

欧瀚软件科技（北京）有限公司

企业详情

企业官方注册名称：欧瀚软件科技（北京）有限公司

企业常用简称（英文）：Know How! Consulting

企业常用简称（中文）：欧瀚咨询

所属国家：中国

中国总部地址：北京市朝阳区

网址：www.knowhow-elearning.cn

所属行业类别：个人能力发展、销售培训、在线和移动学习

在中国成立日期：2014.09.18

在中国雇员人数：10

业务详情

1、主要客户所在行业：专业性服务（如法律，公关，教育等）、建筑业、汽车及零部件、机械制造、化工与石化

2、曾服务过的客户案例

客户案例一：

所提供的服务类别	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	汽车及零部件
客户当时的需求	客户将于 2018 年对全球分公司进行 MS Office Rollout，逐年逐地区全线升级至 MS Office 2016 版本。为了适应这个全球战略，客户大中华区准备先进行 MS Office 2013 的部分产品培训，具体到中国境内所有客户旗下的总公司、分公司、合资分公司，并希望通过测试获得证书，作为人力资源考核的一部分。因为学员来自各个公司各个地点，所以很难统一安排进行线下培训，同时，客户大中华区每个月新晋员工也会报名参加这项培训。作为



	<p>一个全球化的大型公司，客户大中华区希望线上培训的内容可以是中英文双语，必要时可以提供英文或德文的技术支持。该项培训需求主要集中在 Excel 和 SharePoint，员工希望通过实际操作获得新的技能，而不仅仅是观看视频讲解。HR 部门给出的战略预期为，通过培训，可以让员工熟练掌握日常工作操作技巧，获得持续的绩效支持，培训部负责人可以获得学员学习情况的记录，并在指定时间可以进行通知提醒。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>根据客户的需求，我们决定为客户大中华区提供我们源自德国的高质量 MS Office 2013 中英文课程，该套课程是由德国总部自主研发的高质量模拟互动学习课程，学员需要根据系统提示在模拟的 MS Office 界面上进行操作，每个或每几个知识点构成一课程内容，每课平均大概 12 分钟，以 Excel 为例，Excel I 和 Excel II 一共包括 80 节课，已经覆盖了 Excel 的几乎全部功能。具体到客户，我们将 MS Office 2013 课程中的 Excel I、Excel II、PowerPoint 和 SharePoint 放到我们的学习平台 Course Manager 上，方便学员在任意场所进行学习。我们在后台统计学员学习成果，每个月做成报表发给客户培训部负责人，并按照客户方要求，在每个人学习周期 80% 的时间点对所有未学习满 50% 的学员进行邮件提醒。同时，我们的课程配套有难度极高的测试题，不经过系统学习很难完成 70% 的及格目标，学员通过测试后会获得可打印证书，作为 HR 存档。针对客户集团员工的具体实际问题，我们为北京客户总部的员工设置了两场现场答疑，称谓 Floor Walking，即我方培训老师到现场回答实际操作中的问题，并每个月安排一场半天的中英德三语远程网络答疑。</p>
<p>服务成果</p>	<p>2017 年 5 月 1 日客户大中华区开始使用我们的课程，服务期限为一年，至 2018 年 4 月 30 日，首批报名的学员已经陆续学完了自己所选的课程，并上交证书。学员方面的反馈为确实掌握了以前不常用的应用的功能，提高了日常工作效率。作为课程配套的电子书，部分学员下载打印并作为工作中的手册。在公司方面，HR 部门实现了培训之前提出的预期，并使中国境内的员工完成了为配合全球集团的 MS Office 升级及未来的 MS Office 365 的准备。</p>

客户案例二：

<p>所提供的服务类别</p>	<p>在线和移动学习、销售培训</p>
<p>客户公司性质</p>	<p>外商独资</p>
<p>客户公司行业</p>	<p>化工与石化</p>



<p>客户当时的需求</p>	<p>客户是一家拥有百年历史的来自德国的聚合物公司,总部在德国,上海是中国区总部,太仓为工厂和培训中心。2017年,客户集团中国区下的两个业务部门地暖和门窗准备对经销商进行培训,目的是提高营业额。作为新进入中国市场的品牌,客户产品的销售模式主要是大区经销商和门店销售。因为门店的特殊性,比如不同品牌产品在同一家店进行销售,以及销售人员的具体特性,使得这次培训极具挑战,如何让门店人员了解客户产品、产生品牌自豪感、提升品牌意识是培训的三大重点。同时,集团的CEO和中国区CEO对中国市场极为重视,他们需要了解培训的诸多细节,以便从战略上进行把关。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>根据客户需求,我们将培训分为两部分,一是CMS内容管理系统平台,二是地暖和门窗业务部门的产品知识培训。我们相信,针对客户的销售模式,销售技巧不再是影响营业额的关键因素,而核心无疑是销售人员对产品的认识程度。* as a brand 是贯穿其中的主线,我们首先制作了 * Story 模块,讲述客户的百年历史,之后,从原材料、技术核心、环保意识、家居使用等多方面设置培训模块,并在地暖部门课程的最后设置模拟计算器,最终消费者可以输入房屋面积和选用管道类别,系统进行模拟计算费用和实际供暖温度等信息。每个模块都有练习部分,最后还有最终测试,测试通过后会获得客户认证的门店证书。我们还将课程中的部门信息整合成视频,一方面作为Marketing的材料,一方面也让最终消费者对产品有一个直观认识。我们针对门店销售人员进行分析,采用自适应屏幕的 Adapt 工具制作课程,同时将内容放置到客户定制的CMS上,集团可以随时进行产品后续更新,并方便门店人员随时随地用手机进行课程学习。我们同时设置了中国德国两名项目经理,对项目的从Kick off到最终上线的各个关键节点进行反馈跟踪,一方面满足集团总部的需求,另一方面也保证课程从内容到设计都符合中国市场的环境。</p>
<p>服务成果</p>	<p>2017年6月CMS平台正式上线,2017年8月,客户在全国范围内开展门店课程推广计划,首批城市和地区是江浙沪和东北。经过一个月的试运行,门店人员普遍反应课程内容丰富,极具知识,并在日常销售中提升了自己的认识以及给消费者带来了积极影响。2017年11月客户集团CEO和集团专管人力资源CEO来访中国,和Know How!集团达成长期战略合作,2018年计划在中国区开展另外两个业务部门的销售培训和在德国总部层面进行的全球新员工Onboarding培训计划,这是对我们服务成果的最大肯定。</p>

**客户案例三：**

所提供的服务类别	在线和移动学习、个人能力发展、销售培训
客户公司性质	合资
客户公司行业	汽车及零部件
客户当时的需求	<p>培训部受业务部门委托,2017 年 11 月对汽车金融业务进行线上培训。该业务分为四大模块,分别是概述、租赁、销售和保险。分中英文双语,共 300 分钟,作为中国区新员工 Onboarding 项目的一部分。目标群体为客户中国汽车金融部门新员工,旨在通过线上课程,使得员工理解汽车金融的业务模式、掌握核心信息、领会汽车金融的具体流程和对客户中国以及客户集团的意义。因为集团战略,该课程需要先制作英文版,再汉化成中文版,课程形式为 Gamification。客户中国的工作语言为英语,作为供应商,应该可以直接无障碍和业务部门相关负责人沟通,并应掌握基本汽车金融知识作为背景。</p>
具体服务内容	<p>根据客户需求,我们委派德国专家前来中国作为该项目的项目经理,Mr. Herrmann 之前参与了总部对客户金融培训的脚本撰写,理解汽车金融的基本知识。在该项目中,按照客户要求我们使用 Storyline 作为制作工具,并在系列课程最初部门放置一段引人入胜的视频作为导入。为满足中国员工的需求,我们采用中国的人物形象,并用一条主线贯穿整个课程系列,一步步带领学员理解和掌握知识。项目上我们灵活的调整我们的管理模式,按照客户中国以及客户的业务习惯完成各个节点的反馈。及时灵活的会面、每周定时的电话会议、和德国同事的信息共享是保障该项目顺利完成的关键。</p>
服务成果	<p>至 2018 年 6 月,全部四个模块的英中文课程都将完成。针对模块一的概述内容,我们制作了另外一个 Adapt 版本,可以作为客户方内网信息展示的应用。2018 年 4 月 27 日,Know How! 集团 CEO Mr. Grunwald 与客户培训部进行了非常积极的会面,我们交流了该项目的一些细节,并讨论了接下来其他业务部门以及其他分公司的 PPT 制作和数据分析等项目的可能性,我们相信我们给客户提供了最优的服务,2018 年会期待更多的合作。</p>

档案内容更新于2018年7月