

《培训师的差异化策略》

图书基本信息

书名：《培训师的差异化策略》

13位ISBN编号：9787550224293

出版时间：2014-2

作者：段焯

页数：221

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《培训师的差异化策略》

内容概要

培训师要在激烈的竞争中脱颖而出，就要清楚地了解自我，全面、客观地审视自己，知道自己真正擅长的地方，同时也明白自己的不足；对自己的历史进行整理和反思，从中更加全面地了解自我；然后，为自己设计一个合理的发展规划。这样，才能找准定位，加强差异化，提高核心竞争力。

《培训师的差异化策略：8条路径提升核心竞争力》主要从差异化的背景、含义、战略、推广路径、现场呈现等方面，结合作者段焯13年来丰富的实战经验和一手案例，指出了8条实现差异化的可行路径。相信这些实践、案例和方法，一定能帮助培训师快速提升核心竞争力，打造无可替代的自己。

《培训师的差异化策略》

作者简介

段焯

- 国际注册高级职业培训师
- 美国认证协会（ACI）注册职业培训师主讲老师
- 格诺威（GROWAY）企业管理咨询咨询公司首席咨询师

培训特点：

专注于人力资源培训与开发领域，致力于培训技术的学习、研究、开发和运用，擅长课程开发，拥有以DISC为核心的系列课程体系，创立了符合国内企业实际需求的“GROWAY”（成长之道）培训模型。

著有《培训师的21项技能修炼》《只用管好四种人——DISC性格分析让你成为高绩效的管理者》。

书籍目录

推荐序

前言

第1章 认清现实——突破职业培训师的发展瓶颈

一、职业培训师，你有什么感觉

培训师的纠结

培训师的迷惘

培训师的愤怒

培训师的困惑

二、培训师的差异化战略

第一步：分析行业环境的合理性

第二步：找到差异化的概念

第三步：建立信任状

第四步：传播差异化

第2章 与众不同——差异化战略的真正含义

一、职业培训师差异化的三大要素

第一个要素：独特性

第二个要素：不可复制性

第三个要素：合理性

二、似是而非的差异化概念

价格不能成为差异化

满意度不能成为差异化

培训效果不能成为差异化

必备的流程或者功能不能成为差异化

“第一”不能成为差异化

名号头衔不能成为差异化

广告不能成为差异化

第3章 建立优势——职业培训师的八大差异化战略

一、设计课程特性

特性的两大特征

设计课程特性要下两个工夫

设计课程特性的注意事项

二、建立市场专长

第一步：细分——找到自己的市场专长

第二步：聚焦——找到切入点

第三步：巩固——加强信任状

三、创立经典

途径一：内容中寻找经典

途径二：背景中发现经典

途径三：区域中制造经典

四、谋求新一代

新一代的三大特点

获得新一代的三个来源

如何给新一代建立信任状

五、开发新的培训模式

思路一：单一创新

思路二：集成创新

谨慎对待，慎重选择

六、成为首创者

途径一：引进版权课程

途径二：改版升级课程

途径三：跨界原创

首创需要厚积薄发

保护你的首创性

七、打造最受青睐的品牌

方法一：强调课程量大

方法二：强调“我很忙”

八、树立领导地位

思路一：地域中的领导品牌

思路二：特性中的领导品牌

思路三：行业细分中的领导品牌

思路四：培训模式中的领导品牌

思路五：新一代中的领导品牌

思路六：首创中的领导品牌

第4章 脱颖而出——推广你的差异化

一、推广差异化的三大原则

第一个原则：一致性

第二个原则：持续性

第三个原则：应变性

二、职业培训师的八种推广方式

方式一：面对终端，直接跟企业合作

方式二：与培训机构合作

方式三：与讲师经纪合作

方式四：培训师抱团发展

方式五：建立公司

方式六：网络推广

方式七：视频推广

方式八：书籍推广

第5章 精彩展示——打动客户就在10分钟

一、10分钟展示——培训师推广的必由之路

二、培训师七大禁忌

禁忌一：传递负面信息

禁忌二：涉及政治

禁忌三：贬低同行

禁忌四：与学员正面冲突

禁忌五：课堂上讲黄段子

禁忌六：和学员发生不正当关系

禁忌七：培训期间喝酒

三、培训师展示的十大硬伤

硬伤一：准备不充分

硬伤二：形象不专业

硬伤三：导入不精彩

硬伤四：结构不合理

硬伤五：重点不突出

硬伤六：内容无亮点

硬伤七：语言不优美

硬伤八：互动无激情

硬伤九：控场不给力

硬伤十：结尾无力度

四、十大法宝助你精彩展示

法宝一：充分的准备

法宝二：专业的形象

法宝三：有吸引力的开场

法宝四：科学的结构

法宝五：重点突出

法宝六：亮点鲜明

法宝七：语言优美

法宝八：精彩互动

法宝九：高效控场

法宝十：有力的结尾

第6章 成长之道——以精准定位提升核心竞争力

一、用心理学效应为自己加分

第一印象——在短时间内展示最精彩的内容

首因效应——力争第一个展示，一炮打响

近因效应——避免最后一个展示，减轻压力

紫牛效应——设计让人耳目一新的环节

光环效应——巧妙运用过往的辉煌

二、气场——培训师的魅力来源

气场让培训师具有感召力

培训师气场的三大来源

培训师修炼气场的两个角度

培训师运用气场要注意四个方面

三、精准定位的三大依据

依据一：专业知识

依据二：实战经验

依据三：培训技术

四、用GROWAY定位模型设计发展路径

第一步：G（确定目标）

第二步：R（分析现状）

第三步：O（设计方案）

第四步：W（实施方案）

第五步：A（及时调整，确保正确）

第六步：Y（获得收益）

《培训师的差异化策略》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com