



凯洛格（北京）管理咨询公司

企业详情

企业官方注册名称： 凯洛格（北京）管理咨询公司

企业常用简称（英文）： KeyLogic

企业常用简称（中文）： 凯洛格咨询

所属国家： 中国

中国总部地址： 北京市朝阳区东三环中路1号1幢2单元22层2201内02号单元

网址： http://www.keylogic.com.cn/

所属行业类别： 领导力发展培训、销售培训、在线和移动学习、个人能力发展、教练技术培训、专业能力发展

在中国成立日期： 2004年4月1日

在中国雇员人数： 200

业务详情

1、主要客户所在行业：生命科学（如医药，医疗器械等）、汽车及零部件、零售业与电子商务、金融服务（如银行，保险，财富管理等）、机械制造

2、曾服务过的客户案例

客户案例一：

所提供的服务类别	领导力发展培训
客户公司性质	国有
客户公司行业	金融服务（如银行，保险，财富管理等）
客户当时的需求	当前，企业处于公司发展转型和战略再定位的重要阶段：从之前的以规模为导向，转向现在的高质量发展，再转向价值经营，同时企业性质也由民营企业转化为国有企业。围绕“数字化、生态化、专业化”的战略远景，新公司战略蓝图初步成型，为下阶段企业转型升级、开新局、谋新篇提供了战略指引与方向遵循，对公司干部队伍素质也提出了新的挑战和要求。

具体服务内容

整个项目为期约2个月时间,期间涵盖2次线下集中学习(每次集中5天)、第一次训后在岗实践及线上辅导、训后的在线持续学习等,整个项目围绕着“高站位-善管理-懂经营-强沟通”四大主题有序开展。

高站位: 此次培训项目为企业转型以新的面貌重新再出发后的第一个重点干部培养项目,公司主体性质也发生了根本性的转变。因此此次项目坚持把政治标准作为学员培养的第一标准,此次项目通过总书记重要文章学习,从严治党《永远吹冲锋号》视频教学,主题教育卡片自学和雨花台烈士陵园党建现场教学,帮助学员筑牢理想信念根基,培养信仰坚定、能力突出、素质优良、作风过硬的干部。

深调研: 此次项目,凯洛格深度分析了行业发展态势,前期对总分公司关键岗位人员进行了深度访谈,同时围绕学员工作中可能碰到的管理困境,以实践为根基,锚定了培养方向和培养重点,保障培训课程设置与环节安排的见真见效确保人才发展方向不偏航。此外,在整个项目集中培训期间,对全体学员依次进行了一对一的深度调研和访谈,一是加强项目组对全班学员的总体感知,二是通过这种面谈方式更好地了解学员本身的优势和劣势,为后续的持续发展和选用提供一手参考资料。

全链条: 为了提高此次项目培养的针对性和科学性,并避免过往培养项目“孤岛”现象的存在。此次项目严格地进行了前期的关键岗位的调研访谈,依据科学的人才能力素质建模方法论,建立了培训班学员能力素质要求标准。此标准也可以为后续的选人用人提供标准参考。此次项目以终为始设计培训环节,基于人才标准,借助人才测评工具,融合学员观察与一对一访谈环节,识别学员综合素质,定向提升薄弱能力项,“测-训-练-评”全流程。

强训战: 项目严选业内优秀专业机构,引入先进的人才发展理念,科学的人才培养技术,强大的师资力量保障,赋能学员理论学习。除了在课堂培训学习应知应会以外,还通过在线课程补充、岗位实践锻炼等方式,训战结合,加速成长。在2次集中的在岗学习期间,安排了2次在岗实践任务,并邀请机构专家认真反馈和点评相应的岗位作业,特地安排了2次线上的针对化辅导,大大地强化了课程的落地和实际应用效果,帮助学员更好地由知到达。更加顺畅地适应新转身的企业,新转身的团队。

<p>服务成果</p>	<p>一、学习发展成果： 42份党课心得、84份岗位实践作业、16份精选优秀作业、6份精彩结项汇报材料、42份A+经理人测评报告、42份情境潜能测评报告、42份人才观察记录、42份人才综合观察档案、8次内部转训赋能会(学员自发)、1次人才观察赋能会、1份企业干部人才素质模型，最终沉淀了一套高质量人才培养流程和工具。</p> <p>二、组织成果：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 文化融合：是公司组织变革时期的一次文化宣贯融合，凝心聚力，共识目标，统一管理语言。 2. 精品打造：打造了企业首期标杆精品项目，全面塑造人才品牌与影响力。 3. 协同联动：项目由干部处和培训处联合组织，打通了干部的选拔、培养和任用等环节融汇于一体,为A类的选拔和任用提供了切实可行的抓手和参考,储备人才梯队。 4. 模型构建：构建了项目学员能力素质模型,为项目后续培养提供了方向。 5. 训中盘点:通过训中“盘”,观察并选出多位优质干部,沉淀人员档案。 6. 深入调研:项目期间与B类干部进行深入谈心洞察，体察实情,大兴调研。
-------------	---

客户案例二：

<p>所提供的服务类别</p>	<p>领导力发展培训</p>
<p>客户公司性质</p>	<p>外商独资</p>
<p>客户公司行业</p>	<p>生命科学（如医药，医疗器械等）</p>
<p>客户当时的需求</p>	<p>公司在日本总部“TOPI 2030”的战略引领下，以持续获得更大的竞争优势和实现持续的利益成长、企业价值扩大为目标，致力于成为全球创新药的领先者。但如何能够将集团战略传递至中国区以及销售、工厂、职能条线，达到力出一孔是公司今年核心重点工作。本项目基于人群所面临的挑战，三位一体系统设计能力发展路线，聚焦战略力、协同/目标力、领导力进行系统化的能力发展提升。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>运用“思-知-练-行-复-考”的学习设计形式，践行“以学员为中心”的成人学习理念，做好学习闭环，最大程度激活学习效果。 思-触发意识：课前进行访谈调研帮助学员思考管理难点搜集真实</p>



	<p>的典型管理挑战。</p> <p>知+练-课程学习+工作坊：根据课程主题选择最合适的课程资源，同时在课程中设置案例/情景模拟等形式带动学员现场研讨，共同使用课程工具，帮助学员快速掌握工具要点。</p> <p>行-MINI行动学习：在工作中应用完成课程中的内容，记录应用过程反思应用心得，提升知识迁移与应用能力。</p> <p>复-复盘沉淀：线上辅导反馈，让知识与课题更加落地应用。</p> <p>考-管理通关：为检验学习成果，及行动计划的产出内容，进行行动学习课题汇报。</p>
<p>服务成果</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 参与学员了解了公司的发展战略规划，并对集团总部的战略进行了解码和拆解，达到了战略自上而下的战略完成路径图，形成了上下同欲，力出一孔的战略举措。 2. 在项目过程中，每个阶段结束后均会进行复盘，将每一阶段积累的实践工作经验进行提炼总结和不断优化，沉淀阶段成果进行后期回顾及课题汇报。 3. 在课题汇报前，项目总导师引导学员对整个战略课题进行拆解的复盘总结，学员通过与导师进行模拟答辩来学习如何呈现成果的技巧与方法，最后以小组为单位汇报最终课题实践成果。 4. 沉淀了战略拆解与落地项目的实施流程和落地闭环举措。

客户案例三：

<p>所提供的服务类别</p>	<p>领导力发展培训</p>
<p>客户公司性质</p>	<p>民营</p>
<p>客户公司行业</p>	<p>能源动力</p>
<p>客户当时的需求</p>	<p>客户作为拥有垂直一体化产业链的光伏制造商，从06年开始快速发展，大量快速扩充的潜在管理人才欠缺系统的管理方法论。对于现有的人才梯队，急需培养一批具有成熟管理视野的中坚力量，助力总监后备人才完成管理转身。客户科对于人才梯队具有长期的培养规划，内部培训体系难以完全支撑，需要借助外部力量。通过全周期的培养项目设计，推动客户实现业务识别人才、发展人才、提拔人才，促进业务发展升级。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>本次项目物料定制化程度高，品类多样，具有很大的创新性，需要运营团队进行大量的前期筹备沟通，细心跟进制作过程，最终呈现完美交付效果，打造主题项目IP。项目采取游戏化运营设计进行集训学习，项目结合集训期学习输入和历练期发展历练两大学习路径，训战结合，学员在开营仪式上领取任务卡，回到岗位后将进行历练。</p> <p>项目创新设计搜集五色晶石作为背景，将五种晶石与五项关键培</p>



	养能力相结合，通过“领取任务卡-闯关历练”的方式完成各阶段学习任务，赋予学习的过程挑战型与趣味性。
服务成果	<p>成果一：线上+线下混合式学习，双线全面赋能 采用战略&数字化在线课学习与干部必修课等线下面授课程学习相结合的方式对学员进行全面赋能，助力学员实现个人能力的发展升级。</p> <p>成果二：返岗实践-助力成果转化 结合《关键对话》、《商业敏感度》授课，发布了返岗业务课题思考任务，助力项目应用成果的转化，将课堂知识在工作场景中落地使用，在实践中检验学员知识吸收程度。</p> <p>成果三：实现客户人才在线 项目过程中，各学员基于课程知识内容以及个人发展计划工具表等不断进行优势分析生成“个人优势发展计划”并沉淀出个人学习总结报告，形成人才数据库，便于后期读取使用分析。</p>

客户案例四：

所提供的服务类别	领导力发展培训
客户公司性质	合资
客户公司行业	快速消费品
客户当时的需求	中国消费行业正面临年轻化、数字化和国际化三大发展趋势,这些趋势不仅重新塑造着市场格局,而且深刻地影响了企业和品牌的发展策路。公司作为国内乳制品企业内的头部品牌,也面临着传统营销渠道增长乏力、销售人员队伍“青黄不接”等问题。亟需年轻、创新型销售人员输入。目前销售城市经理后备人群(在岗销售主管)具有年轻、有冲劲、认可企业文化等优点,但资万浅、未经过专业培训与训练,距离合格的销售城市经理还有较大的理论与实战经验的差距。亟需快速提升知识储备、工作经验。在最短的时间内走上销售城市经理岗位,并产出业绩。本项目应运而生,旨在90天的时间内通过训战结合的方式快速提升目标学员综合能力,使其能胜任。
具体服务内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 测-明确目标和差距:项目启动前,对各营销中心总经理、绩优城市经理深度调研访谈,输出“城市经理岗位准备度测评表”,通过测评的方式帮助学员在训前明确成长目标与差距。与此同时,在每个站点学习闭环完成后,通过知识点测试的形式,对该阶段所学的知识进行检核,帮助学员巩固所学知识,差缺补漏。 2. 学-知识赋能:通过五大站点,共计22门主题课程,内容涵盖角色转型、公司及产品介绍、财务知识、营销数据分析、经销商开发与管理、零售网点管理、目标计划制定与执行、销售谈判、团队管理、商业敏感度、数字化营销等方面为学员进行详细讲解。标杆分享、研讨共创的内容形式穿插其中。 3. 练-岗位试炼:每阶段知识赋能结束后,依据当前站点主题及



	<p>前期调研结果设计实操工作任务。设置市场调研、拜访经销商、走访零售终端、参加销售会议、参与促销活动、资深销售人员沟通、销售谈判、关键客户分析、招聘面试、绩效辅导与反馈等实操任务。沉淀过程文档500余份,学练结合,持续转化课程所学。过程中匹配业务经验丰富的业务导师,在岗位试炼的不同阶段给予辅导反馈。</p> <p>4. 复-复盘迭代:坚持“PDCA”循环,在每个阶段学习和实践完成后,引入复盘会。通过教练觉察、知识复盘等多种形式,帮助学员从心智成长、能力提升、经验迭代等方面快速总结。引导学员建立工作闭环意识,同时保障每个站点学习效果,也便于项目组动态关注培养过程中学员成长变化。</p>
<p>服务成果</p>	<p>1. 基于前期对企业各营销中心总经理、绩优城市经理深度调研访谈结果梳理,融与凯洛格在管理者后备人群培养上的多年实践经验,梳理出“转角色”“懂业务”“赢绩效”“带团队”“促发展”五大学习主题。帮助目标学员由浅入深地全面掌握销售城市经理必备知识技能。</p> <p>2. 在学习形式上,五大学习主题均依据“前期调研-知识输入-岗位试炼-复盘总结”学习流程设计,打造每一站学习闭环,保障学习效果。</p> <p>3. 考虑到项目为管理岗位后备人才培养,项目结束后需要胜任目标岗位。故在项目结束后,项目组为每一位学员输出了“人才档案”,记录培养项目期间所展现的能力,为后续的人才任用提供重要数据支持。</p>

档案内容更新2024年09月