

<<绩效咨询>>

图书基本信息

<<绩效咨询>>

内容概要

本书的新版与旧版相比，既存在着相似之处也显示出有所不同。

相似之处包括“如何做（how-to）”部分。

对于理解绩效咨询来说，理论和概念当然是重要的，但是绩效顾问在面对实际情景中知道如何应用这些理论和概念也是非常关键的。

因此，《绩效咨询?人力资源和培训管理:专业人士实用指南》既提供了指导思维的概念，又提供了被证实有效的技术。

您将会发现我们在决策时继续使用一种系统的、数据驱动的方法最早版本中的逻辑在新版书中将被继续使用—例如确立哪些目标是要实现的，识别什么是正在发生的，以及为诊断出的差距确定根本原因。

对于与客户结成合作伙伴以及部署咨询服务流程的迫切需求方面，我们将使用更新后的做法和技术手段来加以描述。

您将发现我们在书中描述了一种新型并更加强健的概念框架。

该框架就是一种“心智模型”，它用于指导绩效顾问的行为。

此外，《绩效咨询?人力资源和培训管理:专业人士实用指南》有两章是新增加的：第9章聚焦于以主动进攻的方式鉴别绩效咨询机会；在第10章，我们提供了对过去10年间最常问到问题的回复。

我们还编入了绩效差距根本原因诊断的内容，并为此提供了一种叫做根因分解模型的新工具。

最后，为满足组织拥有更快更有效的工作需求，我们在许多篇章中都总结了关于该章内容的经验之谈。

<<绩效咨询>>

作者简介

达纳·盖恩斯·罗宾逊和詹姆斯·C.罗宾逊分别是Partners in Change的总裁和董事会主席，该咨询公司成立于1981年，位于宾夕法尼亚州的匹兹堡市，该公司为那些追求卓越的组织提供人力资源和学习咨询服务他们的客户包括AIG、可口可乐Trone、Wochovia Corporation以及YMCA。

罗宾逊夫妇共同协作和出版了一系列著作，包括《有影响力的培训》（1989）。第一版的《绩效咨询》（1995）《从培训转向绩效》（1998）和《战略业务伙伴》（2005）。并与Ken Blanchard合著了《消除差距》（2002），他们的这些著作已经被翻译成20多种语言。他们夫妇二人还被美国培训与开发协会授予了工作场所学习与绩效杰出贡献奖被国际研究协会（ISA）授予思想领袖奖。

田力，清华科技园教育培训中心副主任.北京厚德人力资源开发有限公司总经理。1985年毕业于清华大学工程物理系核反应堆专业。毕业后作为清华大学保留研究生入学资格支边政策的第一人，奔赴青海省财政经济委员会能源处工作。1987年返回学校攻读能源系统分析专业硕士研究生。1989年毕业于清华大学核能与新能源技术研究院。毕业后一直从事能源管理、政策研究、战略规划.信息化建设、企业文化建设.教育培训和咨询服务等领域的研究工作，在战略管理，流程管理、企业培训与管理咨询领域颇有建树。

<<绩效咨询>>

书籍目录

译者序

作者自序

导言

上篇 绩效咨询的心智模型

第1章 需求层次

需求层次

根因分解模型：

练习1：判别不同层次的需求

战略性成果和战术性解决方案——有何不同

练习2：战略性还是战术性

谁是我们的客户

练习3：确定您的客户

本章要点

练习1答案：需求层次

练习3答案：战略性还是战术性

下载

第2章 GAPS！

逻辑

GAPS！

地图

GAPS！

地图的一个案例

本章要点

下载

中篇绩效咨询的科学

第3章 明确业务目标和绩效目标

绩效咨询流程

什么是目标评估

练习1：确定要使用的模型

绩效模型和胜任力模型

数据采集过程

案例分析：建立绩效模型

从明星员工那里获得信息

练习2：GAPs！

逻辑和明星员工面谈问题

建立绩效模型或胜任力模型

经验之谈

本章要点

练习1答案：确定要使用的模型

练习2答案：GAPs！

逻辑和明星员工面谈问题

下载

第4章 明确业务现状和绩效现状

差距分析——究竟是什么

数据采集来源

<<绩效咨询>>

练习1：确定数据采集来源和方法

创建一份问卷

案例分析：获得绩效现状数据

从图4.6的结果得出的结论

练习2：从问卷数据中得出结论

经验之谈

本章要点

练习2答案：从问卷数据中得出结论

下载

第5章 确定根本原因和解决方案

确定根本原因

.....

下篇 绩效咨询的艺术

<<绩效咨询>>

章节摘录

版权页：插图：持续型客户满足上述所列的标准，而且由于他在组织中的地位和影响，您与他们的关系独立于任何当前项目或方案。

您与这些客户的沟通和联络处于持久和持续状态。

通常，持续型客户在一个组织中处于中上层职位。

一个持续型客户的职衔包括总裁、首席执行官、副总裁、首席运营官、总经理、区域经理和总监。

正像一名人力资源咨询顾问所说：“我将总裁和他的直接下属作为我的持续型客户。

”项目型客户符合一个具体项目所对应的准则。

您和项目型客户的联系将在项目期间非常活跃，而当项目完成后则减弱。

这些人士的位置和权力通常并不能确保彼此之间的交流更加持久和更加频繁。

但是对一个具体的项目而言，他们的重要性使您在整个项目期间都要维持好一种较强的伙伴关系。

经常会出现整个客户团队共同支撑项目的情况，客户团队中的几个人分别负责项目的不同方面。

例如，如果业务目标是要向市场成功推出一种新的产品，客户团队就会包含营销副总裁、市场副总裁和供应链管理副总裁。

客户团队几乎总是需要企业级的项目方案。

对于绩效顾问来说，所有这些使战略性工作具备了另一种特性：在绩效顾问就新方案或项目直接接触客户时，他们就能够以战略性方式进行工作。

作为一名绩效顾问，在客户做出与绩效和业务目标相关的决策时需要您的影响力。

如果没有与客户的直接接触，最终您是不可能影响别人的。

这一点更有理由让我们好好想想与组织中的哪一类人需要保持持久的关系，还有就是谁应该成为具体项目的真正客户。

我们将在第7章中讨论获得接触和深化客户合作伙伴关系的途径。

<<绩效咨询>>

媒体关注与评论

罗宾逊夫妇通过引进本书所描写的由他们开创的工具和方法，给我们公司的人力资源团队带来了转型，对我们而言.这些工具已经成为真正的“游戏规则改变者”。

——Jim Smollev, EdD, SPHR. AIG集团领导力开发副总裁这本书将永远不会被闲置在你的书架上——你会一遍又一遍地使用它，对于那些真正期望能够显著提升人力资源绩效和改善业务结果的学习、人力资源和组织发展专业人士来说，它是“必备”的资源。

——Jean Larkin, Trane公司全球人才管理副总裁这是一部经典著作的最新版本，这本书对于每一位希望真正提高人力资源绩效的人士都是一部必读之作！——William J. Rothwell宾夕法尼亚州立大学人力资源开发教授，罗斯维尔 & 合伙人公司总裁罗宾逊夫妇已经设定了强化业务能力和组织能力的最新标准.绩效咨询是一个实用框架。

概念和工具的财富宝库。

——Ed Betof, EdD. 贝克顿迪克森公司人才管理副总裁、首席学习官、宾夕法尼亚大学资深研究员罗宾逊夫妇在他们这一版《绩效咨询》的书中从优秀走向伟大。

对于任何想要了解绩效咨询.或想要将概念变为行动的人来说.本书都是不二之选 ——

——William C. Byham, PhD, DDI有限公司董事长兼首席执行官

<<绩效咨询>>

编辑推荐

<<绩效咨询>>

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:<http://www.tushu007.com>