

## 职业成长小记-领导力培训

我入职XX咨询公司（此处需匿名）已经半年多了。虽然我的专业背景是AI研究和开发，但是作为咨询公司的经理，我还需要很多很多的内部和外部培训，来提升我在职位上的竞争力和生产力。上周五我参加了公司内部的领导力培训，这短短的一天培训给了我很多思考和思路。具体的内容不便详述，但是一些整理的想法分享给大家。

来参加培训的24个人被分成了4组。我们组的6个人中，我，V和G来自技术部门，有两个HR部门经理K和S，还有一个金融咨询经理A，大家背景都不相同。我们做的第一件事情就是让组里的人知道你是做什么的。这件事情大家做得都还不错，每个人3，5句话的功夫就说了自己的工作，顺便还表现了自己的性格和沟通方式。K和S说话热情有感染力。技术部门的人说话都中规中矩。A说话条理清晰，但是显得有些高冷。

小组做的第一个游戏是：逃出孤岛。本质上和密室逃脱游戏类似，我们有一张A3大小的打印纸，上面是一座孤岛图片，配上坐标，图片和说明文字，基本上是通过文字和逻辑推理来找出关键词，然后完成逃出孤岛的任务，当然四个小组中看谁能最先完成。小组里的人都怀有极大的热情去解题推理，大家都对自己的智力怀有极大的信心。可是一个现实问题是，A3大小的纸张，字号不大，不可能所有的人都一起看到题目。V用手机拍了张照片，K说我来给大家读题目。她朗读完毕，30秒，60秒过去了，没有人找的一个问题的答案。有点儿陷入僵局了。G提议我们每个人一个问题分而治之（Divide and Conquer），这个提议不错，每个人都分了一个问题，时不时我们之间也会沟通自己的发现，但是还是没有实质进展，这时候A提出说这个题目肯定和我们的培训相关，让我们缩小关键词范围来思考。没过多久V就找出了答案，这些关键词其实就是来自领导里的培训：Innovate, Advocate, Collaborate, Execute and Personalise。我们把这些关键词集中起来后，得出的结论是一堆干木头。我们还是不知道有什么办法能够离开小岛，问题又陷入了僵局。A不愧为咨询经理，她又提议说我们可能每个小组得出了不同的东西，组合在一起才能离开。果然，其他小组在小岛上得出的东西分别是火柴，燃油和小船。所以这个游戏的答案最终是一个小岛上的人开着小船，去剩余3个小岛上收取和分配燃油，木头和火柴，然后点火求助来离开小岛。

游戏大家玩得很开心，讲师后来问了我们三个问题：组里是如何解决推理问题的？谁想到了同其他小岛上的人合作来升起篝火？你觉得这个游戏和我们宣传的领导力培训有什么关系？她的问题让我重新思考了我们的游戏过程。HR的确善于为人民服务，当不是所有人都能看到题目的时候，K选择了读题让大家节约时间，更好的解决问题，当然她自己也在很努力的去解题。G来自技术部门，解决问题分而治之的想法在他的潜意识里。V读完题目后直接沉浸在解题的思路中，而且是第一个找出推理关键词的人。A最厉害，不但指明了解题努力的方向而且遇到瓶颈时候，敢于跳出问题背景去找解决方案。所以整局游戏中，我们的领导力配置是这样的：Innovate: A（提出了培训和解题的相关性）

Advocate: A（号召大家来按照她的想法解题），G（实施分而治之的想法）

Collaborate: A（同其他小组合作），K（为大家读题）

Execute：A（和其他小组沟通），V（解题速度）

Personalise: 虽然G提出了分治的想法，但是并不是把每个合适的题目分配到合适的人身上。哦，对了，如果你问我做了什么，很遗憾的告诉你：我解题没解出来，解题思路也没有很开阔，只是选了一个好的小组，然后躺赢。

讲师和我们说：一个好的经理是需要号召大家（Advocate）来采用适当的方法（Innovative）来解决问题。好的执行力（Execution）固然重要，但是把每个子任务分配给合适的人（

Personalise) 并采取合作的方式 (Colloborate) 更是获得成功的重要因素。讲师还安慰我们说如果大家觉得自己有差距不要担心, 有些东西是可以通过刻意训练形成习惯培养出来的, 希望大家能够在实践中不断练习和反思, 让领导力成为自己的DNA。

如果上一个游戏是关于“做”, 讲师同样强调了“说”并不廉价(Talk is NOT Cheap)。因为如果不能很好的表达出来自己的思想和内容, 你的贡献和影响力都将大打折扣。我们每个组被分配了一个2分钟演讲的题目。我们分配的题目是“Promote Personal Branding Coaching in XX”。两分钟的时间里, 我们被录了像, 然后看自己的演讲表现。我的演讲逻辑性和实用性还不错, 首先说明了个人专业品牌的树立对于个人职业发展和公司的竞争力有重要意义, 然后举例说明了一些提升个人专业品牌的方法, 最后提出了一个口号: 更好的个人品牌, 更好的机会, 更多的生产力。我的演讲没有什么问题, 组里其他两个人的演讲也值得我去借鉴: S重新包装了电梯测验的故事。有一次她在电梯上面对了公司的CEO, CEO问她的工作是什么, 她非常尴尬的回答了I am curently sitting on the bench (我现在没活干的委婉说法)。她说她下次不会这么回答了, 她会告诉CEO: She is helping XX to source top talents aligned with company's stragety (我在帮助XX寻找和公司战略相一致的最好的人才)。这是她对自己的定位, 故事有意思也让大家记得住。A可能是做幻灯片多的缘故, 她在我们脑海里勾勒除了一组画面。想象一下, 背景音乐响起, 当我们看到BMW的logo, 我们会想到高级汽车, 当我们提到Apple, Samsung会想到智能手机, 当我们提到雀巢会想到咖啡和食品。她接着说, 当把你的照片映射到屏幕上的时候, 客户会想到什么? 通过用一系列的类比, 她阐释了个人专业品牌的重要性, 说作为一个专业的服务公司, 如果没有足够的个人品牌积淀, 是难以取得客户信任并赢得合同的。她最后补充道, 如果可口可乐和BWM都造了汽车, 你一定会买BWM的, 因为它在我们眼中是“The Ultimate Driving Machine”, 而可口可乐在我们眼中是“Declicious and Refreshing”。A的故事有逻辑但不复杂, 讲得自然, 让人信服。

故事讲完了, 再看自己的录像发现了很多问题: 英文的语速和发音都不够好, 肢体语言不够稳重。但是也发现自己脸皮和自信心都比较大, 什么东西都敢上来就讲了, 给人的感觉还是有信服力的。不管怎么说, 我对领导力的理解还很浅显, 培训中的这两个小片段, 让我反思我的行为方式和领导力上的优劣势, 我希望一年以后我再来读我写的文章的时候, 我自我评价的领导力能够有所提升。