

如何提升培训在组织中的影响力？

“一切不以解决问题”为目的的培训都是在“耍流氓”，这句话也许有些过于武断，但培训作为管理手段之一，支持企业的人才管理及组织发展才是其最终的目的。



“解决问题”才是培训发展的硬道理。

随着中国经济进入新常态，企业经营模式都在快速的发展与转变，传统培训仅仅作为一个知识与技能的学习方式，已经远远无法满足企业组织发展和业务发展的需要。

“解决问题”才是培训发展的硬道理。

“学习的根本在于改变，不仅仅是个人的发展，更是组织发展的需要”，培训管理者们也需要与时俱进，重新审视其初心和原有的工作方式，实现培训的质的改变，其中最重要之改变在于培训回归本源：**直接、有效地支持组织业务的发展。**

单一技能训练和知识灌输式的传统培训正在越来越多地受到“有效性”的挑战。针对性的学习、自我成长型学习将成为未来培训发展的主流。

未来培训发展将会具备以下 3 个显著的特征（关键词）：

解决方案：从问题到需求，从需求到落地

暴爽体验：高互动/高实战，高投入/高产出

一站式服务：“以客户体验为核心”的全程服务



最有效的工作方式“就地解决、就地反思、就地分享、就地学习”

最好的学习其实应该在现实的工作场所中、在具体的实践情境中的学习--“做中学，学中做”，让学习者在学习过程中完成“挑战性或现实的工作任务”，增加的学习环节和实践部分，不仅能够让学习者发现自身亟待成长的领域，而且更重要的在于让学习者在实践中体会并“自己发展自己”！

企业的管理者们越来越重视培训这个平台，作为组织发展的重要管理手段之一。通过在团队中的相互分享和共赢成长，实现人才及组织的快速发展。

针对实际问题的定制化的课程、咨询式的培训项目，以及越来越多的企业教练/教练技术的引进……，这些重要的培训管理的决策，背后真正的动因在于一线的管理者期望培训能够帮助他们有效的解决问题。



互联网时代对传统培训的冲击

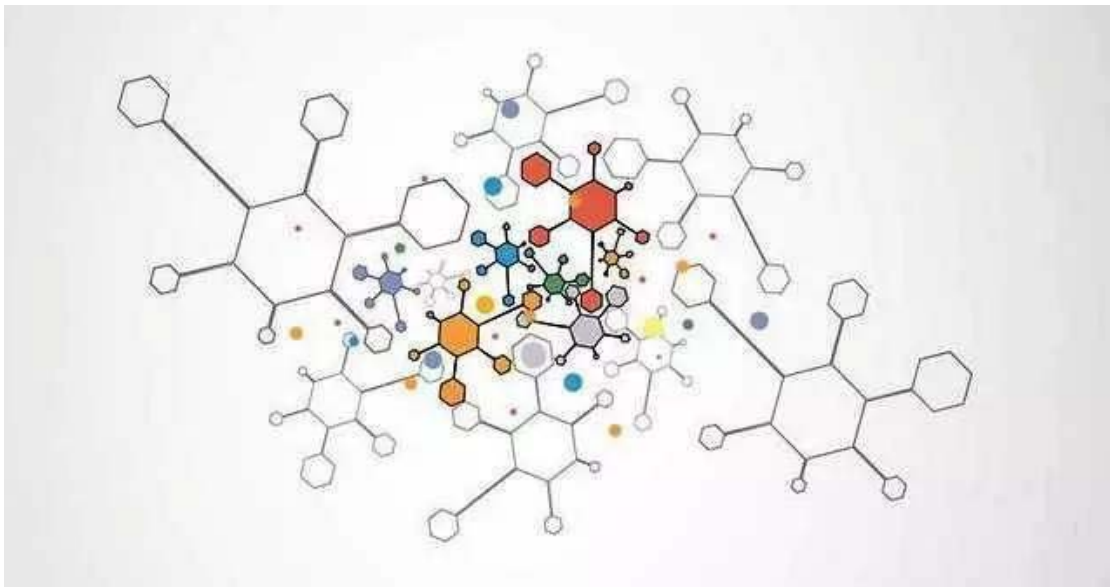
互联网时代最大的价值贡献在于：随着信息壁垒彻底打破，去除流通环节中不增添价值的中间环节。

传统培训中标准化的知识/技能培训，必然会被互联网的免费经济所影响。微课程以及固化的公开课程随着时代的发展逐步免费化，将会是未来的主流发展趋势。

具有核心价值和专业高度的咨询机构（非传统的培训公司）会越来越多地受到市场的青睐，它们同时也会加速提升中国培训业的成熟度与专业度。

互联网时代交易的三个阶段：流量、价格、品格。

其实培训业也在经历这三个阶段。所谓的“流量时代”就是“大师风行”的大课时代，追求大场面、大氛围；“价格时代”，追求性价比，就是众多培训机构存在的互相打价格战的时代。这二个时代正在逐步被“拍个时代”所替代！更多以某个或某几个有口碑/有品质/有思想的核心人群、或精神/行业领袖为互动成长核心，构成特定的成长群体，创建直接有效的学习机制，成员间分享最新鲜的实践经验，让经验/理论/方法共创共赢成为可能，让学习者能够在众人的肩上快速成长。



相互融合/共赢成长的必然发展趋势

随着人才管理及组织发展的需求越来越多，项目制或咨询式的整体解决方案将会成为未来培训发展的主流方向。甲乙双方将不再仅仅是课程采购方和课程提供商，更多需要成为共同创造企业价值的战略合作伙伴。在信息共享/信任合作的基础上，针对人才和组织发展中的问题，研讨确定对业务具备增值价值的解决方案，不断满足管理和业务需要。



- 培训一定能当场出成果吗？
- 培训怎样才能落地？
- 我们会做培训成果的彰显吗？
-