

## 淡季培训的作用

张鹏华

淡季培训是解决工作学习矛盾、提高员工整体素质的主要形式和有效途径。

小平同志曾说：“不注意学习，忙于事务，思想就容易庸俗化。”这句话也是我们当前许多员工的真实反映。一是在忙碌的工作中放松了学习；二是在思想上轻视了学习，认为自己就是个检票的、发鞋套的、播放幻影的，用不着学习。三是因自身问题，学习有困难而放弃。这些想法和现象不仅是个人发展的阻力，也是制约博物馆发展的瓶颈。

学习是提高个人素质的必由之路，也是我们开阔视野、转换工作思路、创新工作方法、提高工作效率和服务质量的有效途径。学习不仅仅是一个人发展的需要，同时也是博物馆发展的需要，学习优差，不仅影响班组，更重要是影响博物馆。要提高综合素质，就必须从学习开始，我们一线大部分员工不是专业学校毕业的，而是从周边招聘来的，没有经过系统的学习和培训，当他们进入博物馆这个服务行业工作一段时间，要么不适应，要么新鲜度一过觉得单调，如果不进行系统的培训，让他们融入博物馆文化氛围，就会产生流动。从表面看人员流动是正常现象，解决办法就是不断招聘，但安全防范意识、文明礼仪、服务水平等永远停留在初期适应阶段。

服务业的品牌管理与工业的品牌管理完全不同，产品管理是关于产品，而服务的管理是关于人，在服务行业，人就是品牌。大家知道传统的营销是靠理解顾客，靠揣摩顾客的心里，准备买什么或者拥有什么。博物馆服务品牌，是让员工热爱博物馆，认识博物馆，了解博物馆，展示博物馆。要实现这一目标的有效途径就是结合实际，制定和完善培训的规章制度和管理办法，使培训工作规范化、制度化。

经营产品品牌，你可以用75%的时间、金钱和精力来影响顾客而只用25%应对剩下的一切。而经营服务品牌你必须至少用50%的时间、金钱来影响自己员工。优先权正好相反，产品品牌以顾客为先，而服务品牌以自身员工为先。要想是品牌服务有效，就必须培训员工亲历他们的服务品牌，因为对游客而言，代表品牌的人就是品牌，如果员工表现不当，品牌与游客之间的关系就会崩溃。就会造成游客高兴而来，遗憾而归，投诉增多，反面宣传增多，就会给博物馆的形象蒙上一层阴影。金杯银杯不如游客的口碑，况且我们是国家一级博物馆，国家旅游名片。更应该加强培训，内强素质，外塑形象是当务之急。

围绕馆培训的同时根据各自不同的岗位开展自学，主要包括礼貌礼仪、服务意识、本岗位所需的服务知识和专业技能。构建“学习型”部室，形成良好的学习氛围。建立学习制度，对学习的时间、方法、责任等作出具体规定；建立监督机制，保证小组和每个成员按照学习制度要求认真搞好学习；建立考评制度，每位员工年初都要制定读书计划，把业务学习、岗位练兵、提高服务、工作技能列入部室目标任务之中。每个同志都要根据自己的工作岗位和实际情况，自觉地加强学习，充分认识学习的紧迫感，把学习作为个人发展和博物馆发展的战略来抓，把学习作为一种素质、一种责任、一种追求、一种境界，做到勤学习、勤思考、勤实践。使淡季培训的知识在自己岗位上生根、发芽、开花、结果。

培训就是管理，制度成就实效。利用旅游淡季组织员工系统学习管理和服务知识，提高管理和服务技能，全面掌握预案要求和职责，集中精力解决博物馆在经营管理和服务中存在的主要问题，从而促使员工素质和服务质量、安全防范意识有明显提高，促进博物馆的经营管理水平有较大改进，推动博物馆精神文明建设向纵深发展。

