

# Z公司线上营销事业部员工培训问题及对策探析

李秋涵

(长春科技学院,吉林 长春 130600)

**摘要:**近年来保险行业竞争激烈,在外资的注入和国内保险行业崛起的双重促进下,倒逼保险市场走向多元化,不断提升自己的竞争实力。良好的培训与管理可以使得员工增强自己的专业能力和企业认同感,更快地将所需要地专业知识融入自己的工作中,为企业地发展形成助力,成为了保险公司提升企业竞争力的重要保障。

**关键词:**营销员;培训体系;人力资源开发

**[DOI]**10.12231/j.issn.1000-8772.2021.10.142

企业需要人才,而人才需要培训,培训具有不可估量地作用,公司需要加强对培训的重视,打造一支素质强劲地人才队伍,获得竞争优势,提升员工地各方面能力和专业素质符合企业地岗位要求,企业更有效和效率地完成目标。完成公司稳步发展。

## 1 员工培训的意义

### 1.1 赢得企业竞争优势人才

人才在企业的竞争中尤为重要,通过提高企业员工的知识储备和综合素质,可以保障企业实现战略目标,有利于长远发展,而培训就是实现这一切的必要过程。因此,培训是提高企业竞争性的的重要途径。

### 1.2 提高员工的绩效水平

宏观上培训的目标是帮助企业发展,而细化到员工层面,可以提高员工地各项能力和工作水平,经过完整的培训,员工的工作方式可以得到改变,工作任务可以得到有质量的完成,符合预期。

### 1.3 实现个人职业生涯规划

有效的培训不仅可以提升员工的学习能力,还可以提升员工自身的素质,改善组织的学习氛围,促使组织搭建平台,创新发展,给员工更多地机会来展示自己,使员工更愿意参加培训项目,积极提升自己,并最终实现自己的职业生涯规划。

### 1.4 推动建立企业文化

企业的培训项目不仅为员工提供成长和发展机会,满足他们的个人发展需求,同时调动了员工的兴趣,塑造了良好的学习氛围,培养了员工间互相激励的奋斗精神,开发员工潜力,转变员工的工作态度和观念,有利于提升员工对组织的认可度,荣誉感和归属感。

## 2 Z公司营销事业部员工培训工作现存问题

### 2.1 培训缺乏针对性

通过对Z公司线上营销事业部培训现状的调查,现有的培训需求分析仅为为了年初定下的目标服务,为了达到目标而达到目标,获得员工调查问卷相关数据后,没有组织工作小组核实需求是否属实,没有确定员工的实际问题,缺乏总结汇报领导,也就存在没有确定培训内容的针对性。并且现有培训缺乏创新性,只是应对市场内容机械性的培训,机械性的模仿。

### 2.2 培训内容覆盖面有限

通过培训的内容调查分析我们发现,Z公司线上营销事业部现有的覆盖范围过于狭窄,培训多针对新员工的岗前培训,转正培训,培训内容没有包含所有部门,所有人员,故长期进行的新员工入职培训,培训的经历和重点都放在新员工上,而缺乏对原本已有员工周期性的培训,老员工不能及时跟进企业发展态势,无法提升竞争力,新员工短期内无法熟悉并胜任工作,大大影响培训的效果。

### 2.3 培训多为短期,缺乏长效机制

通过对Z公司线上营销事业部的点状调查分析我们发现,该公司现有培训周期不规律,每月培训次数不固定,培训时间3天到5天不等,周二周四具体日期不定,给员工带来极大地不稳定性;公司总部内部突击性培训较多,突然的培训也会对员工培训时的心理带来一定的影响,并且由于培训计划各部门是突击性的上报,培训专员根据实际情况和需要汇总。

### 2.4 培训形式较为传统且满意度不高

在调查中得知,Z公司线上营销事业部的培训形式分为四种,分别

是网络培训形式,现场授课制,工作轮换培训以及教练法培训,在培训形式上趋向于传统保守,并没有根据自身的特点和工作需求去涉及有针对性和新颖的培训形式。

## 3 Z公司营销事业部员工培训工作改进措施

### 3.1 提高针对性,创新培训方法

由于普遍工作人员学历等方面的综合素质水平参差不齐,专业知识的接受程度和方法也不能完全一样,根据不同的培训对象安排不同的培训计划和培训内容,做到有针对性。现代化的网络培训方式更适合年轻员工,他们能熟练地使用计算机,这种方法的好处在于打破空间和时间的界限,有利于利用碎片化的时间学习,既不耽误工作也利用了空闲时间,节约成本。

### 3.2 增加培训内容覆盖面考虑新老员工需求

第一,对于新人培训。完善岗前培训的职业意识、职业道德、职业形象和专业知识的培训。帮助员工形成跟职业有关联的概念,进行职业心理结构调节。第二,对于老员工培训。培养目标与成就的动机、市场潜力、独立与自信、专门保险知识、开拓新客户的能力沟通技巧、掌控状况的能力、人际关系技巧、时间支配与行政能力、开拓准客户的能力,培训这些销售技巧的同时也应该避免重复培训和培训不到位的情况。

### 3.3 增加培训时长,分阶段培训,增大培训覆盖面积

加强员工理解,拓展业务知识,完善效果评估体系。首先,对培训对象进行阶段性培训,阶段性反应评估,拉长培训战线,完善的培训体系。有助于提升培训效果,一方面增加各受训者与培训者之间的联系、确立有章可依的书面培训制度,明确各自的职责,各司其职,尽心尽力,达到有效培训的目标。

### 3.4 完善培训形式

针对不同的课程运用不同问卷调查受训者满意度。对培训对象进行学习评估。采取书面测试的方法,考验培训人员是否熟练掌握理论要点,再结合情景模拟的方式考验受训人员实际应用能力最后,对培训对象行为评估。对工作行为记录,包括通话时长和业务完成量等。

## 4 结束语

本文是在对Z公司线上营销事业部进行深入分析,发现培训中的问题,并提出解决方案,具体论文总结如下:(1)本文结合Z公司线上营销事业部的现状,从培训对象,培训内容,培训形式等方面进行完善,旨在加强员工培训效果,提升员工核心能力,保证公司稳步发展。(2)本文从加强培训需求分析针对性培训,调动员工培训积极性,丰富培训内容,增加培训时长,培养良好的培训环境和培训计划,改善培训方法,调整管理培训结构等措施,使培训更好的转化为生产力。

## 参考文献

- [1]陈悦悦.中国寿险公司新营销员培训体系设计浅析[J].企业改革与管理,2015(07):50-51.
- [2]张丽娜,徐载娟,徐燕红.胜任力视角下H寿险公司营销员培训现状分析[J].大众投资指南,2019(20):238+240.
- [3]赵玉珍.新形势下我国保险营销人员队伍建设存在问题与对策[J].淮北职业技术学院学报,2017,16(03):116-118.

**作者简介:**李秋涵(2000,5-),女,汉族,籍贯:吉林松原人,单位:长春科技学院商学院,专业:人力资源管理,研究方向:人力资源管理。