公司只要来新员工，都会对他们进行培训，让他们了解公司，了解工作，让他们能早日融入工作中去。

一直在公司负责培训这方面的工作，新员工入职培训是我工作中非常重要的一个环节，从计划、实施到考评、反馈、改善提升，都是我一人完成。看着自己培训出来的很多新员伙伴在两到三个月中快速成长，真的感觉非常欣慰。以下是我对新员工培训心得体会，今天整理出来和大家分享一下。

企业的理念对销售队伍的影响是不容忽视，非常重要的。企业倡导什么?排斥什么?立业的宗旨是什么?目标是什么?在很大的程度上影响着员工对其的选择。就如同我们交朋友一样，第一次见面的前三十秒将决定着是否有兴趣在交往下去。我曾在培训中问过很多新员同样的问题：你为什么是选择我们公司?得到的答案中95%以上都是：我感觉公司的文化氛围非常好，我希望在这个团队中能有更多的发展，只有5%的新员会谈到其它原因。当然不排除一个人进入新公司后会有意回避功利的想法，但也可从中看出企业文化对其的影响。所以在新员入职培训中应把企业理念的导入作为一种非常关键的重要的环节组织好。因为只有在认同了企业的价值观后，他才能不会单纯的用功利心去看待眼前的行业、职业和工作岗位。建议这个环节要有专人(最好是高管)组织讲授，内容可以是企业的大事记、企业模范、企业核心理念的理解、企业的典型案例等等。在理论宣讲的同时可以设计一些培训游戏激发新员的进取心和凝聚力，一开始就给他们灌输“团结一致，迎接挑战”的思维模式，让他们通过不同的角度消化对公司文化理念理解，最终解答“为何做”的问题。

在培训过程中我时常会发现有很多新员由于比较年轻，工作经验缺乏，所以他们的职业化意识比较淡薄。而这些对于我们这个行业(培训行业)是非常重要的。鉴于此我通常从以下几个方面进行强化训练：

1、团队意识：认知团队，团队角色、团队配合等;

2、有效沟通：沟通原则、内部沟通技巧、健康的人际关系等;

3、目标计划：理解目标、制定计划、效率意识、时间管理

4、商务礼仪：着装、出行、拜访、面谈等

在进行完以上的两个环节后，我通常会协调各部门经理来给新员介绍有关市场、产品、业务流程等方面的情况。当然这只是一个初步的介绍，为接下来的为期一个月的跟踪强化打下基础。

对于中小型企业来说新员培训通常安排在4 天—5天，在这段时间中通过培训中的互动、观察、测评、考核，使新员比面试的时候对企业了解得更透彻更全面，同时企业也对这些新员进行了一个完整的“情景考察”。因此这更有利于双方的进一步慎重的选择。

选拔的工作结束后，培训部对入职的新员将要进行为期一个月的走动式强化实战对口训练。通常一个销售人员在其成长的道路上，其工作状态的变化要经过四个阶段，即兴奋期、黑暗期、成长期、徘徊期。销售新人刚进入公司工作时，初期冲劲非常足。因为此时新员一心要站稳脚跟，要想其他同事证明自己的能力，并求得在公司的生存和发展，这个阶段就是兴奋期。但通常我们会发展这样一个普遍的事实，一般来讲，这种兴奋的状态不会维持很长时间。当销售人员进入市场后，发现客户不像他想象的那么简单，不是那么容易搞定，市场中对手的一些不规范竞争也层出不穷，更要命的甚至是公司本身产品和内部配合的缺陷等等，此时新员的热情会急速下降，工作积极性跌到谷底，有的甚至怀疑自己的选择，这个阶段就叫黑暗期。我们发现这两个时期通常会在新员入职后的1—3月，所以为了帮助新员平稳度过这两个时期，减少公司人员流动率，我通常采取走动式强化实战对口训练。也就是说以辅助新员快速出单为目的，以陪访、对口培训为方法，以实战训练为手段，提高新员实战业务技能。在陪访的过程中发现新员拜访客户存在的问题，帮助新员来分析问题，同时整理出普遍性问题，组织针对性很强的对口培训。如针对探寻客户需求这个问题，就采取先学习如何提问开放式问题再当场实战演练的方法，让新员课堂学习课上消化。经过多次训练，感觉到这种方法比较有效。

另外，在陪访过程中除了指出新员销售动作存在的问题外，要和新员多沟通，要多鼓励新员。切忌一味的批评甚至指责，要给他们一个成长的过程。