及习惯 7.客户的真实需求 8.我们如何满足客户

第三章 针对大客户的SPIN顾问式销售方略 一.传统销售线索和现代销售线索 二.什么是SPIN提问方式 三.封闭式提问和开放式提问 四.如何起用SPIN提问 五.SPIN提问方式的注意点

第四章 如何了解或挖掘大客户的需求 引言：赢得客户信任的第一步—客户拜访 一.初次拜访的程序

二.初次拜访应注意的事项： 三.再次拜访的程序： 四.如何应付消极反应者 五.要善于聆听客户说话 1.多听少说的好处 2.多说少听的危害： 3.如何善于聆听

六.了解或挖掘需求的具体方法 1.客户需求的层次 2.目标客户的综合拜访

3.销售员和客户的四种信任关系 4.挖掘决策人员个人的特殊需求 第五章 如何具体推荐产品

一.使客户购买特性和产品特性相一致 二.处理好内部销售问题 三.FAB方法的运用 四.推荐商品时的注意事项 1.不应把推销变成争论或战斗 2.保持洽谈的友好气氛 3.讲求诚信，说到做到 4.控制洽谈方向 5.选择合适时机 6.要善于听买主说话

7.注重选择推荐商品的地点和环境 五.通过助销装备来推荐产品 六.巧用戏剧效果推荐产品 七.使用适于客户的语言交谈 1.多用简短的词语 2.使用买主易懂的语言 3.与买主语言同步调 4.少用产品代号

5.用带有感情色彩的语言激发客户 第六章 排除妨碍的有效法则 一.对待障碍的态度 二.障碍的种类

三.如何查明目标客户隐蔽的心理障碍 四.排除障碍的总策略

第七章 如何做好大客户的优质服务 一.优质服务的重要性 二.四种服务类型分析

三.如何处理客户的抱怨和投诉 1.客户投诉的内容

2.处理客户不满的原则和技巧

第八章 大客户销售人员的自我管理和修炼 一.时间分配管理

二.成功销售人士的六项自我修炼 1．建立在原则基础上的自我审视的修炼 2．自我领导的修炼 3．自我管理的修炼

4．双赢思维人际领导的修炼 5．有效沟通的修炼

6．创造性合作的修炼

【授课讲师】

鲍英凯 老 师北京大学经济系研究生；美国南加州大学（USC）工商管理硕士；营销学、客户分析学、谈判技巧专家，资深营销管理培训师。曾任荷兰飞利浦、德国西门子、法国施耐德等国际知名公司的经销商管理、大客户经理、销售经理、市场总监等职位。目前仍就职于财富500强企业，担任大中华区的营销管理工作。具有丰富的商业实战理论基础与实践经验，包括渠道管理、大客户管理、销售技巧、商务谈判、销售团队建设、等全方面流程培训，拥有丰富的针对中高层管理人员和一线销售人员进行培训和管理的经验。以独到的管理营销经验，讲解结合互动、情景式培训，基础知识与实际运用并重，注重受训人员的感悟及参与。培训方式灵活，语言幽默精辟，培训现场学员参与性强，气氛热烈，广受参训学员的强烈好评。已开设的部分优势培训项目:《职业经理人资格认证》、《工业制品的销售与队伍建设》、《经销商管理》、《中层营销管理人员的管理技能》、《团队管理》、《双赢谈判技巧》、《大客户管理》、《激励技巧》、《目标管理》、《市场营销》、《销售技巧》、《绩效管理》、《情景管理的艺术》等；

……………………………………………………………………………………………………

报 名 表（此 表 复 制 有 效）

传真报名回执：0755-82121869021-60917709010-58857412

好的!我确认参 加 希格玛管理培网举办的“销售经理、市场经理核心技能实战训练”，请填妥盖章后传真至主办单位，将收到我们的确认函回执及会议地点路线图。公 司 名 称：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿联 系 人：＿＿＿＿＿＿＿＿电 话：＿＿＿＿＿＿＿传 真：＿＿＿＿＿＿＿ 移 动 电 话：＿＿＿＿＿＿＿电 子 邮 箱：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿ 参 加 人 数：＿＿＿＿＿＿＿人 费用总计：＿＿＿＿元

参 会 人：＿＿＿＿＿＿＿职 务：＿＿＿＿＿＿＿手 机：＿＿＿＿＿＿＿＿ 参 会 人：＿＿＿＿＿＿＿职 务：＿＿＿＿＿＿＿手 机：：＿＿＿＿＿＿＿＿ 参 会 人：＿＿＿＿＿＿＿职 务：＿＿＿＿＿＿＿手 机：：＿＿＿＿＿＿＿＿ 参 会 人：＿＿＿＿＿＿＿职 务：＿＿＿＿＿＿＿手 机：：＿＿＿＿＿＿＿＿ 付 款 方 式：（请选择打钩）□

1、现 金□

2、电 汇□

3、转 帐培 训 地 点：（请选择打钩）□

1、上 海□

2、深 圳□

3、北 京

**第五篇：人力资源经理、主管核心管理技能提升实战训练营**

人力资源经理、主管核心管理技能提升实战训练营

2025年4月20--21日（上-海）

2025年4月27--28日（深-圳）

郑重承诺：此次2天课程内容源于讲师多年实际工作经验，精彩授课，每期课程满意度均为100%，“品质制胜”是我们一贯坚持的原则，在此我们作出郑重承诺：凡对课程质量不满意者，在课程开始起两小时内提出我们均无条件退费，如对课程质量进一步改善提出宝贵意见且被我们采纳者，均有奖励！！

【学-员-对-象】企业董事长、总经理及各部门高层管理者、决策者；人力资源总监、经理、主管；薪资福利经理、专员；绩效主管、专员及有意提升人力资源管理技能相关人士。【费-------用】2800元/2天/人(包括培训、培训教材、两天午餐、以及上下午茶点等)

【主-办-单-位】华-星-培-训-网（www.feisuxs）【课--程--背--景】curriculum background

人力资源经理、主管是现代企业中最重要、最有价值的管理职位之一，企业总裁（CEO）的战略伙伴、核心决策层的重要成员。作为一名人力资源经理、主管，必须从战略高度努力构建高效实用的人力资源管理系统，成功进行人才选拔，建立科学的考核与激励机制，最大限度地激发人才潜能，创建优秀团队，塑造卓越的企业文化，推动组织变革与创新，最终实现组织的持续发展。目前我国企业的内外部环境正在发生急遽变化，严峻的形势要求企业更快地做出反应以适应环境的变化，而企业在组织和人力资源管理策略上实施管理创新则在其中承担着关键的作用。外部环境的压力要求人力资源管理与经营策略必须相协调，这对人力资源管理者提出了更新的和更高的挑战和要求。人力资源经理、主管担负着组织人力资本增值和组织人力资源战略实现的使命，因此必须不断学习与创新，超越自我，在完成组织使命的同时实现个人人生价值。

《人力资源经理、主管核心管理技能提升实战训练营》从人力资源管理的高度俯瞰组织内人力资源管理现状，借助于讲授、案例分析、录像分享、角色扮演等多种培训方法，帮助学员全面掌握人力资源规划、招聘面试、培训与发展、薪酬福利、绩效管理、员工关系等方面的关键操作要点以及彼此之间的衔接关系。本课程不仅提出并强化了人力资源的部门的服务和咨询的新定位，还为人力资源部突显绩效清晰地指明了方向，旨在帮助人力资源经理、主管在快速变化的环境中掌握工作分析、绩效管理的方法和工具，明确组织设计与组织结构调整的原则和方法，平衡领导特质结构和能力结构的内在矛盾，深入了解高效率工作团队的组成及其影响因素，培养人力资源经理、主管的全局观以及管理决策的能力。【培--训--收--益 】training income 全面掌握人力资源管理在不同阶段的战略管理特点；

全面掌握各种工作分析、职位设计、职位评估和薪酬福利系的原理、方法和技能； 全面掌握绩效考核管理的规划、流程、步骤与方法及解决方案； 全面掌握招聘与面试的流程及方法；提高专业面试技术水平；

全面掌握如何充分发挥薪酬的两个激励，及薪酬体系设计如何体现三个公平； 通过有效的工作设计提高员工的工作满意度，减少员工流失率； 通过建立有效的组织和进行有效的授权提升组织效率的工作绩效； 能为公司甄选匹配职位要求和员工；

通过有效的入职培训和职业发展管理及如何有效激励留住公司需要的员工； 通过有效的目标管理激励员工，完成公司的目标； 提升组织绩效和员工绩效； 维持良好的员工关系......●丁坚导师简介：

丁坚(Kevin Ding)，资深人力资源管理专家，集团管控专家，企业变革管理专家。北京师范大学工商管理博士DBA，南京大学工商管理硕士MBA。

丁坚老师曾在大型国企及外资制造业担任中高阶主管，在人力资源管理、企业战略规划、集团管理模式设计、业务流程重组、企事业单位改制重组以及政府课题研究等方面主持了数十个咨询项目。丁坚老师非常了解国内企业经营管理的竞争环境，精通运用前沿管理技术解决企业实际问题的策略及实务，对不同行业、不同企业高效组织与人力资源体系、集团化风险管控体系的构建及企业不同发展时期高效开展组织变革与人力资源工作的难点、瓶颈等有系统的研究及丰富的经验。

丁坚老师至今已有十年以上的人力资源管理工作与咨询顾问经验；六年以上职业讲师实战经验，辅导过数百家大型企业集团的培训、咨询和管理变革项目。代表客户主要有代表客户主要有中国石油天然气集团、中国海尔集团、中国移动、中国电信、中国医药集团、北京住总集团、中国广厦集团、中国南车集团、3C科技（中国）集团、戴尔DELL(中国)、林德叉车(中国)、VAG（中国）、三一重工、北汽福田、江淮客车集团、正泰集团、天马集团、广东慧谷集团、上海供电局、上海保集集团、上港集箱、上海苏尔寿、上海信息产业集团、上海百胜软件、上海九隆房地产、上海龙宇控股、山东平安保险、SGS(中国)通标、浙江宝亿集团、新加坡超级食品集团、中国航天科技集团、东方航空、江苏开元集团、江苏牧羊集团、浙江天能集团、上海航道勘察设计研究院、上海东捷电力集团、南京地铁公司、江苏贝尔地板、江苏艾贝服饰、浙江中捷集团、上汽集团安吉物流、四川棉麻集团、武汉中石化、牧羊集团、海力士-意法半导体（中国）、天津康师傅集团等大型企业单位。

丁坚老师信奉每个企业都是尊敬的VIP客户，以专业的精神、不断创新地将智慧奉献给客户，与客户共同成长，是他最大的心愿。【客户留言见证】

“丁坚老师的培训充满激情。在他的指导下，我们通过角色互换、情境模拟、团队游戏，学到许多有效的人力资源管理的技巧。”陈先生, 人力资源部, 中国医药集团公司 “通过丁老师精彩的授课，让我们更加深刻地掌握了集团公司管控的精髓，同时也被丁老师的敬业精神所折服。”盖处长, 资本运营部, 中石油天然气集团公司 “丁坚先生的极具推动力的咨询变革能力给我们留下了深刻的印象，对提高我们的人力资源管理水平具有很强的借鉴意义。”张女士, 海尔大学培训中心，中国海尔集团

“在我看来，丁坚先生是非常专业、值得信赖和富有创新精神的，我非常愿意将他推荐给身边的企业家朋友。”袁先生, 副总经理, 北京住总集团

“我们感谢您出色的卓有成效的培训演讲，我和员工都为您的风格、方法、内容和技巧所折服。”李先生, 人力资源部, 中国移动浙江公司

“学员们都反应你的课程很深动，互动性特强，内容也很实用，希望今后有更多的合作！” 刘先生, 人力资源部, 中国航天科技集团公司

“课程深动风趣，希望丁坚老师接下来与我们长期合作，推荐更多的好课程。比如沟通课程也是我们很需要的„„”赵先生, 人力资源部, 安徽江淮客车集团 【课--程--大--纲】curriculum introduction

第一单元: 人力资源经理、主管核心管理技能提升之“工作分析与职位评估” 管理之道,理念先行---人是资源么? ◇员工不仅是“资源”，更是“资本”！◇敬人者，人恒敬之。

◇8分人才，9分使用，10分待遇。◇工作分析

为什么会有工作内容的不同关注 工作分析的常用三大方法

实战分享：某企业工作日志写实的咨询案例 企业编制岗位说明书的两个误区 重点：如何编写岗位职责与工作标准 工作标准编制的三大原则

课堂练习一：编写岗位职责与工作标准 ◇岗位价值评估

为什么要职位评估？？ 因素评估法操作流程

职位评估体系中：价值评估指标的一般要求 最通用的职位评估体系

因素评估法，对与岗位相关的7个要素、13项指标进行评价 课堂练习二：用“因素评分法”进行岗位价值评估 职位评估结果的运用-----如何编制《职位分类等级表》 实战分享：某企业岗位评价创新流程的咨询案例

第二单元: 人力资源经理、主管核心管理技能提升之“高效招聘与面试技巧” ◇“招工难”将演变成为一种常态 ◇缓解企业“招工难”的对策分析

◇给应聘者一个好印象：规范的企业面试流程 ◇面试官礼仪的211法则 ◇如何操作结构化面试：“六步法” 确定面试要及权重

编写各要素的详细定义说明 编制具体的评分表格 设计结构化面试题库

对相关主考官培训，知识转移 现场实施结构化面试，及时评分 ◇结构化面试中常见的七大类型问题 背景性题目； 意愿性题目； 专业性题目 情景性题目 压力性题目；

智能性题目； 行为性题目；

◇案例讨论：企业无法提供高薪，如何以谈判策略来招聘到优秀人才? 第三单元: 人力资源经理、主管核心管理技能提升之“目标管理与绩效考核” ◇案例分享：GE，索尼的考核

◇学员讨论：绩效考核与绩效管理的区别? ◇绩效管理六步法之逻辑关系

1、绩效目标设立

2、全过程数据记录

3、全过程行为纠偏

4、绩效评分

5、绩效面谈

6、实施管理改进

◇某企业绩效考核的实战模型

◇学员讨论：判断企业推行绩效考核的成功标准是什么? ◇国内企业推行考核的现状统计 ◇成功考核的三层标准境界

◇学员思考：为什么绩效考核的实施这么难？

◇小组讨论：公司目前考核推行的问题？及成功经验分享？ ◇企业目标与绩效考核的十大病症 绩效目标不明确，目标值偏高平时没有数据记录的习惯

缺乏绩效过程的检查、辅导与行为纠偏；

不同部门考核标准不同，量化概率不同，产生内部不公平； 忽视企业总体绩效、部门组织绩效与员工个人绩效的战略统一 打分时的灰色文化：老板被迫选择做恶人，中层干部都做好人 绩效指标设计的过分追求全面复杂 考核结果与绩效工资挂钩过松或过严

缺乏面对面的绩效面谈，没有建立通过考核实现管理改进的意识； 公司各部门的中高层干部认为考核是人力资源部的事，消极应付 ◇小组讨论：

管理干部应该如何与人力资源部共同开展推动具体的绩效考核工作？ ◇四大典型的考核工具特点分析 1.360度测评—德能勤绩 2.KPI —关键绩效指标 3.MBO —目标管理法 4.BSC —平衡计分卡

◇课堂练习三：绩效目标量化考核计划表 ◇专题讨论：如何确保绩效管理有效执行 绩效活动之一 ：理论考试

绩效活动之二：部门奖励基金设立 绩效活动之三：“公司月度绩效之星”评选 绩效活动之四：所有部门绩效执行力评比排名 绩效活动之五：绩效马太效应表的应用

绩效活动之六：管理改进--成立变革推行小组

第四单元: 人力资源经理、主管核心管理技能提升之“薪酬激励体系设计” ◇薪酬的总体范畴

◇薪酬体系设计的五种模式 老板决定模式； 集体商讨模式； 专家咨询模式； 个别谈判模式； 综合设计模式。◇全面薪酬体系----“321模型” ◇典型人员的薪酬体系设计

一、中高层管理者的薪酬体系设计要点

二、专业技术人员的薪酬体系设计要点

三、销售人员的的薪酬体系设计要点

四、生产一线人员的薪酬体系设计要点

五、行政支持人员的薪酬体系设计要点

◇企业薪酬体系设计实战分享-----如何发放年终奖 ◇实战分享：企业薪酬管理的七大策略技巧 公司财务业绩为前提。公平的程序和结果。制度公开,数字保密。第四、“文官给名，武官给钱”。薪酬就是“沟通”。

事先约定,与年初承诺和激励计划保持一致。预防“春晚现象”的心理饱厌。

第五单元: 人力资源经理、主管核心管理技能提升之“员工培训与职业生涯规划” ◇员工为什么业绩不好？---培训的三种方式

◇作为人力资源主管，你认为在什么情况下需要对员工进行培训？ ◇培训的需求如何产生的？ ◇企业培训发展的趋势

1.培训中学员互动比例的增加；

2.OJT在职培训---从培训教室走到工作实际； ◇培训效果评估

一级评估—学员现场反应

二级评估—课程知识记忆

三级评估—员工行为转变

四级评估—团队业绩提升 ◇视频讨论：如何迎接新人

◇重要的概念：员工职业生涯规划 ◇员工外职业生涯与内职业生涯的关系 ◇职业生涯发展通道的典型分析 1.设计副职或助理，人才梯队建设 2.管理人员与专业人员的职业转换 3.一对一的师傅带徒弟

4.成立管理变革与改善小组 5.建立内部技术职称，多轨制 6.相近岗位的内部轮岗

7.主动出击，自己设立挑战目标—马太效应 8.通过有效授权，丰富工作内涵 ◇课堂练习四：人际管理风格测试 ◇只有敬于业，才能精于业 带人如带兵，带兵如带“心” 如何管理部门的超级明星员工 当团队面对“刺头”员工 如何清理部门的“C类”员工 ◇变革需要勇气与决心

◇企业HR在推行人力资源管理工作中，如何强势？ ◇课程总结，主题的经验分享与讨论交流 ●培-训-报-名-中-心: 深 圳 报 名 电 话：0 7 5 5—6128 8415

广州报名电话：0 2 0—3920 9716

上 海 报 名 电 话：0 2 1—3126 2336 E-mail: gzpx6666@126.com 联 系 人：周小姐

范小姐

陈先生

人力资源经理、主管核心管理技能提升实战训练营

----报 名 回 执 表

----

如需发E-mail可发至gzpx6666@126.com(請务必填写貴公司全称和参会學员真实姓名, 且勿回复本邮件，谢谢！)上海传真：0 2 1—3126 2336

深圳传真：0755—6128 8415

參會企業名稱：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_參加人數：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_人

聯 系 人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 聯繫電話：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_聯繫傳真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

移動電話：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 電子郵箱：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_費用總計：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元

参 会 人（移動電話）：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿

付款方式：（請選擇打“√”）□

1、電匯 □

2、轉帳

□

3、支票

□

4、現金 请您选-择参-会-地-点：（请选择打“√”）

口上海

口深圳

备注:

1、收到贵司报名信息后，我们将第一时间和贵司参会联系人进行确认；

2、在开课前一周，我们有专人给贵司发送参加培训的确认函，上面有培训报到指引，以及详细的上课地址和路线图；

3、如对此课程有任何疑问，欢迎拨打电话向我们咨询。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！