



北京艾信博睿管理顾问有限公司

企业详情

企业官方注册名称：北京艾信博睿管理顾问有限公司

企业常用简称（英文）：ACC (ACCELARATION CORPORATION CONSULTING)

企业常用简称（中文）：艾信管理咨询

所属国家：中国

中国总部地址：北京

网址：www.acconsulting.com.cn

所属行业类别：领导力发展培训、销售培训、企业语言培训、教练技术培训、专业能力发展、团队建设和拓展训练

在中国成立日期：2010年

在中国雇员人数：20人

业务详情

1、主要客户所在行业：快速消费品、汽车及零部件、互联网与游戏业、IT信息技术，半导体及通讯、电子电气

2、曾服务过的客户案例

客户案例一：

所提供的服务类别	销售培训
客户公司性质	民营
客户公司行业	互联网与游戏业
客户当时的需求	客户线下零售店运营提升： 针对通讯、数码，家电三个事业部的线下零售店目前的运营状况，通过一定的样本调研，提出初步提升意见，形成店面管理提升的方法，并总结为精简的主要运营要点，以培训为抓手，推广更具生意提升的素材，赋能所有实体门店管理者。 期望项目可以落地执行，以“Sale Out”为目标，真正有效地帮助零售店提升运营和管理。



具体服务内容	1 系统化咨询和设计：发现问题，诊断问题，解决问题，总结问题 2. 6大维度能力的训战一体的培养模式：零售洞察能力，门店运营能力，门店展陈能力，人员管理能力，促销管理能力，用户运营能力。 3. 服务范围包括：能力开发-内容开发-培训-工具转移
服务成果	1. 一套标准：构建一套客户零售体系可标准化落地的执行手册/工具包，运用于日常零售运营管理标准。 2. 一支队伍：培养一批具备零售敏感度，门店诊断与指导专业的优秀零售团队。 3. 一批成果：将培训内容与客户零售终端业务结合，快速高效地运用于解决终端零售问题，提升零售运营效率，形成零售业态案例库。 4. 一套工具包：产品库存分析表，门店工作流程表，门店自检表等30多个工具。

客户案例二：

所提供的服务类别	销售培训
客户公司性质	国有
客户公司行业	快速消费品
客户当时的需求	项目背景： 客户主营业务包括面粉、大米、面条、面包、啤酒麦芽等。其中面粉管理部是客户管辖面粉业务的主要部门，整体业务产业链比较完整，从原料采购、生产加工到2B 和 2C 的营销都涉及。在全国拥有工厂 20 余家，广为人知的品牌有福临门、香雪等。 为符合面粉整体发展需要，快速培养与产能急速扩张相匹配的营销队伍，促进营销人才梯队建设，客户面粉管理部启动了营销人才培养项目。项目以营销理论知识提升、大客户开发及管理、经销商管理、销售区域经营规划等营销实战类课程为主，同时开设部分管理能力、个人综合素质能力提升类课程。 项目目标： 提升一线销售精英的销售实战能力，促进销售业绩增长； 统一销售人员的销售工具和语言。 筛选、打造客户面粉销售核心团队，提升销售组织能力； 促进销售团队内部交流与协同；
具体服务内容	项目规划实施： 愿意学：艾信从销售人员工作场景出发针对销售人才建立营销人员核心能力模型，所学内容对销售业绩提升有强促进作用，提升学员的学习意愿。 模型分为通用能力（影响力、沟通力、说服力、内驱力）和销售能力（大客户管理、经销商管理、谈判、客户关系） 学的会：课堂学习形式采购工作坊形式实施，工具导入，业务研



	讨、分享交流、反馈点评。每次培训根据课程主题，各小组选出试点区域或重点客户进行课堂的实践，用真实的业务讨论，小组人员群策群力，研讨成果集合了内部优秀人员的建议及外部顾问的建议进行优化，形成最优成果。 会了用：课上通过真实业务进行研讨，对所学销售工具有了基础的认识，课后针对每位学员布置课后任务，任务一，整理课程重点内容和工具进行内容转训，提升学中对工具的理解和掌握。任务二，实践应用通过工具对自己负责的业务进行分析形式工作计划或方案。 用了好：每次项目集中组织学中针对上一阶段实践的结果进行分享与交流，一方面优秀的销售人员结合经验进行分享，另一方面在学员分享后，各小组和顾问老师进行反馈与建议，共同帮助他优化最终的方案。保障实践后会带来对于业务或客户方面服务的促进与提升。 项目激励机制：项目全程采购积分激励，积分设计贯穿培训、实践、辅导全方向，从学习态度和学习质量全面评估学员的参与和完成情况。
服务成果	一套标准：构建一套客户面粉系统性可传播的业务策略、人才标准模型及标准化可复制的管理工具，并运用至线上系统变为管理标准。 一支队伍：培养一批具备经营高度，整合上下游资源，推动共赢，能打“硬仗”的优秀营销业务团队。 一批成果：将培训内容与客户面粉各区域业务结合，快速高效的运用在解决区域实际业务问题中，提升绩效，建立内部业务案例库。 一套模式：配合企业将本项目操作过程和结果产出进行梳理，形成一套具有客户面粉特色的完整的培养模式，深化到各个层级

客户案例三：

所提供的服务类别	领导力发展培训
客户公司性质	外商独资
客户公司行业	耐用消费品
客户当时的需求	As（代称）项目属于该公司全球的项目，目的是帮助优秀的高潜力人才建立在内部Building a network, Accelerate growth, Discover opportunity。中国区在此基础上，希望通过这个阶段的系统培养，结合内部的轮岗和导师机制，快速帮助该群体有提供更有针对性的培养计划，支持他们产生更多的自我觉察、承担职责、迎接挑战，在实际工作中获得快速成长。
具体服务内容	项目内容： 本项目基于罗伯特·凯根博士的领导力发展理论基础，与常规训练具体管理技巧的领导力项目相比，更关注支持学员超越自身过往的局限性，不断挑战内在假设，发展自己更加多维化的思考方



	式和系统化的视野，要做到包容、理解差异，接纳多面相观点，看见系统全貌。 也因此，从学习方式上，做到了去标准化，去公式化，而是邀请学员摆出真实的挑战案例作为学习的鲜活素材。 让学习与内容个体强链接，以团体教练为主要手法，加强个人觉察，从三个层面推进发展与学习： 第一个层面. 激发学员的团体智慧，群策群力，解决挑战案例的更优解； 第二个层面. 通过导师和同学的反馈，学员看到自己在领导力方面的优势与发展机会； 第三个层面. 学员通过体验和观摩导师在过程中使用的手法，学习教练的基本技术，逐步养成同侪教练的习惯与文化。
服务成果	1. 个人领导力发展层面： 学员对自己目前的心智模式层级有了初步判断，了解了领导力意识层级发展的全景地图，从如下四个维度得以“扩容”： 长：思考问题的时间线从短期到长期，不但有能力解决眼前的问题，能够想到未来可能发生的事情； 宽：看问题的角度从单一视角发展为多元视角，从只看自己（部门）到能够横向看他人和组织，核心关注点从功能性的任务更多转变为着眼于意图与使命； 高：追求更高目标，重新建构生命的意义与组织的社会价值； 柔：主动寻求反馈，兼收并蓄不同的观点；从只关注任务，到平衡事与人。 2. 学员团队关系层面： 学员之间彼此建立深切的链接，每一轮共同工作的成果对所有学员一起造成影响，学员之间形成了信任 - 自表 - 共情 - 接纳的良性循环。 3. 组织的学习发展思路： 看似没有共同的强目标牵引，却恰好符合新时代下快速变革组织中优秀管理者的培养思路。建立了一种“我为人人，人人为我”的共创学习发展思路，足了这个阶段高潜力人才的个性发展诉求，有效的激发了他们的内在潜力。学员通过彼此支持的方式，获得工作之外的成长机会，同时也有效提升了内在的驱动力和心理能量，更好的克服和应对走向下层级职位的各种挑战，为自己和公司提高优质人才储备打下坚实基础。

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	国有
客户公司行业	耐用消费品
客户当时的需求	项目背景：落实客户集团党组加强年轻干部选拔培养使用工作的意见，结合客户油脂党委适应新时代要求大力发现培养选拔优秀年轻干部的实施方案，加大营销公司干部培养选拔力度，开展分层级培训，为公司高质量发展战略和“十四五”规划落地提供人才梯队保障。 项目目标：客户油脂新任省总培养项目，通过集中培训研讨，聚焦真实的业务挑战，帮助新任省总实现心态转变、角色转型和业务成果转化，形成国企责任担当、业绩至上、奋勇争先的团队文化。 心态转变：“销售意识”到“经营意识” 角色转变：“业务执行”到“区域操盘” 业务成果：“试点研究”到“全国推广”
具体服务内容	项目设计：项目以打造“生意经营者”为目标的商业化训练模式为基础，融合行业标杆企业业务改善与人才发展领域的研究成果。将自上而下“提升经营高度”与自下而上“解决业务实际挑战”有机结合，保障每期学习知识结合业务真实案例，进行研讨落地，达成短期与长期发展平衡。 项目规划实施： 定标阶段：基于客户油脂省总的核心工作确认经营规划者、业务推动者、团队管理者三大角色。 对标阶段：通过业务领导访谈评估能力差距和工作挑战场景。明确本次项目的重点能力提升方向。 达标阶段：采用成人学习10-70-20的逻辑进行实施落地 10%：课堂培训与研讨，根据管理角色和能力分三个阶段进行课程的培训与学习，如：《省总的管理角色认识》《区域生意策略规划》《全域营销》《爆品策略》《打造高绩效团队》等，结果培训主题组织相关主题的研讨，如：试点区域生意分析、试点区域创新增长课题研讨（结合区域分析） 70%：课后实战工具训练及真实业务研讨，结合每个阶段学习的主题，布置课后实践任务，回到实际团队进行相关课题的研讨或工具实践。如：每位学员完成各省区第四季度生意计划书；管理行为实践打卡等。 20%：实践应用与课题研讨的交流分享与辅导反馈：项目采购双导师制，分别聘请内外部导师，每个阶段的实践任务提交后，组织大家分享交流，同时由内外部导师进行辅导反馈，评选优秀的实践案例。如：确认样板市场及实际辅导、区域业务 实践复盘辅导。 项目激励机制：项目全程采购积分激励，积分设计贯穿培训、实践、辅导全方向，从学习态度和学习质量全面评估学员的参与和完成情况。



服务成果	赋能：训战结合，闭环赋能，提升团队管理能力和业务拓展水平，统一销售管理者的角色认识和管理语言，掌握实用的管理工具。 练兵：知行合一，基于业务真实案例，干中学，学中干，通过实践任务和课题研讨，针对区域的业务进行了系统科学的分析与盘，产出了高质量的工作计划和实施方案。 识人：测评结果、学习表现、课题研究等形成、定性定量评价，通过主观，客观的全面评估，针对管理者进行系统盘点输出结果，作为未来公司人才晋升选拔的有力依据。
------	---

档案内容更新2024年09月