

## 节选

# IDC MarketScape: 2010 年全球 IT 教育和培训供应商分析 (节选自 IDC #221486)

Cushing Anderson

## 节选内容

本节选直接摘自由 Cushing Anderson 撰写的 IDC 竞争分析报告“IDC MarketScape: 2010 年全球 IT 教育和培训供应商分析”(Doc#221486)。本节选包括以下章节的全部或部分內容: IDC 观点、研究內容、未来展望、供应商摘要分析、了解更多信息、概論。另外还包括图 1 和图 3。

## IDC 观点

本 IDC 研究是从名称为 IDC MarketScape 的供应商评估模型的节选內容。本次调研是一项定量和定性的特性评估, 阐述供应商如何在市场中取得成功和抢占优势地位。本研究对许多技术供应商进行了评估, 他们参与 IT 教育市场, 作为支持其技术销售的一项业务 (LOB)。本评估以综合性的框架和一系列参数为基础, 它们评估供应商相互之间的关系, 并评估短期和长期內对供应商在指定市场中取得成功作用最大的因素。作为期望中的市场领导者, 总体而言, 这些供应商在此次评估中的表现非常出色。主要的研究成果包括:

- ☑ **授课形式和培训产品组合是强项。** 供应商普遍能够采取多元化授课形式来进行各种培训, 大多数供应商增强了他们提供虚拟教师指导培训 (v-ILT) 的能力, 从而帮助降低培训成本和提高授课灵活性。
- ☑ **教育服务通常是弱项。** 虽然所有供应商都提供定制培训计划, 包括定制內容、授课形式、时间安排等等, 但是很少有供应商真正能够成为 IT 部门可以信赖的顾问, 来为他们提供人员安排、技能要求和最佳实践等 IT 组织管理方面的建议。
- ☑ **教育销售一直是最薄弱的环节。** 技术供应商对销售教育服务的看法并不复杂。一些供应商制订了计划, 为销售的每个产品提供培训积分。而很少有供应商将向企业销售教育服务视为一项“咨询活动”, 代表着为企业进行需求评估, 展望客户企业 IT 部门的“未来”状态, 并且借此机会展现训练有素的 IT 工作人员对运营成功所产生的影响, 从而确保得到企业中相关人员的接受和认可。销售重点的略微转移将可能给客户的成功、客户满意度和教育收入带来显著的变化。

## 研究內容

本 IDC 研究采用称为 IDC MarketScape 的供应商评估模型。本次调研是一项定量和定性的特性评估, 阐述供应商如何在市场中取得成功和抢占优势地位。

本研究对参与 IT 教育市场的许多供应商进行了评估。本评估以综合性的框架和一系列参数为基础, 它们评估供应商相互之间的关系, 并评估对供应商在指定市场中取得短期和长期成功作用最大的因素。战略轴表示三至五年的时间跨度和未来的前景, 而能力轴

表示当前产品和上市执行情况。代表供应商的圆圈的大小表示每个供应商的市场份额，供应商名称旁边的加号、等号或减号图标表示供应商的逐年增长率，分别代表增长速度是高于、等于还是低于整个市场。

整个研究包括以下内容：1) IDC 分析师认为某些特性有助于建立成功的 IT 培训业务，对这些特性的定义或说明；2) 集合展示多个供应商情况的一个泡状图；3) 为了支持这些供应商培训产品的持续发展和改进，IDC 提供的重要指导意见。

## 现状一览

IT 教育市场涵盖在技术主题、流程和功能方面对客户和合作伙伴进行的培训。这一市场主要由四种机构提供服务：

- 培训自己员工的内部培训部门。
- 专业提供培训的培训专家，既可以是供应商，也可以是个人。
- 向客户提供培训的系统集成商或 IT 顾问。
- 技术供应商本身，他们为客户和合作伙伴提供培训作为一项增值服务。

本 IDC MarketScape 重点探讨 IT 供应商的培训业务。各种类型和规模的 IT 供应商均设有对外培训业务，负责对客户和/或合作伙伴进行培训。其在公司内的职责包括撰写功能文档、宣传产品、促进采用、开发渠道以及优化产品价值。如果不清楚地定义并良好地执行客户和合作伙伴教育业务，IT 供应商（及其培训业务）可能在他们所服务的市场中陷入错误的角色。

本文重点阐述提高 IT 供应商培训业务机构的业务执行情况。根据 IDC 对市场主要参与者的调研、观察和采访，本文提供了大量成功构建、保持和发展培训业务的“实践”或“方法”。

---

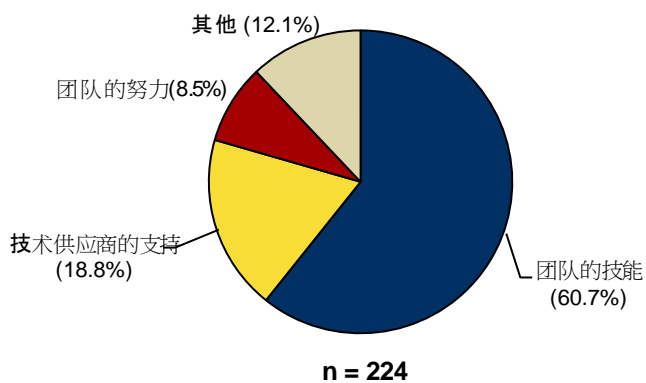
## IT 教育的价值

除了技术之外，决定一个 IT 解决方案成功与否的最重要因素是 IT 职能团队的技能。事实上，根据 2008 年完成的一项调查，我们发现超过 60% 的 IT 经理认为团队的技能是执行关键 IT 职能的最重要成功条件（见图 1）。

图 1

### 执行关键 IT 职能的成功要素

问. 以下哪些因素对成功执行技术职能的作用最大?



来源: IDC 的绩效影响研究, 2008

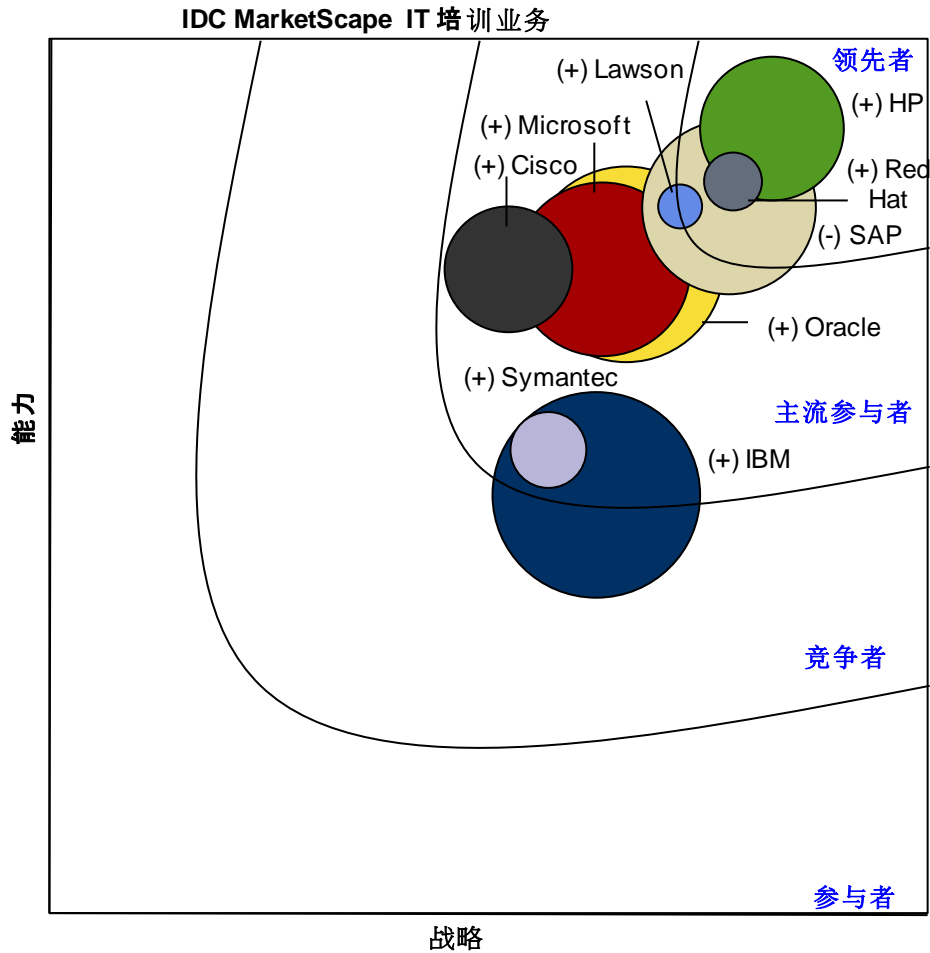
## 未来展望

### IDC MarketScape IT 培训供应商 市场评估

关于 IT 培训业务的 IDC MarketScape 供应商分析模型旨在概要分析技术供应商在指定市场中的竞争情况。该调研方法采用基于定性标准和定量标准的严格评分方法, 以一个图形直观地表示每个供应商在指定市场中的地位。能力得分度量供应商在短期内的产品、上市以及业务执行情况。战略得分度量在三至五年时间内供应商的战略是否与客户要求相一致。圆圈大小代表供应商市场份额。供应商名称旁边的加号、等号或减号图标表示供应商在指定市场中的逐年增长率 (见图 3)。

图 3

IDC MarketScape IT 培训供应商评估



来源：IDC，2009

## 市场分析

本分析揭示了这些供应商之间持续的高水平竞争。在 15 项子标准的大多数类别中，供应商的平均评级是“非常好”。因此这些供应商之间的差距非常小，本次分析为所有客户（以及供应商本身）提供了保证：每个供应商都能向客户恰当地提供高质量的培训体验。

同时，市场整体在某些类别中表现较为薄弱，而在另一些类别中则表现强劲。

### 市场强项 – 授课形式和培训产品组合

供应商普遍能够采取多元化授课形式来进行各种培训，并且随着新方法的推出而一贯地改进其培训产品。Cisco、Microsoft、Red Hat 和 SAP 等利用远程实验室提供高度模拟工作任务的实践练习。而且，许多供应商都提供针对集成人员、操作人员和最终用户的认证。

在大多数供应商那里，平等地提供电子学习和教师指导这两种形式，不过异步电子学习正在日益被同步虚拟教师指导培训所取代。大多数供应商增强了他们提供虚拟教师指导培训的能力，从而帮助降低培训成本和提高授课灵活性。为了能够进行搜索，培训内容正在逐步实行格式化，不过大多数供应商尚未将他们的内容置于更广泛的企业搜索引擎之下。

另外，所有供应商都普遍致力于扩大他们的培训产品范围，以便为更广泛的客户受众提供相关的培训，除应用培训之外，通常还包括流程培训。

### **供应商机会 — 教育服务、成本控制和捆绑**

另一方面，很少有供应商真正能够成为 IT 部门可以信赖的顾问，来为他们提供人员安排、技能要求和最佳实践等 IT 组织管理方面的建议。由于 IT 部门的成功与其组织能力密切相关，供应商需要能够阐明客户的优势或弱点，从而适当地建议培训方案。培训服务战略应该将重点放在确保组建最佳团队和消除技能差距上。虽然 Red Hat Education 的培训机构规模相对较小，但是它在恰当地利用整套评估对个人和团队进行诊断并提出建议方面，竖立了一个正面的典型。

很少有供应商对他们的培训产品运用协作开发这一理念，这可能过于超前，甚至难以实行。通常情况下，大多数供应商不会在相关产品的 beta 测试阶段推出培训，而让外部行业专家 (SME) 有机会检查和改进他们的课程。更多的供应商则利用他们的教师社区在开发培训的过程中提供反馈或建议。这两项战略都减少了创建培训内容的时间和成本，并且可以提高质量。

最后，作为一项规则，供应商并不对旨在帮助客户组建得力团队的培训产品进行定价或销售。几乎所有的供应商都实行捆绑战略，让客户能够以更高的折扣购买培训。但是，只有 Lawson 和 Oracle 提供团队培训计划，鼓励客户打造胜任的管理员、主管和经理。供应商对这一方面的忽略，会加重 IT 经理的负担，他们必须自己决定正确地安装和运行特定应用程序或工具所需的培训程度和数量。供应商有待进一步加以改进，为企业发挥咨询作用，高水平地提供更多培训服务，帮助客户认识和执行符合其需要的人才发展战略。

总体而言，除了这些不足之处外，供应商在此次评估中的表现都非常优秀。

---

## **供应商摘要分析**

本节简要介绍决定供应商在供应商评估图中所处地位的主要因素。我们按照大约 57 项特性对每个供应商进行评估，而此处的评述来自对供应商得分结果的简要摘录。

### **SAP**

SAP 是 IT 教育方面的 IDC MarketScape 领先者。与每家经过审核的供应商一样，SAP 提供大量软件和解决方案产品的相关培训。但是，与大多数供应商不同的是，SAP 认为在发布 beta 测试版本的软件时必须提供培训，目的在于对培训进行“测试”，并帮助其生态系统和早期采用软件的客户成功地部署新软件。

SAP 以多元化的授课形式提供课程，包括公开和专门、虚拟和实时、按需随选等等。此外，它还部署了各种模拟游戏，为商业用户提供深入、实践性的学习体验。这些游戏主要用于 SAP 的“大学联盟”计划，讲授供应链管理、财务规划和报表制作等的概念，但是也可在企业环境中使用并具有宝贵价值。

除了长期的 EPSS 培训产品 SAP Productivity Pak 之外，SAP 还一直在增强其虚拟教师指导培训 (v-ILT) 及其员工绩效支持培训产品：

- ☒ **SAP BusinessObjects Knowledge Accelerator:** 这是一项基于 Web 的产品，提供关于各种 BusinessObjects 产品的自控制进度培训和支持。
- ☒ **SAP User Experience Management:** 这个工具帮助客户度量最终用户绩效和体验，以便改进定制的培训产品。

面对广泛的课程组合以及授课形式，个人学习者或经理很难确定最合适的课程。SAP 提供关键字搜索，可以帮助在 SAP 教育站点的课程说明内查找关键概念，从而增强了课程查找能力。

另外，SAP 进一步加强对客户培训需求生命周期的认识和响应 — 从熟悉和实施培训，到用户培训、高级用户培训，最后到升级或补充培训。生命周期概念可以帮助确保当客户对相关产品的需求和使用情况随时间而改变时，他们的培训需求将会适当地得到满足。

SAP 的总体目标是确保使用 SAP 解决方案的每个人获得最合适的培训。SAP 促进更广泛可用性的一条途径是，将其订阅计划从个人名义的用户扩大到企业订阅计划，企业可以订阅按需随选的课程或其他课程，并且任何指定的员工都可以参加这些课程。这有助于企业为整个项目或职能团队安排培训，并且确保新成员无论在何时加入团队都可以受益于相同的培训体验。

为了更有效地为个人和团队制订综合计划，SAP 开发了自我管理培训的需求分析，并且创建了面向个人的学习地图。SAP 已进一步将重点放在帮助客户监控已部署产品的采用情况上。User Experience Management 工具有助于客户掌握员工使用各个模块的情况，方便制定变更管理或知识传播战略。

为了进一步支持其培训业务的发展，以及为了帮助客户更成功地采用 SAP 产品，SAP 将进一步加强最终用户培训。

SAP 的重要强项之一是利用实践社区 (CoP) 来开发培训内容、度量兴趣程度并接收反馈。除了 CoP 之外，SAP 还在完成课程和取得认证分数后通过调查收集技能评估，并收集全球支持反馈以及来自课堂体验的教师反馈。然后，将收集的数据馈入课程设计工作组，让课程和认证更切合实际需要、更富价值。其中还包括通过非调查手段从教师、顾问、技术支持和学生处获得的反馈。

SAP 还在内部网站上提供其培训内容，便于公司内的其他服务和业务重新加以利用。全球支持、预售和咨询等部门可以将培训内容重新用于不同用途。

#### 改进领域

尽管 SAP 在供应商评估图上获得了较高的评分，但是它仍有许多有待改进的领域。公司目前正在开发 SAP 所提供培训的需求分析，以便帮助顾问和销售管理人员为客户开发更有效的教育服务解决方案。该公司还在考查续订率和培训消费之间的关联，并寻求在受过培训的客户和支持中心之间建立关联。

虽然搜索能力在不断地改进，但是关键字搜索既没有扩展到更广泛的 SAP 站点，也没有扩展到专门的支持站点。如果用户知道他们正在寻求的特定课程，这或许尚可接受。但是，如果他们试图解答特定的支持问题，并在主站点或支持站点上进行搜索，则相应

的课程不会作为解决方案呈现出来。这种培训产品与问题用户之间常见的脱节问题正在解决之中。

## 重要指导意见

本次研究得出的主要结果是大多数供应商具有很强的能力。大多数供应商具有以下特点，仅略有差别：

- ☒ 他们通常都为主要产品提供培训服务。
- ☒ 他们的培训产品正朝着更便利的电子学习模型演变。
- ☒ 他们的培训由行业专家和学习专家共同开发。
- ☒ 他们的运营富有效率而足以产生利润。

这些供应商以及整体市场有待改进的共同领域在于如何销售培训和如何使培训内容可供搜索。

技术供应商一般对销售服务的看法通常并不复杂，对培训而言尤其如此，他们试图创建一种方便附加到许可证销售的 SKU。很少有供应商将向企业销售教育服务视为一项“咨询活动”，代表着为企业进行需求评估，展望客户企业 IT 部门的“未来”状态，并且借此机会展现训练有素的 IT 工作人员对运营成功所产生的影响，从而确保得到企业中相关人员的接受和认可。通过利用他们广泛的咨询能力，培训业务机构真正能够成为 IT 部门可以信赖的顾问，来为他们提供人员安排、技能要求和最佳实践等 IT 组织管理方面的建议。

供应商只在极其有限的范围内允许对他们的培训内容进行搜索。大多数供应商只让标题、日期、形式和产品可供搜索。有些供应商还进一步提供了有限的关键字搜索能力。只有少数供应商让课程说明或主题纲要可供搜索，而没有一家供应商提供对所有内容的关键字搜索。而且，同样令人吃惊的是，即使在供应商的主网站内，通过供应商的企业搜索引擎也搜索不到教育产品。IDC 不清楚为什么要对培训内容的搜索加以这些限制。至少，在供应商网站主页和教育子站点中进行搜索时，应该返回与教育有关的相同内容。最好，网站上的搜索应该包括课程内容、目的甚至教学笔记，并返回每个相应的课程标题。

IT 教育的授课形式发生了很大的变化，这方面的例子有很多，这些变化让客户获得的体验和价值显著提升。在本次分析当中，IDC 注意到各个供应商：

- ☒ 密切监控技能需求，确保相应的培训能力。
- ☒ 拥有强大的学习开发途径，帮助客户为使用复杂的技术做好充分准备。
- ☒ 广泛使用电子工具包，从而更迅速地传播更新的培训内容，推动将培训材料作为“参考材料”使用。
- ☒ 从技术技能与技术价值之间的关联方面加强营销。
- ☒ 展示了与提高的客户满意度相关的良好配售率。

- ☒ 除使用技术之外，部署了帮助客户采纳技术的服务。
- ☒ 在内容开发中集思广益，以便帮助控制成本，并充分利用来自现有社区的内容和体验。
- ☒ 使用用户创作的简短内容作为“非正式”培训的一种交付形式。
- ☒ 提供有关产品利用、改进 IT 风险管理流程的最佳实践和专业认识，帮助打造胜任的团队。

从每项培训产品中反映出，IT 教育正在高效而不一致地发展。许多供应商仅仅采纳或利用了以上一些做法，而没有一家供应商运用所有这些做法。虽然 IT 教育的客户应该相信他们从供应商获得了高质量的 IT 指导，但是供应商仍有继续改进的空间。

## 了解更多信息

---

### 相关调研

- ☒ *全球及美国 IT 教育和培训 2009–2013 预测更新* (IDC #220204, 2009 年 10 月)
- ☒ *全球及美国公司电子学习 2009–2013 预测：成本节约和效率推动缓慢的市场* (IDC #219499, 2009 年 8 月)
- ☒ *IT 教育的交付形式选择* (IDC #218357, 2009 年 5 月)
- ☒ *全球及美国 IT 教育和培训 2009–2013 预测：影响虽然明显，但是会随时间而缓和* (IDC #217439, 2009 年 3 月)

### 概论

本 IDC 研究采用 IDC MarketScape 模型对参与 IT 教育和认证市场的许多供应商进行评估。IDC MarketScape 是一项供应商评估方法和工具，旨在评估供应商相互之间的关系，并评估对供应商在指定市场中取得成功作用最大的因素。本评估以综合性的框架和一系列参数为基础，它们评估供应商相互之间的关系，并评估对供应商在指定市场中取得短期和长期成功作用最大的因素。

“教育客户可以相信，他们的技术供应商正在以不断改进的形式提供非常好的指导。总体而言，供应商最大的弱点在于销售培训和定位培训，从而确保客户从他们所采购的技术中获得最大效益。” — IT 教育和培训服务调研部项目副总裁 **Cushing Anderson**

## 版权声明

本 IDC 调研文档作为 IDC 持续性情报服务的一部分出版，提供书面调研、分析师互动、电话报告会和会议。请访问 [www.idc.com](http://www.idc.com) 了解关于 IDC 订阅和咨询服务的更多信息。欲查看 IDC 全球办事处名单，请访问 [www.idc.com/offices](http://www.idc.com/offices)。请联系 IDC 热线 800.343.4952，分机 7988（或 +1.508.988.7988）或者 [sales@idc.com](mailto:sales@idc.com)，了解有关申请以本文价格购买 IDC 服务的信息，或者了解有关其他副本或 Web 权利的信息。

版权所有 2010 IDC。未经授权，不得复制。保留所有权利。