



秦训教育科技有限公司

企业详情

企业官方注册名称： 秦训教育科技有限公司

企业常用简称（英文）： LearningGym

企业常用简称（中文）： 秦训学习

所属国家： 中国

中国总部地址： 上海南京西路758号汇银大厦703A室

网址： http://www.learninggym.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、专业能力发展

在中国成立日期： 2011年2月25日

在中国雇员人数： 40+

业务详情

1、主要客户所在行业：快速消费品、生命科学（如医药，医疗器械等）、机械制造、运输及物流、专业性服务（如法律，公关，教育等）

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	外商独资
客户公司行业	机械制造
客户当时的需求	<p>客户是一家国际知名的电梯和自动扶梯制造商，总部位于芬兰。秦训学习自2004年开始便与客户建立了长期合作关系，为其提供各类培训服务，涵盖：销售、管理领导力、客户服务和个人发展等领域。</p> <p>2016年，随着客户在中国业务的不断发展，作为行业领导者，管理层日益关注销售人员能够基于客群和关键决策者的差异化来提供解决方案的能力，并着力加强提升销售人员的谈判技巧，以期赢</p>



	<p>得更多的利润，从而能在中长期保持与扩大行业的领先地位。于是，我们为客户开发了一套适合客户现状的销售课程【致胜销售技能】（1.0版本），并将这套课程转内训，将客户销售团队中的20位精英培养成销售内训师，在内部进行系统专业地全面推广。在2020年，又对该课程内容进行了升级（2.0版本），以适应新的市场需求；并且，对当时的30位销售内训师进行了课程的培训培训师赋能。</p> <p>转眼来到2024年，鉴于内外部的双重挑战：如市场环境的复杂性、愈发激烈的价格竞争、企业战略的调整以及对人员技能要求的持续升级等，客户对各业务线的销售能力发展及落地提出了新的要求，必须进一步强化销售队伍的实战能力，更有效地向客户传递客户品牌价值和市场定位。因此，客户希望我们在过往1.0和2.0版本课程的基础上，针对三个业务单元做分别的内容设计；并设计开发与客户各业务线更贴合、更具针对性，确保实用且落地的实战工作坊；同时，也为每条业务线培养销售内训师，保障后续全面覆盖各区域销售人员。</p>
具体服务内容	<p>针对2024年的上述需求，秦训为客户提供了为期半年的系统化的咨询及赋能方案：</p> <p>1. 前期调研阶段</p> <ul style="list-style-type: none"> • 项目会谈：与各业务部门高管分别会谈，达成共识，确立并细化本次项目的具体目标和预期成果，及对后续跟进计划的要求； • 资料研读：学习了解各业务部门的销售资料，以及已有或正在使用的各类销售工具，在课程中进行链接，协助推动其应用； • 书面调研：通过书面调研问卷，广泛收集初步信息，汇总并分析三个业务部门的业务现状、客户常见问题及遇到的挑战等，并从中挑选访谈对象及可作为课程案例的典型项目； • 电访/面访：与确定的访谈对象进行电话访谈或面对面访谈，通过深入交流，掌握课程内容所涵盖的关键业务要素，探讨并聚焦培训案例所需的核心素材。 <p>2. 内容开发阶段</p> <p>第一部分：【致胜销售技能】- 构建核心能力</p> <p>1) 核心内容保留与强化：我们保留了2.0版本的模块结构和核心教学内容，同时对销售人员的关键销售素养和技能进行深化培训，具体包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 专业度提升：增强销售人员的专业知识和行业理解，以提升其在销售过程中的专业表现； • 客户关系管理：强化销售人员在客户关系建立方面的策略和技巧，了解并满足客户端不同人员的深层次需求。



- 利润获取策略：教授销售人员如何让客户的关注度放到价值上，并通过谈判技巧来实现利润最大化。
- 2) **业务部门定制化内容开发**：针对三个不同的业务部门，根据其特定的业务需求和市场特点，对内容进行定制化调整，确保培训内容的实用性和针对性。
- 3) **谈判场景案例设计**：为了提高销售人员在实际工作中的应对能力，我们为各业务部门设计了各自的谈判案例，模拟真实销售环境中的挑战，帮助销售人员在模拟练习中掌握关键的销售技巧和策略。

第二部分：【价值销售实战工作坊】- 深化实战应用

- 1) **战略和市场洞察准备**：系统梳理公司资料，共享给销售人员，帮助其清晰了解客户的战略、产品、主要竞争对手的情况和差异等；
- 2) **价值导向的核心框架**：构建一个以“价值”为核心的销售逻辑框架，确保销售人员系统掌握价值销售全过程；
- 3) **实操导向的业务共创**：在每个模块，除了传授必要的销售概念和技巧外，将重点放在引导学员进行深入的业务讨论和协作共创上，助力销售实战；
- 4) **定制案例的实战演练**：为各业务部门量身定制三段式案例练习，紧扣培训内容设计，确保统一性和连贯性，帮助学员提升解决实际业务问题的能力。

通过这两门课程的设计，旨在从基础到实战，打造一个全面、实用且具有针对性的销售能力发展项目。

3. 课程实施阶段

由客户内部根据意愿度、演示能力、业务能力等多项维度，在各业务部门内共甄选了50余位内训师，参与【致胜销售技能】+【价值销售实战工作坊】这两门课程的实施及培训培训师转内训工作。

在此过程中，学员们不但巩固和提升了自身的销售技能，还获得了作为讲师的专业技能，具备了将这些宝贵知识和技能传授给全国销售团队的能力；同时，根据学员们在课堂上的积极参与和共创，我们也为业务部门根据不同业态产出了一系列有价值的成果，如：客户信息收集、客户需求、客户价值点、常见异议、量化价值、谈判筹码等。

4. 辅导跟进阶段

作为内训师，在课程结束以后的备课准备环节，一定会遇到各类挑战和困难，为确保大家能够顺利准备课程，我们和客户内部共同采取了以下辅导跟进措施：



	<p>1) 教辅资源：为内训师提供了全套丰富的教学资源 and 材料，包括：课程PPT、讲师手册、学员手册、案例、视频、实战工具等；</p> <p>2) 双师备课：安排2位内训师作为搭档，一起协作备课，并在后期进行联合授课，分工合作，优势互补，提高整体教学效果；</p> <p>3) 线上答疑：为了便于及时解决内训师的疑问，建立了学员微信群组，导师可以为内训师提供个性化的指导和帮助；并定期组织线上打一会，集中解决内训师们遇到的共性问题。</p> <p>通过这些辅导跟进措施，内训师们不仅能够克服备课过程中的困难，还能够提升自己的教学能力，确保学员能够获得高质量的学习体验。同时，也有助于建立一个互助合作的内训师社区，促进知识和经验的交流。</p>
<p>服务成果</p>	<p>整个项目得到了客户内部学习发展部以及三大业务部门的全力支持，并充分发挥了各方的优势，明确了彼此的职责与分工，为项目的顺利展开和实施奠定了扎实的基础。</p> <p>本次项目：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 为三个业务部门，量身定制了五套综合性教学资源包。每套资源包详尽包括了课程PPT、讲师手册、学员手册、案例、练习、视频材料和实战应用工具等。不但涵盖了理论知识，还有丰富的实战案例和模拟练习； 2. 成功培养了50余位销售内训师，他们不但精通销售技能，还具备了作为培训讲师的专业素养，保障了课程能够在全国范围内得到一致且高质量的传授，确保团队内部有统一的销售语言和价值观理念； 3. 梳理了一系列业务产出，这些成果不仅能提升业务部门的销售效率，也为后续在全国范围的覆盖中进行不断完善，打下了基础。 <p>从核心理论与实战结合的资源包、具备传承和发扬能力的内训师到与业务紧密结合的共创成果，为客户建立了一个可持续的销售培训体系，进一步为客户在行业内的持续领先提供了扎实的知识储备和坚实的人才支持。</p>

客户案例二：

<p>所提供的服务类别</p>	<p>销售培训</p>
<p>客户公司性质</p>	<p>民营</p>
<p>客户公司行业</p>	<p>建筑业</p>
<p>客户当时的需求</p>	<p>客户背靠母公司豪美新材，过往专注在先进材料和产品研发，对于销售团队建设和发展没有重视。近年受到房地产行业不景气的影响，客户计划系统性建立销售能力培养体系，赋能销售代表向职业化、专业化的顾问式销售提升，以应对越发激烈的市场竞争环</p>



	境，可以与国际品牌一争高下，持续达成公司业绩目标。																																																																									
具体服务内容	<p>秦训基于自身的销售培训体系，结合了解到的客户需求、团队情况和行业背景，为一线销售及销售管理者搭建了一个2-3年的培训地图，有助于：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 销售代表和管理者们掌握专业的销售技能，应对业务需求 ● 建立内部统一的销售语言，提高销售效率和团队管理有效性，加强客户营销团队的整体战斗力 ● 培养、激励和留住人才，为组织发展搭建销售人才梯队 <p>该项目覆盖工程和零售两个团队的核心销售人员，今年已覆盖“销售拜访技巧”和“销售经理团队管理”两门课程。在课程前与客户培训组织方和业务老大深入沟通，把获取的行业信息和案例设计融入版权课程，使得讲解和演练内容更贴近业务场景，获得学员好评。</p>																																																																									
服务成果	<p>1. 与客户确定了未来2-3年的销售团队赋能框架，可根据团队及业务情况进行调整。</p> <div style="text-align: right; margin-bottom: 10px;">Bucalu</div> <h3 style="text-align: center;">销售团队赋能框架（可调整）</h3> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">目标学员</th> <th colspan="4">2024年（第一年）</th> <th colspan="3">2025年（第二年）</th> </tr> <tr> <th>Q1</th> <th>Q2</th> <th>Q3</th> <th>Q4</th> <th>Q1</th> <th>Q2</th> <th>Q3</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4">一线销售 (工程+零售)</td> <td>PRO-PAYBACK® 销售技巧 (2天)</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>拓展关键客户 (3天, 工程团队)</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>销售商务演示 (2天) + 销售商务礼仪 (1天)</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>经销商管理 (3天, 零售团队)</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>谈判制胜技巧 (2天)</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="4">销售经理 (工程+零售)</td> <td>PRO-PAYBACK® 销售技巧 (2天)</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>绩效管理 (2天)</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>销售管理+辅导 (2天)</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>拓展关键客户 (3天, 工程团队)</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>销售商务演示 (2天) + 销售商务礼仪 (1天)</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>经销商管理 (3天, 零售团队)</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>谈判制胜技巧 (2天)</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p><small>备注： 1. 以上为建议培训计划，预排了两年，具体可根据因克咨询建议做调整 2. 销售技巧适合全体销售团队，销售管理适合销售经理岗位，绩效课程需要区分工程团队和零售团队分别实施 3. 两年后还可安排销售模拟、沙盘工作坊、进阶管理技能培训等，届时做进一步设计推荐</small></p> <p>2. 已实施两门课程，覆盖近100人次，下一门课程根据业务发展计划实施“经销商管理”。</p> <p>3. “销售拜访技巧”课后提供了工具表单，并指导客户在内部展开角色扮演训练，持续演练巩固技巧。</p>	目标学员	2024年（第一年）				2025年（第二年）			Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	一线销售 (工程+零售)	PRO-PAYBACK® 销售技巧 (2天)					拓展关键客户 (3天, 工程团队)				销售商务演示 (2天) + 销售商务礼仪 (1天)				经销商管理 (3天, 零售团队)				谈判制胜技巧 (2天)											销售经理 (工程+零售)	PRO-PAYBACK® 销售技巧 (2天)					绩效管理 (2天)			销售管理+辅导 (2天)					拓展关键客户 (3天, 工程团队)			销售商务演示 (2天) + 销售商务礼仪 (1天)				经销商管理 (3天, 零售团队)				谈判制胜技巧 (2天)			
目标学员	2024年（第一年）				2025年（第二年）																																																																					
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3																																																																			
一线销售 (工程+零售)	PRO-PAYBACK® 销售技巧 (2天)					拓展关键客户 (3天, 工程团队)																																																																				
			销售商务演示 (2天) + 销售商务礼仪 (1天)				经销商管理 (3天, 零售团队)																																																																			
				谈判制胜技巧 (2天)																																																																						
销售经理 (工程+零售)	PRO-PAYBACK® 销售技巧 (2天)					绩效管理 (2天)																																																																				
		销售管理+辅导 (2天)					拓展关键客户 (3天, 工程团队)																																																																			
			销售商务演示 (2天) + 销售商务礼仪 (1天)				经销商管理 (3天, 零售团队)																																																																			
				谈判制胜技巧 (2天)																																																																						

客户案例三：

所提供的服务类别	在线和移动学习(内容)
客户公司性质	外商独资
客户公司行业	化工与石化



<p>客户当时的需求</p>	<p>客户是全球日用及食用香精领域的先导，是一家历史悠久，享有盛誉的跨国集团，在世界香精香料行业中一直处于领先地位。</p> <p>此次，国内业务部门希望可以萃取内部优秀销售案例，复制好的经验，使得整体业务可以扩展。但是过去销售团队没有统一语言，销售也无法很好的总结优秀案例中的亮点分享给团队其它伙伴。另外，过去没有做集中培训的其中一个原因是销售团队比较分散，大大小小办事处有十几个，平时业务节奏也很快，很难协调统一的时间做脱产线下培训。因此客户找到我们，寻求一个实施灵活、高效，并且能有经验萃取产出的完整解决方案。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>综合考虑了客户的需求后，秦训结合了我们在销售领域和OMO混合式项目交付上的优势，设计并交付了一个完整的赋能项目：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 在项目启动会上，通过一套有料又有趣的“销售沙盘”打开思路，为后续学习项目的知识导入奠定基础。 ● 定制并实施两个线上训练营，教授销售技巧及相关工具，统一销售团队共同语言，助力于后续内部业务梳理及案例访谈萃取的有效沟通。 ● 在线与客户共创产出“销售宝典”，在秦训提供的知识框架上填充客户实际业务场景，再由秦训统稿完善。 <p>整个项目与客户组织方紧密配合，最终圆满完成，并且在客户内部也被选为优秀项目。</p>
<p>服务成果</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 定制化启动视频（在线），将整个学习旅程以视觉化的方式清晰地呈现给学员。 2. 交付一套销售沙盘，除了用于项目启动会，在未来的内部巩固工作坊或销售招聘时均可使用。 3. 共创产出“销售宝典”：客户提供内部业务流程关键信息和优秀案例等初稿素材，秦训及咨询顾问通过学员访谈对初稿素材的亮点进行提萃，统一规范语言，形成最终的宝典。还被翻译为英文版，分享至集团海外分公司学习借鉴。 <div data-bbox="480 1514 858 2029" style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin-top: 10px;"> </div>



--	--

客户案例四：

所提供的服务类别	在线和移动学习(内容)
客户公司性质	外商独资
客户公司行业	搜索引擎（在线旅行平台）
客户当时的需求	<p>客户是一家全球领先的旅游搜索平台，提供1000多家航空公司的上百万条航线以及汽车租赁和酒店的即时在线比较服务。</p> <p>今年在与客户做前期沟通时，我们了解到作为一家总部在英国的公司，客户非常重视员工和关怀合作的文化，注重员工的工作与生活平衡，这是公司公认的核心优势之一。但面对未来的业绩目标，公司的确也面临着管理上的各项挑战：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 由于客户的管理者大部分是技术背景，所以他们在沟通中更注重流程和技术，而缺乏对人的关注，这也就阻碍了管理者理解解决团队成员的情感需求，妨碍他们创造包容性的环境； 2. 在科技公司的环境中，对流程和技术的关注超过了对人员的关注，因此公司整体缺乏在发展人员上的时间投入，同时管理者也低估了员工个人成长的重要性，导致管理技能和实践的停滞； 3. 在客户运营的快节奏环境中，管理者需要能够重新激发团队，并传达清晰的方向，这不仅仅在技术细节，还需要管理者能学会在情感上及理性上带领团队，理解驱动和激励个人的因素，建立一个心理安全的环境。 4. 客户内部的晋升机会不多，但员工依然可以往专业方向进行钻研和发展，所以也需要管理者在此方面对员工进行辅导和指引。 <p>因此，客户希望秦训能够针对这些挑战为他们设计一个提升管理者能力的项目。</p>
具体服务内容	<p>针对客户的诉求，秦训展开了前期调研，通过对一线员工、经理人、总监等各层级人员的一对一访谈内容及汇总分析。同时，为了更好地提升学习效率，巩固学习成效，我们为客户设计了一个完整的线上+线下的混合式培训实施项目：“经理人腾飞计划”。</p> <p>该项目主要分为三大阶段内容，在整个三阶段的学习旅程中，我们将学习内容模块化，为学员的学习提供了极大的便利性和灵活性。且在每个模块中，皆由心态、技能及工具三部分组成，以保障学员能够从意识层面提高认知，收获实操技能，并学会运用恰当有效的工具。同时，为了保证深度交流，根据不同主题，每次线上模块的人</p>



数都会控制在5-10人。



阶段一：领导者要有勇气和同理心（自我）

在这一阶段，我们为学员安排了2个半天的线上课程。主要帮助管理者建立对优势和行为偏好的自我意识，并了解如何将这与管理层期望对齐，以便与团队进行高质量的互动。

跟进：在阶段一模块学习结束以后，我们会把学员拆分成5人小组，对每个小组进行2个小时的在线团队辅导，在安全的环境中，让学员对自己进行反思和分享，练习并强化阶段一的学习内容。

阶段二：投资员工成长（自我和他人）

由于该阶段需要与他人链接，而且第一阶段的课程也让大家彼此更熟悉，建立了信任关系。因此这个阶段我们设计了2天的线下课程，通过理解并利用人类对持续成长的需求，了解自己和他人的驱动因素来优化管理表现。同时，在线下，我们也设计了

跟进：同阶段一结束后的线上跟进，练习并强化阶段二的学习内容。

阶段三：推动团队绩效（团队与责任）

最后一个阶段，也是安排了2个半天线上课程。我们要在这个阶段增加客户管理者对自己能力的信心，以积极影响推动团队在组织中的未来表现。

跟进：同阶段一结束后的线上跟进，练习并强化阶段三的学习内容。

这个学习旅程旨在通过混合式的学习方式，提高客户管理者的领导力和团队绩效，并在过程中不断评估和改进项目，以更符合客户的实际需求。

服务成果	<p>该项目得到了客户的高度认可，客户反馈管理者整体在以下方面得到了显著提升：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 提升了个人领导力和团队互动；2. 促进了自我与团队的持续成长；3. 增强了管理者的信心与绩效。 <p>同时，管理者们在行为上也有具体的改变：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 有效沟通：更全神贯注倾听员工的意见、会议的效率和质量都有显著提高，促进更开放和诚实的沟通；2. 情感运用：能识别自己和他人的情绪，理解对方立场，冷静解决冲突，从而更有效地化解团队内部的分歧；3. 目标设定：确保团队成员理解团队目标和角色，现在团队成员更加主动地对齐个人工作与团队目标，提高工作效率和成果；4. 辅导反馈：定期与员工进行一对一对话，提供建设性反馈，帮助团队成员识别成长机会。这种行为改变将促进个人发展，并增强团队的整体能力；5. 心理安全：创造鼓励创新的环境，公开表扬员工的尝试和努力，增强员工的安全感和信心，鼓励他们承担合理的风险，促进创新和学习。 <p>这些改变都将直接影响团队的执行力和成果，从而更有效推动组织目标的实现。</p>
------	--

档案内容更新2025年09月