



广州益言普道咨询服务有限公司

企业详情

企业官方注册名称：广州益言普道咨询服务有限公司

企业常用简称（英文）：Performance Consulting International

企业常用简称（中文）：益言普道

所属国家：中国

中国总部地址：广州市天河区黄埔大道76号富力盈隆广场2109

网址：www.cmhc.com

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

在中国成立日期：2003年

在中国雇员人数：52

业务详情

1、主要客户所在行业：金融服务（如银行，保险，财富管理等）、能源动力、
运输及物流、电子电气

2、曾服务过的客户案例

客户案例一：

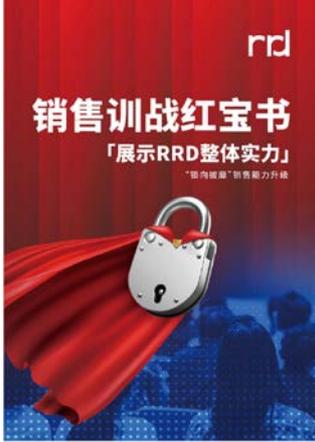
所提供的服务类别	专业能力发展
客户公司性质	外商独资
客户公司行业	电子电气
客户当时的需求	<p>自2022年起客户亚洲开始探索打造“锁向披靡”国内业务销售能力升级的创新模式。并通过销售提案大赛的方式，以销售人员能力模型为标准，在Role paly实战演练实现了对销售人员的行为和能力评估，赛后向销售人员提供反馈报告。通过能力评估明确了人才队伍需重点提升的3大核心能力：展示RRD整体实力，发掘并引导客户需求，抓住机会。</p> <p>2023年是客户亚洲国内销售业务取得盈利的至关重要的一年，对于</p>



	<p>销售能力提升提出更高的要求。为此，2023“锁向披靡”主题活动特发起“销售能力萃取与训战”项目，希望围绕着着重提升的3大核心能力为切入，以业绩突破为导向，帮助销售快速有效地生成和传播经验，并不断总结和提升，为国内BD业务注入发展动能。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>1、组建创客团 基于SACHI包装业务、新兴包装业务、出版服务业务、内销业务四个业务BU，组建创客团开展销售经验萃取和传播。创客团由国内业务销售、海外业务销售和中后台专家共同组成。并在创客团成立之时，启动了线上集结会，帮助创客团了解他们的责任、价值、任务和收获。</p> <p>2、选定萃取主题 根据销售人员能力模型的销售关键时刻MOT来切入，以能力评估中发现的3项重点提升能力，并结合线上的萃取主题问卷调查，确定萃取的主题</p> <p>3、开展萃取工作坊 根据每项能力，分期开展针对每一项能力主题的萃取，为了更深入精细化的萃取，整个工作坊分为两阶段</p> <p>1) 场景细分工作坊：第一阶段先进行主题解构和场景细分，梳理出每个场景的切片描述</p> <p>2) 基于场景经验萃取工作坊：第二阶段结合第一阶段的工作成果，针对每个场景进行深度的结构化挖掘</p> <p>3、开发销售红宝书 在萃取工作坊产出的成果基础上，发动各BU创客人员进行课后作业加工，进一步补充完善相关的细节信息，开发形成每一项能力的销售训战红宝书。</p> <p>4、开发线上案例微课 基于红宝书的配套学习素材，通过一对一辅导+顾问访谈挖掘的方式，以场景为单位开发基于场景的典型实践案例，并同步将文字版的案例开发形成线上的视频微课</p> <p>5、开展场景化线上学习训练 将销售训战红宝书及线上案例微课上线内部学习平台，通过学习+应用+复盘+评价四步，形成线上学习的有效闭环，加强销售人员销售行为的标准化和有效性，同时也帮助主管经理提高销售辅导效率，快速补齐BD能力短板。并基于“红宝书”，组织开展场景学习和案例分享会，讨论真实业务难题，扩容现有红宝书之外的典型案例。</p>
<p>服务成果</p>	<p>通过本次项目，产出了丰富的项目成果，包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 基于提案大赛产出4个测评案例：基于销售人员能力模型，将真实业务场景转化为适合测评中心的专业测评题本，为后续开展的提案大赛的测评提供测评工具指导 ➢ 产出销售训战红宝书：通过线上访谈+线上线下经验萃取专题工作坊+后台开发+辅导完善，形成各主题的销售训战红宝书 ➢ 产出6门线上案例微课：通过线上访谈+辅导方式，开发出6门

案例微课

- 培育出一批创客：通过项目，学习掌握经验萃取的方法工具，能够在工作中积极发挥爱沉淀、爱传播的作用




另外通过本次销售经验萃取和训战项目，也达到了以下的目标：

- 缩短销售学习周期，帮助新人快速成长：通过经验萃取出RRD独有的销售实践指引（策略思路、关键动作、话术/常见问题回答等），让销售新人更快速的胜任岗位
- 加强销售行为的标准化，快速补齐BD能力短板
- 实现资源共享互补，发挥整合竞争优势，打造跨BU的沟通交流平台（销售达人朋友圈），助力销售快速了解其他BU的产品、服务/解决方案和成功经验，实现资源共享互补，发挥整合竞争优势

客户案例二：

所提供的服务类别	专业能力发展
客户公司性质	合资
客户公司行业	IT信息技术，半导体及通讯
客户当时的需求	<p>客户自2022年起开始探索OBS的店长赋能认证体系，2022-2023期间，梳理了OBS的4大店长职能定位，并在泰国、马来、越南、印尼开展了超过100余人的OBS店长初级OEM的赋能认证。在工作推进中，也发现仍存在着以下的一些问题：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 对OBS店长尚未有结构化的人才画像 2) 对店长的培训不够体系，更多是产品培训，缺乏营销和管理方面的培训 3) 店长的晋升路径不明确，影响到人员激励和保留 <p>因此，为进一步加强和完善 OBS 店长的赋能认证计划，需要清晰定义 OBS 店长能力画像，搭建店长的成长发展路径，厘清系统化晋升和认证计划。进一步提升店长的专业管理能力，提高门店及导购的效率和产能，助力 OBS 实现销量和口碑双突破。</p>

<p>具体服务内容</p>	<p>通过前期各个国家区域初级OEM的赋能认证工作开展情况，考虑到OBS店长队伍的成熟性，以及区域对于店长人群培养的迫切性，本次项目特选取马来为试点。具体项目开展分为三个阶段：</p> <p>1、前期调研</p> <p>(1) 线上测评：通过OPQ性格潜力问卷，针对40余位店长开展测评，作为后续人才画像建立的参考依据</p> <p>(2) 焦点访谈：通过OBS优秀店长、国家总经理、区域运营主管、RGM区域总监、经销商等内外多角度的访谈，深度聚焦了解OEM岗位的工作职责和关键任务，了解OEM岗位的知识技能素质要求和现状，了解OEM岗位的培养内容、发展路径</p> <p>(3) 对标研究：通过了解同业其它相关零售店长的人才管理和培养实践，发现可借鉴的方法。</p> <p>2、人才画像构建：</p> <p>(1) 画像标准构建：通过前期调研所获得信息的梳理整合，开发形成OBS店长的人才画像，明确具体的能力要求，特质要求，并针对OBS店长的OEM分级认证体系，构建不同等级下的能力具体行为展现标准。</p> <p>(2) 成长路径构建：通过OEM分级认证体系，根据OBS店长的4项核心职能，构建清晰的成长通道，明确在各个阶段的要会什么、要学什么、如何考核，为店长的晋升成长提供清晰的发展路径指引。</p> <p>3、成果宣讲落地</p> <p>(1) 课件开发：将本次项目的成果开发成一本内部品牌课，作为全体OBS店长上岗准入的核心课程，使店长清晰自身的角色、职责、能力要求、晋升考核机制、成长路径、学习资源等，为未来店长的体系化培养打下基础。</p> <p>(2) 赋能认证：基于项目成果，分批开展店长的赋能认证，提升店长的整体能力。</p>
<p>服务成果</p>	<p>通过本次项目，以马来为试点，输出OBS店长的3件套：</p> <p>1、OBS店长岗位人才画像：建立分层级的能力标准体系，指引店长能力提升发展，也为招聘流程的重组，提升与人才招聘的对接提供接口。</p> <p>2、OBS店长成长路径：依据OBS店长的OEM分级认证体系，搭建出清晰的成长路径，明确各个阶段的培养重点、培养方式、培训资源等</p> <p>3、开发并提供1门内训课件：将项目成果转化为一门内训课程课件，为后续店长的准入培训提供基础</p> <p>同时，也为2025年在各国家继续推行Junior OEM，Senior OEM店长的认证，以及开展优秀OEM的集训营打下坚实的基础。</p>

客户案例三：

<p>所提供的服务类别</p>	<p>专业能力发展</p>
<p>客户公司性质</p>	<p>国有</p>
<p>客户公司行业</p>	<p>金融服务（如银行，保险，财富管理等）</p>

客户当时的需求

一、客户公司简介

客户隶属于世界知名500强企业客户集团下属的客户银行。截至2021年末，客户累计发卡量突破1亿张，服务客户超过五千万，是国内领先迈入“亿级”规模的股份制发卡行。

二、项目背景

当下的信用卡行业，正处在变革与重塑的关口：一方面，信用卡发卡量与贷款规模增速告别高增长时代，行业步入存量经营时代；另一方面，信用卡在促消费中的作用、在银行零售条线的重要性仍然举足轻重。这些变化对各家银行的经营策略提出了严峻考验，要求银行不断创新，优化服务，提升运营效率。

客户近年来聚焦获客活客一体化建设，加速推进零售融合业务，推动获客模式从传统陌生拜访向更高质量的食、住、行、娱、购等创新场景持续转变。

鉴于此，本次“业务创新案例开发项目”旨在实现以下两个目标：

1、复制优秀经验，推动业务量质并举

凝练出分中心在零售融合协同、创新场景营销中的优秀经验，萃取重点步骤、核心环节、精彩话术等内容，形成一批可学习、可复制、可传播的经典案例，沉淀成功的营销模式，进而提升各分中心的整体业务质量。

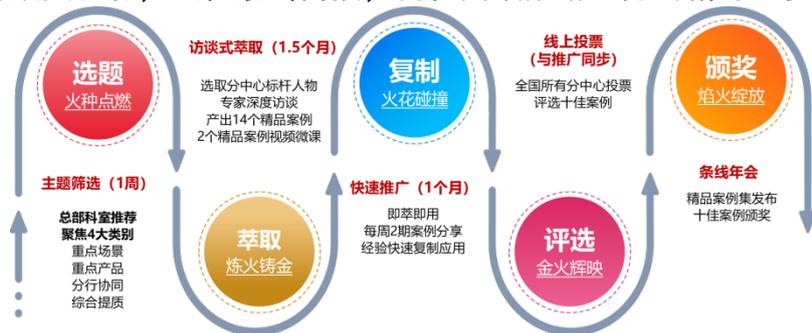
2、分中心业务营销能力提升

借助优秀案例的传播与学习，增强分中心管理人员在零售融合、场景营销、运营管理方面的能力。

具体服务内容

一、项目实施全景图

本次“业务创新案例开发项目”采用“业培联动，边萃取边推广”的模式，历经“火种点燃”的选题启动、“炼火铸金”的经验萃取、“火花碰撞”的模式复制、“金火辉映”的案例评选，直至“焰火绽放”的颁奖表彰，全程紧密衔接，旨在高效推动业务创新与经验传播。



二、项目关键实施阶段

1、选题：火种点燃

总部各科室围绕零售融合协同、创新场景营销，紧密结合分中心业务的热点与难点，提报并筛选了涵盖重点场景、重点产品、分行协同、综合提质四大类别的14个案例主题。



2、萃取：炼火铸金

外部专家对来自13个分中心的40位标杆人物（分中心副总/室经理/主管/客户经理）进行了一对一的深度访谈，并基于访谈素材进行案例撰写。

访谈过程中，不仅关注于如何将个人技艺与经验转化为可复制的工作方法，还特别注重避免个人经验的盲区和局限性，力求将隐性经验显性化，形成一套完整且实用的营销打法。

3、复制：火花碰撞

采取“即萃即用”的策略，每周推出2期案例分享，确保经验能够快速复制并应用到实际工作中。通过案例专题分享平台，激发智慧激荡，鼓励业务及管理专家们开放思维、深入交流，进一步拓展工作视野。

服务成果

1、一系列业务创新案例成果

项目产出14个精品案例、2个案例分享视频、14期案例分享活动、1次十佳案例评选活动。这些成果不仅展现了深入的经营策略思考，还详细还原了业务流程的关键步骤，并提供了实用的话术与工具参考，为业务创新与实践提供了宝贵的经验与指导。

2、以案提质，发掘业务创新点与提升方向

业务创新案例成果显著，不仅体现在14个精品案例的萃取与传播，更在于其深远的实践意义。项目通过“以案提质”的方式，发掘出分中心当前众多的业务创新点以及未来业务提升方向。

(1) 业务创新点

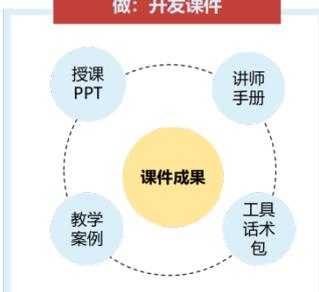
- 意识提升：获客活客一体化，量质并举
- 服务精细：服务转营销，产品手册
- 管理精进：定目标-控指标-强督导-奖惩分明

(2) 业务展望

- 充分整合资源，拓宽客户面
- 存量客户经营
- 产品权益个性化定制、AR\VR等方式扩大宣传

	结合地域文化，持续探索自有模式
--	-----------------

客户案例四：

所提供的服务类别	专业能力发展
客户公司性质	国有
客户公司行业	
客户当时的需求	<p>一、项目背景与痛点 随着金融市场的不断发展和信贷产品的普及，信用卡逾期问题日益凸显，客户坚持稳中求进工作总基调，全行上下要全力以赴狠抓风险防控、压降负债成本、构建公司、普惠、零售资产业务“三分”格局、推动“大零售”转型。</p> <p>二、项目目标</p> <p>1、学： 总结出一套适应当前经济环境的催收策略和方法，提高催收成功率。 系统性地整理和分享成功案例与失败教训的过程中，赋能提升团队整体的总结提炼能力和专业催收技能。</p> <p>2、做 基于萃取出来的优秀经验，开发形成一批内训课程。</p> <p>3、评 认证评选出10门精品课程。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; width: 30%;"> <p style="text-align: center; background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px;">学：技能掌握</p> <p>项目对象：资产管理部催收主管及绩优员工 学员人数：40人左右 培训内容：经验萃取方法论、编写案例集的方法及注意事项及输出案例、课程开发 方法论：定目标，写框架，选教学方法等</p> <p style="background-color: #fff9c4; padding: 2px;">核心目标：让学员掌握经验萃取的技能，每人开发一个经验产出成果</p> </div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; width: 30%;"> <p style="text-align: center; background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px;">做：开发课件</p>  <p style="font-size: small;">核心内容和目标：输出对应擅长领域的课程，产出微课课程的相关材</p> </div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; width: 30%;"> <p style="text-align: center; background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px;">评：认证评优</p>  <p style="font-size: small;">核心内容和目标：认证评选出精品课程10个左右，不通过的需继续辅导认证</p> </div> </div>
具体服务内容	<p>一、项目设计思路 客户资产管理部催收岗位经验萃取项目，采取线下线上结合的模式，通过“学——做——辅——评”四步实现技能掌握和课件输出。</p>



二、项目关键实施阶段

1、调研选题

面向经理、助理经理、主管、员工，抽样进行一对一形式访谈。通过访谈，分析M1、M2、M3、品质投诉组四个团队的业务现状，定位管理和业务方面的痛点，确定经验萃取主题。

2、萃取打样

为了提升业务人员的经验萃取效率，本项目引入“萃取打样”的特色做法：选定一个具有代表性的业务主题，由外部萃取专家对该主题的业务骨干进行一对一深度访谈，并通过系统的分析和提炼，最终开发并形成完整的经验萃取成果，以此作为后续萃取工作的示范样本。

3、培训赋能

《经验萃取培训》分为两期进行：

(1)《经验萃取第一期培训》的培训重点：

- 经验萃取方法论导入
- 问题解决类型主题的经验萃取方法培训
- 现场辅导萃取岗位经验

(2)《经验萃取第二期培训》的培训重点：

- 第一期经验萃取成果反馈
- 问题解决类型主题的经验萃取方法强化辅导
- 具体场景类型主题的经验萃取方法培训与演练

4、辅导产出

在培训辅导阶段，萃取专家首先对前期的经验萃取成果进行详细审阅，逐一批注并提出修改意见。随后，萃取专家在工作坊现场逐一指导每个主题的经验萃取成果修改，确保每个主题都能精准表达。最后，萃取专家辅导学员进一步优化前期线下培训中产出的经验萃取成果，将其转化为高质量的课程内容材料，以形成完整的课件包。

服务成果

1、催收难题经验方法萃取：

成功萃取并整理了12个催收领域中的难题及其对应的经验解决方法，为催收工作提供了宝贵的实践指导和策略参考。

2、主管技能培养：

成功培养了40名主管，使他们全面掌握了经验萃取的全流程和方法技巧，提升了经验总结与分享的意识 and 能力。

3、跨部门经验交流平台搭建：

搭建了一个涵盖M1、M2、M3、品质投诉及早期外包等多个部门的经验交



	流平台，促进了部门间的信息共享与合作。
--	---------------------

档案内容更新2025年09月