彭于寿老师定制沙盘课程开发的部分案例

产品名称	彭于寿老师定制沙盘课程开发的部分案例
公司名称	北京智策知行管理顾问公司
价格	40000.00/天
规格参数	品牌:1 型号:1
公司地址	北京市海淀区中关村善缘街1号立方庭大厦1段10层
联系电话	010-62889792 15110295788

产品详情

彭于寿老师定制沙盘课程开发的部分案例

一、完全定制课程——欧普照明定制的《照明行业经销商的营销管理》沙盘演练课程

（一）课题立项 欧普公司是一家集研发、生产和销售于一体的综合型照明企业，现有员工6000多人，产品涵盖光源、灯具、照明控制等领域。2007年时，欧普照明在全国六大销售区域（华南、华东、华中、华北、华西、东北）已经拥有6000余家经销商。 为培养和打造欧普照明的核心经销商队伍，并以此带动经销商整体素质的提升，特别是为应对受美国次贷危机影响可能带来的房地产行业的波动，从而带来的照明行业的竞争加剧的市场形势，欧普照明人力资源部和销售部决定对其核心经销商提供一次全面的、实战色彩浓厚的、针对性极强的市场营销沙盘模拟演练。因此，欧普照明在2007年上半年邀请彭于寿老师为其销售系统中层以上管理干部进行了一次《企业系统运营》沙盘课程演练，随后即委托彭于寿老师开发《照明行业经销商的营销管理》沙盘模拟演练课程。

（二）课程目的 1、模拟未来五年，因房地产行业变化而引起的照明市场竞争加剧的行业形势； 2、训练学员（核心经销商）在不断变化的市场环境中搜集信息、分析市场、分析对手、准确进行市场定位，从而制定正确的竞争策略的能力； 3、提高学员的全局意识和系统思考能力，培养其通过综合分析合理配置资源的能力，培养其竞争中的品牌建设与维护能力，以及企业发展中的战略规划和统筹能力，等等。

（三）课程定制开发流程

（四）培训人数及时间 各大销售区域的核心经销商（约占经销商总数的10%）600余人，从2007年下半年到2008年夏季，在六大区域合计组织了20次培训。

（五）培训效果 欧普照明委托定制的《照明行业经销商的营销管理》沙盘课程，于2007年10月开发完成，并由彭于寿老师于当月开始，逐次对上述学员进行了培训。
所收集到的受训学员的反馈情况，主要集中在以下几方面： 1、沙盘演练形式互动性强，受训学员不再是被动地听、被动地学，而是全身心地亲自动手、动脑，积极投入演练。

2、本课程情景设置逼真，非常贴近照明行业的实际市场环境和竞争特点，实战性很强。 3、教师的每期点评重点突出、直击要害，针对各“公司”演练的过程和结果，能够巧妙地与营销理论对接，同时也现实中的经典案例进行提纲挈领的对比分析，使学员的认识能够产生质的飞跃。
4、教师对课程各环节的辅导周密细致，课堂组织严谨、环环相扣。 5、许多学员在各期的总结分享中，不约而同地认识到必须告别过去那种“粗放式”的经营方式和“拍脑袋”式的决策习惯了，必须引入科学管理方法和模式，将企业经营提高一个新的层次。 （六）欧普照明的项目负责人
欧普照明负责此项目的是：公司人力资源部和销售总监孙晓红。

二、部分定制课程——广州汉斯达定制的《企业系统运营》沙盘模拟演练课程

（一）课题立项 广州汉斯达五金有限公司主营铰链系列，滑轨系列，阻尼系列，橱柜五金系列。汉斯达五金作为专业的家具配件制造商和提供商，专注于家具五金及配件在全球的规模化销售、生产和采购业务。汉斯达五金以中国和亚洲为主要生产基地，集研发、制造、采购、贸易、物流等服务为一体。 广州汉斯达五金总经理王剑先生曾作为中山大学总裁班学员，参加过彭于寿老师的《企业运营管理》沙盘课程的演练，此后又数次参加过国内外其他沙盘讲师的课程的学习。王总认为，沙盘课程能让学员高度参与、学习兴趣高涨、且能够获得最大化的培训效果。因此，王剑先生决定为本企业引入沙盘培训课程。但王剑先生认为行业形势、经营策略各行业均有很大差异，而且不同企业也对形势也有不同认识，因此课程必须进行再开发。
经过联系和比较，王剑先生决定向彭于寿老师订制新开发的《企业系统运营》沙盘课程。

（二）课程目的和要求 1、强化管理者的系统思维能力和理性思考、理性决策的意识，通过企业产供销各个环节的经营活动，人财物各项资源的有效配置和整合，切实提升管理者在既定的战略基础上，分析环境、洞察市场、把握机会、整合资源、改进绩效、提高效率、优化决策的能力。 2、汉斯达对本定制课程特别强调：增加市场的不确定性和复杂性，尽可能还原市场的真实表现；市场分成三类：发达经济市场、金砖国家市场、发展中国家市场；突出大客户市场的竞争。

（三）课程定制开发流程

（四）课程效果 广州汉斯达公司员工整体素质较高，因此本课程内容广泛，有较大深度。课程培训时间为三天（21课时）。 本课程未做专门的效果评估调查。从课堂表现来看，学员参与热情高涨，特别是面对多变的、存在众多不确定性因素的市场环境，在“成功”的“喜悦”与“失败”的“考验”中，达到了前述本课程的培训目的。 另外需要提到的是，此次课程设计，对部分数据运用电脑进行了自动处理（特别是收入、成本、利润核算等）。从此以后，我们所有沙盘课程的数据计算都由电脑进行处理，从而让学员无需纠缠于繁复的数字计算（而且容易经常出差错），集中时间和精力进行演练决策。

（五）汉斯达项目负责人 广州汉斯达总经理王剑。
三、定制沙盘课程——世界500强企业斯凯孚（skf，瑞典）的《区域市场营销管理》沙盘模拟演练课程

（一）课题立项 斯凯孚（skf）是全球领先的轴承、密封件、机电一体化、服务和润滑系统的供应商，业务分布全世界130多个国家。斯凯孚在全球32个国家拥有 大约130家生产企业，雇员45000名左右以及15000多家授权代理商和经销商。斯凯孚集团2012年销售额达645.75亿瑞典克朗。斯凯孚凭借电子商务平台和全球经销网络为客户提供产品和服务。 2013年，斯凯孚（中国）为其在中国大陆的经销商开办了命名为“火炬行动”的培训活动，重点提升经销商的区域市场营销的管理能力和大客户销售能力。在一系列的培训课程完成之后，受训学员普遍感觉老师讲得很精彩，但终究只是被动地听课，能否在实践中真正运用，尚是一个问题。另一方面，斯凯孚公司因2013年中国大陆销售业绩下滑，也亟需将培训转化为经销商的实际经营管理能力，特别是将斯凯孚倡导的“价值销售”理念植入经销商日常经营活动，力争市场竞争状况有所改变。 因此，引入或开发适合轴承行业特点、将“火炬行动”的课程内容落地、能够贯彻斯凯孚“价值销售”理念的区域市场营销管理沙盘课程就成为斯凯孚的上佳选择。斯凯孚对国内多名沙盘培训师进行了比较和甄选，并通过现场听课对比，最终选择了彭于寿老师为《区域市场营销》沙盘课程开发合作伙伴。

（二）课程目的与要求 1、将斯凯孚“ 火炬行动 ”课程内容落地，培养学员区域市场营销管理能力；
2、使学员在大客户营销中，能够有效贯彻“ 价值销售 ”理念，避免低层次竞争；
3、培养学员的团队建设与管理能力；4、提升学员从全局高度管理和运营整个业务单元的能力；

（三）skf课程定制开发流程

（四）课程效果 本课程定制化程度较高，比较充分地反映了轴承行业竞争状况，因此学员高度投入，许多学员深夜都没有休息，还在讨论市场竞争策略。三期的演练结束后，根据skf的要求，我们组织学员按本课程的流程分组对抗，对抗中高潮迭起，学员的培训收货十分明显。课后斯凯孚的经销商发展经理郑德晖先生明确表示课程效果非常好，达到了预期的目的。
本课程对大量的数据计算，运营了电脑进行处理，节约了大量时间，使得学员能够专心进行演练。

（五）斯凯孚课程项目负责人 斯凯孚（中国）经销商发展经销 郑德晖