



上海中欧国际文化传播有限公司

企业详情

企业官方注册名称： 上海中欧国际文化传播有限公司
 企业常用简称（英文）： ECEIBS
 企业常用简称（中文）： 中欧商业在线
 所属国家： 中国
 中国总部地址： 上海市浦东红枫路699号
 网址： www.eceibs.com
 所属行业类别： 领导力发展培训、在线和移动学习、个人能力发展、专业能力发展
 在中国成立日期： 2008年
 在中国雇员人数： 50-100人

业务详情

1、主要客户所在行业： 生命科学（如医药，医疗器械等）、汽车及零部件、互联网与游戏业、房地产业、金融服务（如银行，保险，财富管理）

2、曾服务过的客户案例：

客户案例一：

所提供的服务类别	领导力发展培训、在线和移动学习、个人能力发展
客户公司性质	外商独资
客户公司行业	互联网与游戏业
客户当时的需求	客户公司作为电商企业，在近几年经历了快速的发展，基层管理者的管理意识和水平落后于业务发展的速度，尤其是在经历了并购和整合，传统短平快的方式，以及更加关注于业务而忽略人的重要性，都需要进行变化。
具体服务内容	2016年，客户公司与中欧商业在线展开合作，以《新经理成长营》在线管理课程作为知识输入，推出了“Youth-MBA”项目。基于针对培训对象的调研和访谈结果，为客户公司内部设计了新经理成长营的Y型模型，分为“思维”、“行为”、“成就”3个阶段



	和11个维度，Y型模型与中欧商业在线《新经理成长营》“转角色-定目标-带团队-赢绩效”的学习路径高度匹配，在各个阶段分别配置18门在线课程，并和其他面授课程、案例学习、经验交流（外部参访）、拓展学习、行动学习等有机组合，将技能的提升和锻炼进行重复，强化掌握。
服务成果	项目结束后，中欧移动学习平台的后台数据分析显示，在线学习的完成率达92%，人均学习时长达60小时。学员上级反馈，项目结束后，下级的工作积极性得到了很大的提高，产生了与公司共进退的想法，特别是企业并购后的工作状态，变化明显。

客户案例二：

所提供的服务类别	领导力发展培训、在线和移动学习、个人能力发展
客户公司性质	民营
客户公司行业	金融服务（如银行，保险，财富管理等）
客户当时的需求	<p>转型创新：证券行业不断创新发展，客户公司积极探索财富管理转型与业务创新发展，业务结构不断优化，规模不断扩大，对组织能力提出新的要求：（1）原先简单交易业务下的“单兵作战”模式需向财富管理与创新发展下的“1+N”协作模式转型；（2）各新设网点急需“Team Leader”开拓业务。“客户公司—中欧 MiniMBA 计划”（以下简称“MiniMBA”）是由公司前期项目“金鹰计划”迭代创新运营而成，旨在培养符合公司发展新需要的管理人才。</p> <p>开展时间：3个月/班</p> <p>目标人群：各地分支机构新近提拔的团队长与总部相关精英骨干</p> <p>面临挑战：公司那么大，如何定位目标学员？背景如此不同，课程怎么配？大规模的在线学习，如何组织？如何持续有效运营？</p> <p>用户画像：培养对象的典型描述</p> <div data-bbox="619 1621 1382 1850" data-label="Complex-Block"> <p>用户画像-基本属性</p>  <p>姓名 王小兴 年龄 28-35 职业 营业部高级理财顾问 团队长</p> <p>收入 10W-50W 学历 本科</p> <p>痛点</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 业绩突出，转型管理，无从下手 ● 业绩方向新突破，奠定先锋地位 ● 备战适应战略、新形势 </div>

- 一般背景：MiniMBA 学员要求本科及以上学历，业绩突出，目前在各单位担任基层管理岗位——团队长，带领 3-12 人的团队。
- 管理提升：非常有意愿提升管理能力
- 专业提升：分支机构的理财顾问面临着由单一的经纪业务变为机构、投行、新三板等综合业务的转换，急需提升各类综合业务知识技能。

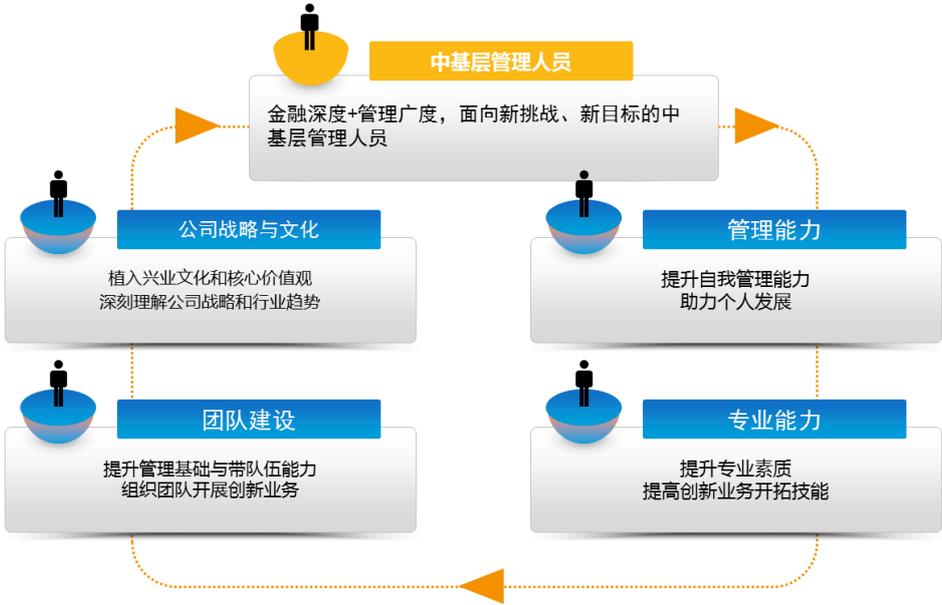
X 的培训团队还对学员用户的个性、社会、学习特征等衍生属性进行了深入的分析：



MiniMBA 的学员大部分是 85 后,爱好广泛,是移动时代的跟随者,对于新的学习方式接受度高,同时对于全线上的移动学习,又有易放弃的特点,对于认可的团队,投入度比较高,有粘性。85%的社交沉浸于微信,微信对于时间的占有率非常高,是高频的信息获取渠道。

聚焦目标, 创新设计

MiniMBA 的培训目标旨在锻造一支植入客户公司文化和核心价值观,深刻理解客户公司战略和行业趋势,匹配公司未来业务结构、规模和行业地位对组织能力的要求,精通业务与管理,具备金融深度与管理广度。因此,此次培训也从这两条主线出发:管理技能与

	<p>金融专业，分别配置线上、线下课程，并灵活运用各种运营方式——翻转课堂、游戏化、社群学习，确保高覆盖率、经济又高效。</p>												
<p>具体服务内容</p>	<p style="text-align: center;">线上管理+线下专业双通道课程体系</p>  <p>线上开设：中欧商业在线权威在线管理课程，必修课+选修课，另与中国证券业协会、纽约金融学院合作引入各类创新转型类专业课程。</p> <p>线下开设：行业知识相关专业课程，以及《情境领导 II》、《了解自我—性格类型》等课程。</p> <p>乐学、分享、创新、践行=兴证特色的 O2O 运营</p> <p>“乐学、分享、创新、践行”是学院的精神，也是对 O2O 运营的最好指引，而 O2O 运营则是为了让这些精神能够更有序地发生。</p> <div style="text-align: center; background-color: #333; color: white; padding: 10px;"> <p style="background-color: yellow; color: black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">让学习有组织的发生</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="border: 2px solid yellow; padding: 5px; text-align: center;">运营</td> <td style="border: 2px solid yellow; padding: 5px; text-align: center;">游戏化</td> <td style="padding: 5px;">规则，乐学+</td> </tr> <tr> <td style="border: 2px solid yellow; padding: 5px; text-align: center;">运营</td> <td style="border: 2px solid yellow; padding: 5px; text-align: center;">社群</td> <td style="padding: 5px;">自组织载体，分享+</td> </tr> <tr> <td style="border: 2px solid yellow; padding: 5px; text-align: center;">运营</td> <td style="border: 2px solid yellow; padding: 5px; text-align: center;">平台</td> <td style="padding: 5px;">资源整合，创新+</td> </tr> <tr> <td style="border: 2px solid yellow; padding: 5px; text-align: center;">运营</td> <td style="border: 2px solid yellow; padding: 5px; text-align: center;">翻转课堂</td> <td style="padding: 5px;">知识落地，践行+</td> </tr> </table> </div>	运营	游戏化	规则，乐学+	运营	社群	自组织载体，分享+	运营	平台	资源整合，创新+	运营	翻转课堂	知识落地，践行+
运营	游戏化	规则，乐学+											
运营	社群	自组织载体，分享+											
运营	平台	资源整合，创新+											
运营	翻转课堂	知识落地，践行+											

- **乐学+**：在运营的设计中，好玩有趣的游戏化运作能够引发学员的兴趣，保证线上学习的参与度，让学员更好投入线上学习，游戏化是线上运营的规则。
- **分享+**：社群是游戏化的载体，让学员有了归属，彼此为了共同的目标互相促进。学员对所在社群的黏性和认可，可以充分发挥学员的认知盈余，进行创新分享，形成组织知识的沉淀。
- **创新+**：平台和资源的整合和创新使用，可以给运营带来更多的便利，增加趣味性。
- **践行+**：将线上课程翻转到线下，深入翻转知识点的应用，将学习落实到行动中、将反思落实到工作中。

整合平台：X-中欧 Mini-MBA 的实施中，融合了多种资源平台，包括中证协、中欧在线的课程与平台，武汉大学、合得国际、纽约金融学院等知名的院校和培训机构。在运营环节，培训团队还借助了免费的定制化游戏制作网站和 H5 开发网站，开发适合项目的创新游戏及宣传片，实现游戏、营销、现场互动、宣传的全频道运营。

运营亮点 1：人力资源部密切配合，为项目运营提供强有力的组织保障

人力资源部高度重视该项目，积极参与项目启动与结训总结，担任学员“助威大使”，密切关注学员学习表现，并将学习纳入基层干部考察内容等，为项目的有效运营提供了强有力的组织保障。这也使公司骨干人才的育、用一体化，助力公司人才梯队建设。

运营亮点 2：翻转课堂 2.0

培训运营-翻转学习



线上管理课程
翻转
线下《情境领导II》

将在线的《发展他人》4门课程与版权课程《情境领导II》互相浸润：

前期（第一个月）：学习4门《发展他人》在线课程，学员可以根据所学的工具，结合实际工作问题，提交一个mini案例。最后共收到37篇案例，教务组从中选出10篇优秀案例，制作成微信发布，由学员们投票评选出“最佳案例奖”。

中期（第二个月）：集中参加面授课程《情境领导II》。有了前期的学习，很多知识点可以直接匹配，全面导入、融合。由于中欧商业在线的每门课程均配有情景案例，面授时可以直接用案例中的故事作为研究点——在线课程里的某主角处于什么发展阶段？他的上司用了什么样的辅导方式？为何采用这种方式？学员用“情境领导”的方法论去一一梳理、诊断。

后期（第三个月）：重新回顾之前提交的优秀案例，审视真实的工作问题；有了中期解决模拟问题的经验后，学员们更有自信了，能用新的视角与工具，更深入地分析问题和解决方法的有效性，融会贯通地学以致用。

中后期的线下翻转也促使很多学员去温习线上课程，把第一次学习时可能忽略的知识点学到位，产生了线上线下互相促进的良好循环。



训后发现，学员不仅将管理课程应用到工作中，指导下属提高胜任力、辅导新员工的营销技巧，还应用到生活中指导亲人写论文等，工作和生活中的行为都发生了改变。

运营亮点 3：用户仪式感打造

用户体验—仪式感



全真MBA录取流程

网申-笔试-
能力测试-推荐-录取



校园情结

中欧线上、武大线下
中欧校园开训、结训



学长学姐

华中班与上海班的连接
督教授选助教

对于学员的“校园情结”的营造，项目采用模拟全真的“MBA 录取流程”——网申-笔试-能力测试-推荐-录取，部分面授课程在武大授课，并在上海中欧校园举行了开训、结业典礼。引入虚拟角色“督教授”管理线上学习，有积极性的学员可以主动请缨，用“都教授”的卡通形象“匿名”管理各种学习活动，调动气氛；此外，X 与中欧商业在线联合颁发结业证书，充分营造 MiniMBA 的仪式感，让学员认真对待每一个学习任务和学习活动。

运营亮点 4：游戏化，用趣味与娱乐使学习记录显性化

游戏化学习设计的基本元素是：积分、徽章、排行榜，这些能迅速激发学员的兴趣，让其投入到线上的学习环节中，积分、徽章、使学员建立目标感，不断地为了目标完成课程的学习。同时辅以不断的新挑战，增加学员改变游戏中现状的机会，激发学员持续学习的内在动机，在这个过程中创造竞争和合作的机会，使游戏始终处于变化的过程中。

除了给予学员趣味性的刺激外，X 培训团队还掌握了游戏化的另一个关键优势——让零散的学习活动记录得以量化与显性化。

在 MiniMBA 项目中，把线上/线下课程设定成一个个任务，每周

发布任务，分别通过团队与个人两条游戏路线来激励学员：

① 公司资本金力促团队上市

每个小组模拟一个公司运作，目标是上市；公司可以经营由执委会制定的常规任务也可经营创新业务，为自己赚取资本金，教务组发布的课程任务需要资本金购买，完成课程任务也有资本金的奖励。特别的任务有额外的资本金可以赚取，每周公布各公司的资本金排行榜。每个公司的目标是在结业的时候拥有良好的资产进行“上市”。

最终，脱颖而出的三个团队，在毕业典礼上模拟 IPO 路演展示他们的成果，角逐最佳上市，他们在结业典礼上采用各种有趣的方式，比如 CEO 宣讲、模拟财经访谈节目等，极大地感染了现场其他学员。

② 个人养分成就“梦想树”。

在开始学习之初，每个人都有一颗梦想种子，学员的线上学习和线下学习的行为的考核均记录在“养分”中，养分用以浇灌梦想树，达到一定养分值梦想树就可以长大，直至长成大树，开花结果。最终养分还可以在梦想图书馆中兑换图书，支持持续学



习。

为了真正改变学员行为，避免“为了积分而积分”，X 的培训团队结合线上课程，每周设置了一些特别任务，举例来说：

- 在用翻转课堂学习线上管理课程的时候，鼓励学员在群里进行 mini 案例的分享，鼓励学员将所学应用到工作中，将学以致用贯彻到底。
- 学习《投资者特征》线上课程，教务组设置特别任务：微信群内分享“那些年遇到的投资者”；
- 学习线上《投资组合》课程时，设置微信群内 PK，一半的人设置虚拟的客户情况，另外的人针对客户的情况，进行投资组合的

培训运营-游戏化

避免“积分”的陷阱,游戏的目标是改

定制化任务

结合课程制定特殊任务

虚拟客户和投资组合PK

那些年遇到的投资者

A 组出题挑战B组

“影响他人” Mini案例

“发展他人” Mini案例

A 组 B 组
PK

虚拟客户

投资组合



设计。

在这些特殊任务中，线上深入分享与客户的交往情况的任务，引发全体学员对“投顾”职业专业性的认同。“销售其实就是在销售自己的信用，一定要珍惜客户对我们的信任”，“投资顾问是很崇高的职业，用专业筑造我们应有的尊严！”这些来自学员自己的分享，引发其他学员的情感和投入，这样的深度参与，可以影响学员的态度，进而引发行为的改变。

运营亮点 5： 社群学习



社群是培训项目的载体，在社群中，学习者可以分为四类：成就者、探险家、社交家、围观者。每个类型的学习者需求不同：

“成就者”更看重游戏中赢其他人，争第一，积分和徽章的外部激励对其的有正向的作用；

“探险家”更喜欢新的刺激和体验，喜欢在游戏化和社群中发现新鲜的事物；

“社交家”对社群的依赖性比较高，期待在社群中和朋友一起完成任务；

“围观者”在社群中相对沉默，但是时刻关注社群产出的干货，希望能时刻享受到社群的“社群福利”。社群的运营要满足这些不同类型的学员的需求。



社群中学员在不断的成长，每个阶段的需求不同：

- 新手：刚进入社群并且对游戏的规则了解不多，此时学员需要的是社群内部的社交，通过社交建立对社群的认同感和依赖感，更好地融入群体。
- 熟练玩家：当学员对规则和课程的学习进入常态后，需要的持续的新任务和新的课程，保持学习的频率和稳定的新刺激。
- 专家：当学员对所学习的内容成熟后，需要的是“专家”身份的认可和更高的挑战。

基于这样的分析，我们的社群学习运营主要分为以下步骤：

Step 1: 在社群成立之初，给学员“社交币”，创造内容和交互，帮助学员完成认识新同学的社交活动，帮助学员展示积极向上的形象。

Step 2: 开展“损友、益友大挑战”、“代言人选拔”、“M 集团入职红包”等小游戏，增加学员之间的链接，创造仪式感。

Step 3: 在游戏中，逐渐挖掘出一批“影响力中心”学员，这些具有高意愿度、高影响力的学员有非常强的带动作用，为后续的学习任务的推动起到非常重要的作用。



对于成熟的“专家型”学员，号召其担任业务知识的答疑专家，给与养分的奖励，将认知盈余和群内的分享精神发挥到底，并且形成社群分享的习惯，每周日晚上 8 点进行微信群答疑，产出干货内容。

	<div style="background-color: #2c3e50; color: white; padding: 10px;"> <h2 style="margin: 0;">培训运营-社群</h2> <div style="float: right; background-color: #f1c40f; padding: 5px; border-radius: 5px;">小组主持专家答疑，延展社群能量</div> <div style="clear: both;"></div> <div style="border: 1px solid #2c3e50; padding: 10px; margin: 10px auto; width: 80%; background-color: #ecf0f1;"> <p style="text-align: center; color: #2c3e50; font-weight: bold;">悬赏：邀请答疑专家</p> <p style="background-color: #e74c3c; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold;">悬赏微信群学习研讨主持小组——要求如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、邀请海外业务同事担任答疑专家，进行微信群答疑。 2、于周日前征集群内关于海外业务的问题 3、于周日能组织并主持群内海外业务相关问题专家答疑。 4、输出答疑QA的电子文档。 <p style="background-color: #e74c3c; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold;">奖励：</p> <p style="background-color: #e74c3c; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold;">主持的小组奖励20000奖金。</p> <p style="text-align: center; font-size: small;">截止日期：11月20日晚上12:00</p> </div> <div style="border: 1px solid #f1c40f; padding: 10px; margin: 10px auto; width: 80%; background-color: #fff9c4;"> <p style="text-align: center; font-weight: bold; color: #2c3e50;">自主烹饪的知识盛宴</p> <ul style="list-style-type: none"> 投行业务答疑补充稿 债券业务答疑补充稿 直投业务答疑补充稿 场外业务答疑补充稿 </div> </div>
<p style="text-align: center;">服务成果</p>	<p>“MiniMBA培养计划”自2015年启动实施以来，已成功运营“华中班”、“上海中欧班”、“厦门班”、“西南班”、“上海交大班”，累计培养250余名学员。在线课程完成率95%以上，名列业内前茅，学习深受好评。训后反馈，学员管理能力显著提升、团队绩效明显提高，并陆续晋升到更加重要的管理岗位。</p> <p>学习反馈：项目训后评估的综合得分均在98分以上，满意度100%。每个学习班一般培训3个月，96个学时的课程，其中在线学习48个学时，在线课程完成率98%以上，名列合作伙伴在线学习榜单前茅。学员还自主提交了学习笔记、Mini案例、学习心得等数千篇。通过紧张快乐的O2O学习，大家彼此产生了深厚感情，向各自单位同事重复推荐，再报名数量不断增加。</p> <p>能力提升：项目持续近100天，能力自评、上级评估，前后测评数据显示，学员各项能力均有提升，特别是“影响他人”、“激励员工”等方面尤为明显。在训后调研中了解，学员在工作中表现积极。一些学员还在竞聘面试表现突出，管理意识、素养显著提高。</p> <p>绩效提升：学员管理结业案例不断反映，在近百天学习中，大家不断学以致用，辅导、发展团队成员，提升状态、改善业绩，团队绩效提升显著。有的引领团队，开拓业务，名列前茅；有的辅导新人，突破业绩，顺利转正。在一些班级学习过程中，正逢公司金融产品营销竞赛，MiniMBA学员名列前茅，全班所带团队的销售明显高于公司平均。在2016年举办过程中，金麒麟5号的集中销售，厦门班和西南班变现突出，厦门班有销售任务的个人销售总额共计3896.2万</p>



	元, 带领团队销售1亿多, 西南班有销售任务的个人销售总额2214万, 带领团队销售9102万, 均名列分公司前茅...
--	--

客户案例三:

所提供的服务类别	领导力发展培训、在线和移动学习、个人能力发展
客户公司性质	民营
客户公司行业	快速消费品
客户当时的需求	自2015年起, 客户公司旗下的各品牌线开始经历一场食品生产工艺的升级以及零售环节的变革。身处这一系列的变化中, 公司各部门经理们, 包括营运、工程、生产、研发以及其他职能类部门等, 都面临着比以往更错综复杂的管理任务。基于这些人才发展需求, 客户公司在2016年与中欧商业在线展开合作, 引入了中欧“企业移动商学院”产品, 针对一线经理人, 开展了“精鹰计划”, 全面提升学员科学管理的认知水平和岗位胜任力, 取得了卓越的成效。
具体服务内容	<p>“精鹰计划”以中欧“企业移动商学院”作为管理知识铺垫的核心内容, 项目设计由“中欧在线、干部夜校、微分享、知识沉淀”组成, 环环相扣。在项目开始前, 将中欧在线课程与企业的胜任力素质模型做了科学的匹配, 为学员们设置了21个在线课程模块、共84门课程, 并做了阶段性的课程学习计划, 要求学员每个月完成相应的课程。</p> <p>除了在线学习外, 精鹰计划也融合了多种线下教学元素和社交分享机制, 充满了产品运营思维, 使在线学习的效果得到了最大化。最终, 产出了29份优秀案例, 课程内化率达85%, 显著提升了组织学习氛围与企业大学的影响力。</p>
服务成果	<p>本项目在推动之初就设立了输出目标, 主要包括案例沉淀、课程内化、讲师培养、学习氛围建设、后备人才定位、传递战略信心等, 而在项目结束后, 这些目标都得到了令人满意的答卷:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 公司对于科学管理的认知水平有了整体的提高, 学员一致认可中欧商业在线管理课程的质量及其独特的交互设计。 ● 充实了企业的学习资源, 产出了29份优秀案例, 课程内化率达85%, 培养了兼职内训师16名。 ● 显著提升了组织学习氛围与企业大学的影响力, 在项目设计之外, 学员还自发拍摄了4部微电影, 围绕课程知识在工作中的应用。 ● 在企业转型期, 该项目对于传递高层战略信心、诠释战略思想有很大帮助, 为抱有疑虑的中层管理者明确了新方向, 间接稳



	<p>固了他们的执行力。</p> <ul style="list-style-type: none">● 在人才梯队上，经理级别是总监级别的重要人才储备，该项目的学习成绩和个人贡献值也为人才的选拔提供了可靠的参考数据。整个项目结束后，共有5位经理成为总监后备，有2位经理直接被提拔为总监。
--	--

档案内容更新于2017年3月