

THE TRAINER'S TOOL BOX

新培训师的入门手册，老培训师的随身工具！

培训师的工具箱

盛晓东 赵琼 编著

[第二版]



新培训师的入门手册，老培训师的随身工具！

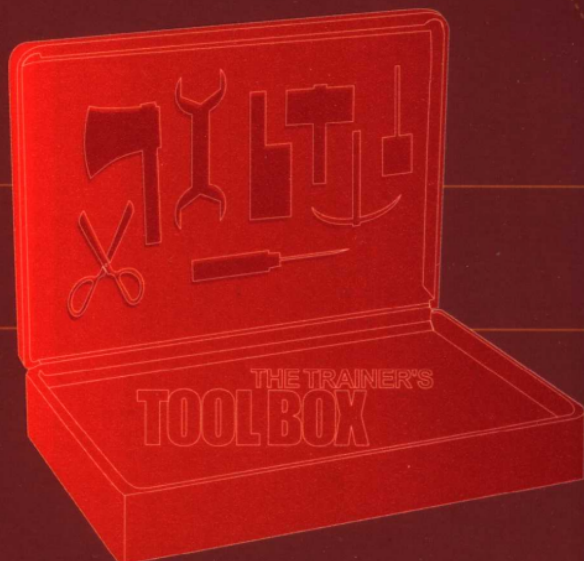
THE TRAINER'S

培训师的工具箱 TOOL BOX

[第二版]

本工具箱包括以下内容：

培训行业背景情况
培训讲师起步必读
培训项目的开发流程
培训需求分析
培训计划的制定
学习风格与培训方法
培训资源
设计培训课程体系与教案
培训准备
培训实施
培训评估



无论你是职业培训师，还是企业内部培训师，本书都是一本能为你提供职业帮助的随身工具

ISBN 7-80197-192-2



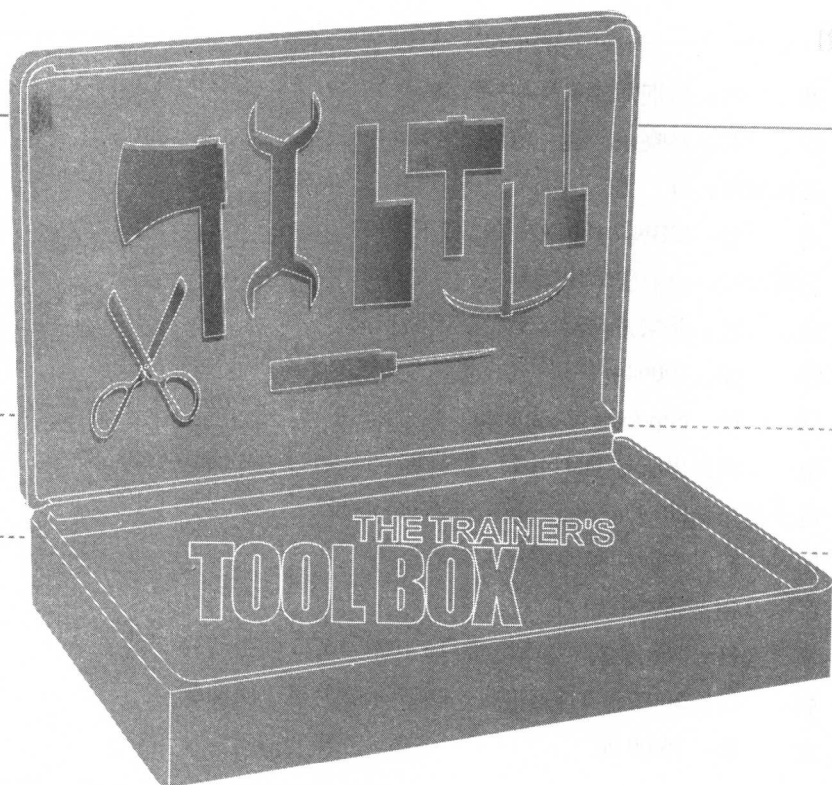
9 787801 971920 >

定价：36.00元

THE TRAINER'S TOOL BOX

新培训师的入门手册，老培训师的随身工具！

培训师的工具箱



图书在版编目(CIP)数据

培训师的工具箱/盛晓东编著.

—北京:企业管理出版社,2005.4

ISBN 7-80197-192-2

I.培… II.盛… III.企业管理—职工培训 IV.F272.92

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 012025 号

书 名:培训师的工具箱(第二版)

作 者:盛晓东 赵 琼

责任编辑:群 力

书 号:ISBN 7-80197-192-2/F·193

出版发行:企业管理出版社

地 址:北京市海淀区紫竹院南路17号

邮 编:100044

网 址:<http://www.emph.cn>

电 话:出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68428387

电子信箱:80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷:香河闻泰印刷包装有限公司

经 销:新华书店

规 格:168 毫米×235 毫米 16 开本 16.75 印张 236 千字

版 次:2007 年 2 月第 1 版 2007 年 2 月第 1 次印刷

定 价:36.00 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

内容简介

本书从职业培训师的工作需要出发，全面系统地梳理了职业培训师日常工作中需要知道的所有专业知识，以及需要掌握的所有技能工具。本书既参考了国外最新的培训理论与实践，也结合了中国培训市场的实际情况及派力营销十三年的培训经验。在写作方法上，特意分为“要点说明”与“应用工具箱”两部分，以方便读者阅读和使用。

本书既可作为老培训师的随身工具，也可作为新培训师的入门手册；同时它也适用于所有从事培训工作的职业培训师和企业内部培训师。

作者简介

盛晓东，英国威尔大学加的夫商学院(University of Wales, Cardiff, UK) MBA，主修营销管理，曾服务于松下(中国)(MD)和派力营销管理咨询有限公司(高级顾问)，目前任职于三星中国(AV划课长、培训课长)。曾为松下、飞利浦、三星、中盈优创、中石化长城润滑油、乐凯、南方周末、21世纪经济报道、西安银桥、山东华达、北京海龙资产管理公司、徐工机械等多家企业提供咨询与培训服务。

赵琼，经济学硕士，现任职于首都经济贸易大学财政系。

THE TRAINER'S
培训师的工具箱 TOOL BOX

定价
20.00
15.00
12.00
10.00
8.00
8.00
9.00
15.00
10.00
8.00
育版
00.00
00.00
00.00
00.00
00.00
00.00

同类图书链接



《销售教练——如何在日常工作中训练你的销售人员》
定价：40.00元



《比你的对手更赚钱——摆脱低价的高利润销售法则》
定价：40.00元



《SPIN® Selling销售巨人——大订单销售训练手册》
[修订版]
定价：50.00元



《训练销售精英》
[第二版]
定价：29.80元



《团队建设游戏教练手册》
定价：36.00元



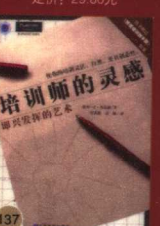
《游戏比你会说话——演讲、会议、培训、交际游戏大全》
[修订版]
定价：29.80元



《培训师进阶手册》
定价：36.00元



《培训游戏大全》
[修订版]
定价：32.00元



《培训师的灵感——即兴发挥的艺术》
定价：29.00元



《终极培训手册》
[平装]
定价：68.00元



《户外培训游戏大全》
定价：29.80元



《营销人员健康24小时》
定价：25.00元

营销管理咨询 营销人员培训
营销人才服务 营销知识传播

北京派力营销管理咨询有限公司

地址：北京市朝外大街22号泛利大厦1602室

邮编：100020

电话：010-65887818 65889982(总机)/65882943(客户服务)

传真：010-65886372

网址：www.pilot-marketing.com.cn

序号	书 名	出版日期	定价
营销人员身心健康系列			
185	营销人员健康 24 小时	2006年2月	¥25.00
新 营 销 系 列			
191	互联网直销——零成本的 E-mail 法则	2007年1月	¥39.00
183	直复营销——操作方法与经典案例 (第2版)	2006年1月	¥29.80
173	倾听市场的声音——如何创造性地使用市场信息创建竞争优势	2005年5月	¥48.00
172	营销创新 (第二版)	2006年12月	¥35.00
169	营销前沿	2005年3月	¥30.00
159	营销ROI投资——量化营销投入产出, 强化企业盈利能力 (第二版)	2006年7月	¥39.70
156	聚焦: 锁定目标打击对手	2006年12月	¥40.00
153	新时代的市场营销 (第13版)	2006年11月	¥65.00
110	4R 营销	2006年11月	¥30.00
109	多对一营销——后网络经济时代的新营销模式	2003年1月	¥24.80
105	企业e化七步——电子商务转行的策略指导	2002年8月	¥24.80
82	大客户管理 (第二版)	2006年12月	¥30.00
38	网络营销	2007年1月	¥35.00
市 场 营 销 精 英 实 战 工 具 系 列			
194	品牌命名: 世界知名品牌背后的故事	2007年1月	¥50.00
190	比你的对手更赚钱——摆脱低价竞争的高利润销售法则	2007年1月	¥40.00
188	英国品牌的启示	2007年1月	¥50.00
187	分公司经理的八项修炼	2006年11月	¥50.00
182	客户服务——面向 21 世纪的客户指导手册 (第三版)	2006年1月	¥65.00
179	品牌有价值——1995~2004 中国品牌价值报告	2005年10月	¥150.00
167	营销方法——来自市场营销专业机构的 105 个实用营销方法与工具	2005年9月	¥100.00
166	营销执行——提高营销组织运行效率的方法与案例	2005年1月	¥33.00
165	营销人员薪酬与考核 (第二版)	2006年11月	¥40.00
147	营销分析实务	2004年4月	¥36.00
122	行销教战守策——企业攻防战法经典读本	2003年8月	¥22.80
101	渗透营销——中小企业的营销方法 (第二版)	2006年8月	¥30.00
83	品牌智慧——品牌战略实施的五个步骤 (第2版)	2006年8月	¥35.00
66	市场调研经理手册	2002年8月	¥25.00
销 与 销 售 管 理 英 实 战 工 具 系 列			
192	销售人员	2007年1月	¥40.00
186	中式推销——一个中国推销老手的 10 年总结	2006年7月	¥27.00
178	高效销售法——成功销售的有效战略	2006年12月	¥25.00
177	终端阵地战——零售终端导购与促销实战技巧	2006年11月	¥29.00
174	超级销售精英的 7 种力量	2005年6月	¥29.00
170	训练销售精英 (第二版)	2005年5月	¥29.80
168	销售ABC——关系销售完全手册 (第6版)	2005年1月	¥65.00
152	重点零售客户管理 (第二版)	2006年11月	¥35.00
142	发现你的销售力量	2004年3月	¥25.00
132	业务员工具书 (第二版)	2007年1月	¥40.00
131	区域经理实战手册 (第二版)	2006年11月	¥38.00
121	新销售指标管理 (第二版)	2006年12月	¥37.00
120	新销售通路管理	2003年8月	¥36.80
119	新销售业务管理	2003年8月	¥32.80
118	新销售人员管理	2003年8月	¥36.80

序号	书 名	出版日期	定价
107	提问销售法——双倍提升你的销售绩效 (2004 修订版)	2004年5月	¥29.80
106	销售人力资源管理——如何选用留顶级销售人才 (第二版)	2006年8月	¥35.00
87	SPIN® Selling 销售巨人——大订单销售训练手册 (修订版)	2006年11月	¥50.00
86	日有所成: 成功交易的 50 条规则 (第二版)	2006年11月	¥26.00
70	销售代表手册 (2003 修订版)	2003年8月	¥25.00
69	导购代表手册 (2003 修订版)	2003年5月	¥25.00
64	销售经理手册 (2003 修订版)	2003年8月	¥25.00
59	以顾客为中心的销售 (2004 修订版)	2004年8月	¥32.00
58	销售经理工具书 (2003 修订版)	2003年9月	¥48.00
57	使业绩提升 3 倍的表格 (第二版)	2006年11月	¥35.00
21	销售管理 (第 2 次修订版)	2002年2月	¥30.00
行 业 销 售 与 销 售 实 战 工 具 系 列			
184	中国市场终端报告——中国 11 大行业零售终端全景报告	2006年1月	¥40.00
176	蒙派营销——中国医药保健品行业内蒙派营销内参	2005年10月	¥36.00
175	教育机构的战略营销 (第二版)	2006年11月	¥65.00
160	超级引擎: 奥运复合地产实战解码	2004年10月	¥36.00
157	零售业促销方法与案例 (第二版)	2006年11月	¥33.00
151	项目营销——如何在大型招投标项目中进行市场营销工作的学问	2004年5月	¥48.00
150	倾听顾客的弦外之音——焦点小组座谈会操作指南	2004年5月	¥35.00
138	为中国经销商咨询	2004年1月	¥32.00
133	快速消费品销售技能训练——持续 27 周打造顶级销售行动力	2006年11月	¥25.00
129	出位: 海信营销——在产品同质化时代的 PBI 营销法 (第二版)	2006年7月	¥37.00
91	服务营销规划 (2004 修订版)	2004年1月	¥36.00
80	服务的奥秘——持续商业成功的九种驱动力 (2004 修订版)	2004年1月	¥25.00
56	最新商店经营管理法 (第二版)	2006年11月	¥30.00
50	超市营销 (2003 修订版)	2003年8月	¥36.00
中 国 营 销 实 践 系 列			
189	顶尖策划 5——第四届中国企业策划案例暨策划人奖案例集	2007年1月	¥75.00
180	挑战中国营销 8 大新难题	2005年10月	¥37.00
164	中国营销 50 问	2005年1月	¥36.00
163	《销售与市场》10 年经典	2005年1月	¥68.00
162	推动中国营销进程的 100 篇经典文章	2005年1月	¥48.00
161	顶尖策划 4——第三届中国企业策划案例暨策划人奖案例集	2005年1月	¥39.80
158	二三线市场实战手册 (第二版)	2006年12月	¥35.00
154	中国市场促销报告 (第二版)	2006年11月	¥30.00
149	渠道冲突	2004年4月	¥29.80
145	中国市场品牌报告	2004年2月	¥39.80
143	炒作?——没事找事的事件营销 (第二版)	2006年8月	¥29.70
130	基层营销主管实战手册 (第二版)	2006年11月	¥30.00
115	跨国企业 20 位营销经理中国市场 10 年征战录	2003年1月	¥39.80
职 业 培 训 师 教 练 手 册 系 列			
181	团队建设游戏教练手册	2005年10月	¥36.00

序号	书 名	出版日期	定价
171	培训师的工具箱 (第二版)	2007年2月	¥36.00
139	培训师进阶手册	2004年4月	¥36.00
137	培训师的灵感——即兴发挥的艺术	2004年1月	¥29.00
136	终极培训班手册 (精装活页夹)	2004年1月	¥290.00
136	终极培训班手册 (平装)	2004年1月	¥68.00
128	户外培训游戏大全	2003年6月	¥29.80
96	培训学习手册	2002年11月	¥30.00
95	培训游戏大全 (修订版)	2004年4月	¥32.00
94	培训探秘	2001年11月	¥27.80
13	游戏比你会说话——演讲、会议、培训、 交际游戏大全 (修订版)	2004年9月	¥29.80
企 业 管 理 精 英 实 战 工 具 系 列			
193	战略规划的高效工具与方法	2007年1月	¥65.00
8	管理其实很简单 (2005 修订版)	2005年5月	¥20.00
148	大话西游团队	2004年4月	¥29.80
146	共赢——战略联盟 & 伙伴关系手册	2004年4月	¥49.80
14	CEO 秘笈——登上宝座并坐稳江山的十条锦 囊妙计 (2004 修订版)	2004年5月	¥25.00

序号	书	出版日期	定价
10	别找借口——提高业绩、效益的务实之路 (2004 修订版)	2004年5月	¥20.00
9	有效沟通 (第2版)	2004年5月	¥25.00
3	有效指导 (第2版)	2004年5月	¥22.00
2	有效授权 (第2版)	2004年5月	¥20.00
141	创新何来——卓越领导者的横向思维技巧	2004年2月	¥18.00
140	精确战略十二步	2004年1月	38.00
134	再靠近一点看宝洁 (第二版)	2006年7月	29.00
27	管理者的管理工具 (第二版)	2006年8月	¥35.00
21	非凡企业家——献给中小企业主的创业与经营指南	2002年5月	¥20.00
	这样的员工老板喜欢	2004年6月	¥18.00
派 力 营 销 多 媒 体 培 训 课 程 系 列			
	课 程 名 称	定 价	
		个人版	企业版 教育版
	面对大型零售客户的销售技能	¥280.00	¥480.00 ¥4800.00
	专业销售技能 I——面对消费品行业	¥280.00	¥480.00 ¥4800.00
	专业销售技能 II——面对工业品行业	280.00	¥480.00 ¥4800.00
	售后服务技巧	¥280.00	¥480.00 ¥4800.00
	营业员销售与服务技巧	¥280.00	¥480.00 ¥4800.00
	餐饮服务技能	¥280.00	¥640.00 ¥4800.00

备注：以上图书均为零售定价，如需邮购另加 15% 邮资费 (2005 年 1 月 1 日以前出版的图书可免邮资)。

汇款方式如下 (请给我们发传真或电子邮件，确认您所购的图书书名、定价及册数)：

(一) 邮政汇款

收款人名称：北京派力营销管理咨询有限公司

汇款地址：北京市朝阳区朝外大街 22 号泛利大厦 1602 室

邮编：100020

(二) 银行汇款

户 名：北京派力营销管理咨询有限公司

开户行：北京银行朝外支行

账 号：01090366300120108071126

(三) 信用卡汇款

卡 名：交行太平洋信用卡

户 名：屈小伟

卡 号：40551280910070812

公司联系方式：

电话：010-65887818、65889982 (总机) / 65882943 (客户服务)

传真：010-65886372

网址：www.pilot-marketing.com.cn

Email: book@pilot-marketing.com.cn

派力营销 战略转型

引言：屈云波回到派力营销

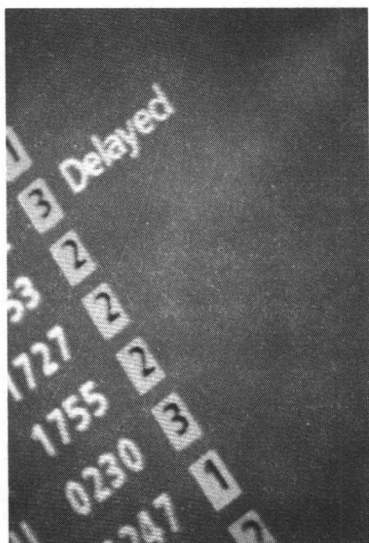
因为多年身体透支的原因，加上天生我行我素的性格，从科龙回京后，我离岗休息了4年，至今年年初身体恢复正常后，开始研究我个人及派力的二次创业该怎么做。认真研究后的结论是：派力在中国营销界有非常好的商誉、品牌和客户积累，而且仍保持着深厚扎实的专业技术积累和超前的营销理念及概念，我们应该继续专注营销并继续倡导专业实战和持续成长，但需要做较大的、更具历史使命感的业务转型！因为中国专业营销服务市场已经进入成长期，总体上中国企业和营销人员对专业营销产品和服务的市场需求既扩大了又加深加宽了，质量要求也有所提高了，但派力应该也完全有能力迅速回到专业领导者的位置！

过去：派力营销曾是中国营销人的启蒙者

派力营销创办13年来，虽人来人往、一起一伏，但始终不忘自己的立业宗旨和经营理念，那就是“传播专业营销，伴您健康成长”和“踏踏实

实做人、扎扎实实做事”(现在是“等价交换,互信互敬”)。正是靠着这一信念的支撑和鼓励,一代又一代派力人在中国营销进步带来的动力和压力下,以铺路石的精神坚持到了今天,以一个小公司力所能及的各种营销知识传播方式(图书、多媒体、文章、讲座、培训、咨询等),赢得了500万个中国营销同仁“中国营销人的启蒙者”的肯定和支持;同时,派力及派力各届同仁也得到了市场不同程度的价值认可。

未来:派力营销将是中国营销人的终生伙伴



企业需要不断发展、营销人需要不断成长,这其中必然需求持续的、不断进步的各类各层次专业营销服务。派力营销经过近一年时间的慎重研究,决定实施战略转型——由过去“中国营销人(及企业和同行)的启蒙者”转型为“中国营销人(及企业和同行)的终生伙伴”。具体而言就是由过去的“大众入门水平的营销知识传播(图书、多媒体、文章、讲座、培训、咨询

等)”为主,转向以“分众分层次的营销人终生服务(营销管理咨询、营销人员培训、营销人才服务、营销知识传播)”为主,并借助于“中国营销人才网(定位于营销行业平台,初期业务主要是招聘中介、培训中介和内容服务)”和其他新的营销工具,以及不断提高的产品和服务质量,使派力营销一步步成为中国营销人(及企业和同行)越来越信赖的终生伙伴。

需要说明的是,“中国营销人才网”正式开通的时间预计在2007年4月,因为我们需要一些时间认真准备,尽力做出大家满意的质量水平。



还要说一句，派力营销的战略转型需要很多新老朋友的支持和参与，尤其是志同道合的同业人才，欢迎您以各种可行的方式加盟进来。

北京派力营销管理咨询有限公司合伙人

中国营销人才网发起人

屈云波

2006年11月1日



做一个追随梦想的稻草人

盛晓东

10年前，当我刚刚开始工作的时候，出于多年的梦想与个人的爱好，我和朋友开设了一个手工艺品店，在那时这个店还是绝对前卫的，作为开店的主旨，我们选择了“拒绝平庸”——不求最好，但求喜欢、独特、个性，和所有志同道合的朋友一起分享有品位的工艺品。稻草人，作为我们自己设计、生产并销售的产品，后来逐渐成了主要的标志性产品。

选择稻草人纯属偶然。某一天，在郊外看到稻草人后，我忽然感到，稻草人竟与我们的命运如此相似。他们总是出现并守候着丰收前的关键时刻，他们忠诚、执着，在不被别人注意的情况下仍旧守护着身边的一片净土。在使命完成之后，他们悄然而退。当时，在喧闹的世界里，我们做着稻草人，被未来的憧憬激励着经营自己的小店。后来，由于工作的原因，我离开了这个城市，也退出了这个小店的经营。令我颇感心痛的是，时间不久，由于缺乏资金，朋友们关闭了小店。我们的梦想也随着这个小店的失败而暂时被尘封起来。

10年对中国人来说是一个圆满的数字，也正是在这个期间我对人生和生活有了更深刻的体验，一个人从东方跑到了西方，学习西方先进的管理经验，丰富着自己的阅历。多年来稻草人平朴而又执着的信念一直影响着我，让我在反复权衡后又回到了东方，从事自己喜欢的咨询与培训事业，与别人一起分享彼此多年的积累与经验。

正是在这种情况下《培训师的工具箱》得以面市。这尤其是要感谢屈云波先生的安排与图书部袁力先生的指导。利用工作之余，我系统整理了

这些年来从自己接受培训开始到自己讲课的经验与心得，编为目前各位手中的这本书。

从系统知识出发、简单、实效是我写本书的基本原则，这也是稻草人留给我的第一启示。在本书中，我参考了国外部分最新的理论与实践，结合不同企业培训工作开展的情况与我协助多家企业建立培训管理体系的经验，系统整理了在培训的各个阶段使用到的各类工具表格，这些表格可以直接应用于读者的工作。本书将内容分为“要点说明”与“应用工具箱”两部分，分别从理论与实践对相关内容进行了细致地介绍。

全面性是本书的另一个特点。在本书中，我将培训项目分为一般性培训项目与年度性培训项目，并以一般性培训项目的基本流程为单位，详细阐述了从需求调查开始到培训后续工作进展等方方面面的内容。这些内容将帮助读者建立科学、全面的培训项目的知识，并借助于本书中的工具来开展工作。例如，企业内训课程通常以评估收尾，相关的课程评估报告成为培训结束的标志，培训课程的结束并不意味着培训项目的结束，讲师应该针对于学员如何应用培训内容和相关要点于实际工作中、培训中发现的问题点、后续培训课程等三个方面提交建议方可视为培训项目的圆满结束，这些方面的工作要点、工具表在书中均有体现。

对于许多常见错误或陷阱，本书也给出了具体的改善建议。例如，企业内训课程要充分考虑企业、学员两方面的特点与需求，即便是在企业内部进行同样课题的培训，也要针对于不同的学员相应修改内容侧重点与培训方法。再如，同样是培训前的暖场，面对相互间很熟悉的学员与彼此不认识的学员，均应该采用不同的培训方法。类似的提醒与建议在书中各处均有所涉及。

在本书中，我也提出了很多新的观点，这些观点与工具在一定程度上弥补了国内同类书籍的空白。例如，第一章提出应该从10个方面对企业的培训工作进行全面的分析、诊断，并以此为基础设计了一套完整的问卷。又如，第五章也是在业内第一次提供了如何进行年度培训工作的分析总结与次年度培训计划制定的一套完整模版。这些新的工具正在逐渐被国内外



公司所使用并得到了良好的反馈。这些工具在我为不同的企业进行咨询与管理辅导时逐渐成型并发挥了积极作用。

我衷心希望本书提供的这些工具能够为读者的工作带来实质性的帮助，就象稻草人一样，通过默默无闻、实效的工作，能够伴随读者走向自己的丰收时光。

本书适合培训班、企业培训负责人、讲师、人力资源相关从业人员或咨询公司使用。

目录

- 序一 百年营销 十年派力 1
- 序二 做一个追随梦想的稻草人 4

第一部分 背景资料

- 第一章 培训行业与中国企业培训现状 3
 - 第一节 培训理论的发展 4
 - 第二节 中西方企业培训现状比较 5
 - 第三节 如何有效地开展培训 11
 - 第四节 培训如何发挥作用 12
 - 第五节 准备好了吗? ——企业培训诊断问卷 13
- 第二章 关于培训讲师 24
 - 第一节 培训讲师的职业生涯 24
 - 第二节 培训讲师的20个经常性错误 26
 - 第三节 了解你的培训对象——成人学习的基本原则 27
- 第三章 培训项目的开展流程 32
 - 第一节 培训项目的分类 32
 - 第二节 一般性培训项目的开展流程 35
 - 第三节 年度性(或系统性)培训项目的开展流程 37

第二部分 一般性培训项目的运作工具箱

第四章 培训需求分析 41

第一节 培训需求的信号 41

第二节 培训需求评估 44

第三节 需求分析的信息来源 51

第四节 需求分析的步骤 52

第五节 培训需求的调查技术 53

第六节 明确培训内容 73

第七节 制定培训目标 75

第五章 培训计划的制定 80

第一节 培训计划的要素 80

第二节 培训项目建议书 81

第三节 培训费用预算 85

第四节 对年度培训计划的基本认识 89

第五节 制定年度培训计划的常见错误 90

第六节 年度培训计划的制定 92

第六章 学习风格与培训方法 109

第一节 学习风格与测试问卷 109

第二节 常用培训方法与注意事项 118

附 录 贝尔本团队角色测试 149

第七章 培训资源 161

第一节 常见培训资源分类 161

第二节 内部培训资源一览表 162

第三节 外部培训资源一览表 167

第八章 设计培训课程体系与教案 172

第一节 培训课程体系 173

第二节 培训课程开发 173

第三节 培训教案的设计要素与设计模板 177

第四节 培训案例制作要点 180



第九章 培训准备	188
第一节 培训准备工作要点	188
第二节 开班计划书	189
第三节 培训场地布置	193
第四节 教具准备	200
第十章 培训实施	204
第一节 教学技巧	204
第二节 表达技巧	212
第三节 仪容与仪表	218
第四节 培训效果转化	219
第十一章 培训评估	222
第一节 培训评估概述	222
第二节 反应层次的评估	230
第三节 学习层次的评估	238
第四节 行为层次的评估	243
第五节 结果层次的评估	244
参考书目	251