



## 凯悦汉深（上海）健康咨询有限公司

### 企业详情

企业官方注册名称：凯悦汉深（上海）健康咨询有限公司

企业常用简称（英文）：ESSENTIAL

企业常用简称（中文）：汉深咨询

所属国家：中国

中国总部地址：上海市浦东新区东方路3601号2号楼6楼

网址：www.ehnasia.com

所属行业类别：健康保险，体检与健康管理，薪酬与福利咨询，弹性福利

在中国成立日期：2009年5月27日

在中国雇员人数：40

### 业务详情

1、主要客户所在行业：快速消费品、生命科学（如医药，医疗器械等）、互联网与游戏业、金融服务（如银行，保险，财富管理等）、机械制造

### 2、曾服务过的客户案例

#### 客户一：

所提供的服务类别	健康保险、体检与健康管理
客户公司性质	民营
客户公司行业	房地产业
客户当时的需求	<p>客户以前直接找保险公司投保，但保险公司只提供保险保障及理赔服务。保险公司不提供员工沟通以及定制化方案设计的服务，因此造成员工对于保险福利的知晓度低，理赔率也非常低。这对于个人购买保险服务没有问题，但对于企业而言，团险其实是一个系统性的项目。企业的团险项目需求包括针对企业问题，制定保险方案，员工福利沟通，控制理赔率等。</p> <p>客户找到汉深，希望我们能够帮助他们优化保险方案，将理赔率控制在合理的范围内，在控制保费的情况下，又能够让员工享受到更好的保障。并且能够根据客户的员工特点，制作定制化的员</p>



	工沟通方案，从而提升员工满意度。
具体服务内容	<p>汉深与客户的相关部门开展了多次沟通会议，了解客户之前投保过程中遇到的问题，希望改善的地方，以及客户企业员工们的整体健康状况，根据客户预算，为客户设计了合适的保险方案。在帮客户完成投保之后，汉深的工作并没有结束，汉深团队还会持续对客户公司的保险风险进行监控，如根据理赔遇到的问题，定期跟员工沟通。</p> <p>在保险项目启动后，汉深也根据客户企业员工画像，制定了定制化的员工沟通方案，利用多元化的沟通渠道，包括海报、H5、推文、动画等，向员工们推广保险福利、保险条款、使用场景等，提升员工福利体验，感受到企业的关怀。</p> <p>在发生大额理赔、保险纠纷之后，汉深也会积极主动与员工和保险公司沟通，给到专业的处理建议。</p>
服务成果	<p>客户与汉深合作之后，员工对公司保险福利的知晓率由10%以下，提升到了60%，员工的福利体验得到了大幅提升。</p> <p>企业的理赔率也得到了合理的提升，同时保费也很好地控制在了预算内。</p> <p>由于有汉深协助HR处理理赔及保险纠纷，HR的工作量大大降低，员工的满意度也提高了。</p>

**客户二：**

所提供的服务类别	健康保险、体检与健康管理
客户公司性质	民营
客户公司行业	房地产业
客户当时的需求	<p>提供员工整体福利解决方案的咨询和设计，并进行有效落地执行和优化。</p> <p>提高员工的体检感受度。</p> <p>除了专业的体检机构外，同时提供知名公立三甲医院。</p> <p>提供更有性价比的保险方案，并希望可以通过每年一次的体检服务，改善员工的健康水平，降低员工疾病风险，从而达到控制保险理赔率的目的。</p>
具体服务内容	我们为该企业员工提供定制化的体检预约平台，即刻响应员工的预约请求。



	<p>此外，为不同人群定制不同款套餐；预约方式便捷、多样化，包括电话和线上预约服务。</p> <p>协助客户选择性价比高的保险供应商，与保险公司协商定制化解决方案，如将当地员工常去医院扩展为医疗网络医院，定制化的员工医疗服务通道，大赔案的快速理赔和服务跟进等，来进一步提升员工的福利感知度。</p>
服务成果	<p>协助该客户建立起了一套健全的员工福利保险体系，达到了让企业管理者放心、HR省心、员工安心的目标。项目结束后提供健康风险项目报告，结合保险风险对于企业健康福利的制定提供了依据，为企业购买其他健康福利产品提供了指导。</p>

**客户三：**

所提供的服务类别	体检与健康管理
客户公司性质	民营
客户公司行业	耐用消费品
客户当时的需求	<p>该客户全国大概2万人，由于部分岗位的流动性比较大，故每年的入职人员量较大。业务涉及的城市范围覆盖较广，其中一半以上含有三四线城市。希望平台可以覆盖较多的体检城市。同时，需要保证相应的体检预约时效性和出报告时效性。避免入职流程受到延期影响。如不在机构平台的覆盖范围内，提供代报销服务。</p>
具体服务内容	<p>汉深提供相应的平台，通过平台，员工可以自主进行选择机构门店，预约时间，并可以查看体检报告。如已有相应的体检报告，可通过平台上传报告。HR通过后端平台可以实时了解员工入职体检的进度，预约时间，完成时间，报告进度。汉深的健康专家会针对入职体检人员的报告，给出相应建议及风险评估。</p>
服务成果	<p>入职体检全流程化闭环管理 前端-入职预约小程序 体检预约，平台可以自行注册，进行体检预约，机构体检排期实时对接，预约时效保证可以在1-3天内预约。 报告查询，24-48小时内，可以在平台上查看报告 报告上传，如有6个月内的体检报告，可以上传电子版报告 后端-体检流程管理 全节点的闭环时效管理 预约时间-体检时间-报告时间-报告建议</p>



客户四：

所提供的服务类别	EAP
客户公司性质	外商独资
客户公司行业	专业性服务（如法律，公关，教育等）
客户当时的需求	<p>十多年前就已开始为员工提供EAP服务,但多年来服务的知晓率依然不高,使用率也低于市场水平。年龄构成以年轻人为主,80后、90后乃至00后达93%,工作压力普遍较大。岗位竞争的压力和家庭生活的压力也在不断加大。面对这种巨大的变革,员工容易对企业失去信心,对前途感到迷茫,进而对工作产生强烈的不安全感和压力感。加强整体福利的满意度,帮助员工疏导心理困惑,建立员工的幸福感成为一项必要的举措。</p> <p>痛点分析:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>组织层面的问题                     <ul style="list-style-type: none"> <li>在新生代员工不断涌入的今天,如何控制好组织与个人之见的平衡成为了重点</li> <li>基层管理在管理能力以及沟通方面的欠缺</li> <li>不同员工之间心理健康水平差异较大</li> <li>上下级关系存在不和谐</li> </ul> </li> <li>员工层面的问题                     <ul style="list-style-type: none"> <li>部分员工压力偏大</li> <li>对职业生涯的发展比较迷茫</li> <li>员工抗压能力以及情绪控制能力的缺乏</li> </ul> </li> </ol>
具体服务内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>心理测评游戏化,无硬性要求下,辐射近半数企业员工 结合企业大中华区本土职场环境及企业文化理念,定制直击痛点的场景题,配合权威量表题评估员工压力水平、幸福感、社会支持等方面的水平,给每位员工出具个人报告,指导他们如何提升心理健康水平,可以利用这些测评工具掌握自己的心理健康状况,并能够通过不同时间段的测评进行自我对比和观察。上线仅一周,就撬动了近30%的主动参与率,最终,在企业无硬性要求下,测评辐射近半数员工,达6000人。 测评结束后,我们深入分析了影响目前状况的各种因素,出具整体分析报告和解决建议,为企业提供精准管理洞察,帮助管理者了解员工心理现状,也为培训等后期项目开展提供了依据。</li> <li>用解决实际问题的培训开启员工的心门 针对企业实际工作场景及实际问题开展心理韧性等相关主题培训,摒弃传统的线下培训模式,拥抱数字化平台,利用互联网+创新模式开展相关课程,撬动了1000次的人流量。定制专属该企业员工的课程专栏,打造高品质知识分享生态圈</li> </ol>



	<p>3. 重构项目品牌价值, 结合内部身心健康文化及最佳雇主品牌效应, 用广泛宣传赢得员工的福利好感度 结合企业文化及内部大事件, 利用内部邮件及张贴海报向企业员工宣传各种心理健康知识, 常用的心理学方法和技巧, 帮助员工活学活用。</p> 
<p>服务成果</p>	<p>组织层面： 公司组织氛围明显改善，沟通成本明显降低 了解员工现阶段的身心健康状况 帮助企业更好地识别潜在风险因素，为后续风险控制和管理提供依据 公司无恶性事件发生</p> <p>员工层面： 员工形成了对企业的信任感与认同感，增强了企业凝聚力 项目整体使用率上升，一季度同比使用率提升1%</p>

客户五

<p>所提供的服务类别</p>	<p>EAP</p>
<p>客户公司性质</p>	<p>外商独资</p>
<p>客户公司行业</p>	<p>专业性服务（如法律，公关，教育等）</p>



<p>客户当时的需求</p>	<p>该客户在EAP领域的实践一直走在行业前沿，并不断进行深入探索，探寻一个既能适用于本土员工，又符合企业文化，并且跟随时代特点，不断进行创新的EAP项目模式。</p> <p>项目启动至今，该客户经历了最初的服务搭建、服务定位到将项目打造成内部的明星品牌的项目发展路程。</p> <p>今年受疫情影响，客户希望能够将整个EAP项目搬到线上，帮助员工认识到心理健康的重要性。宣传策略方面，客户希望EAP项目的员工沟通能够结合独特的品牌文化“和全世界分享神奇和快乐”，激发员工们勇敢乐观地面对挑战，适应变化。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>每年我们从咨询数据、活动数据、课程数据、驻场数据等各个维度的数据，对上一年度的项目效果进行评估。并结合时代背景、市场最佳实践、客户的福利战略等，设计新一年的EAP项目战略，并设立目标。</p> <p>日常运营：                  微信公众号及企业内部APP。受到疫情影响，上半年员工都居家隔离，我们设计了各种线上互动活动，建立起特殊时期，企业与员工之间的沟通桥梁，展现企业的员工关怀，勾起员工们对园区的思念。</p> <p>培训。由于疫情关系，我们将培训都搬到了线上。并且将以往的课程筹备时间缩短到了一周。大大提升了培训推出的效率。</p> <p>针对宿舍区的员工们提供季度性的趣味测试，鼓励他们利用EAP工具，更好地化解宿舍矛盾，提升室友关系，营造良好的生活环境。</p> <p>危机处理：                  今年年初突发疫情，我们在第一时间，为客户准备了疫情前后的员工沟通计划。</p> <p>为不同团体准备了定制化的线上培训，如针对外籍员工的心理韧性培训，针对有娃员工的亲子沟通培训等。</p> <p>处理因疫情引发的自杀、抑郁等危机事件，包括外籍员工。</p> <p>EAP准备了心理关怀大礼包，在疫情期间寄给客户在武汉的员工。</p> <p>年度项目宣传活动：                  每年我们都会做一场大型的为期一个月的EAP MONTH Campaign活动，利用一些与时俱进、新奇的形式向新老员工推广EAP，并且普及心理健康知识，帮助大家更加了解EAP的使用场景。</p> <p>今年由于疫情影响，EAP MONTH活动搬到了线上，我们以“幸福月”为主题，结合了自制心理学视频、心理测试、VP宣传助力、线上培训、咨询师在线解惑等创新形式，展开EAP MONTH活动。</p>



	 <p>Earlier this month, we asked Cast Members how they kept themselves busy during self-isolation. After reading through all of your answers, these randomly selected responses were chosen and the Cast who submitted them have been emailed information about how to collect their prizes!</p> <p>Even at home, we still love life!</p> <p>During my time at home I learned how to get along with my baby. We spent a whole month together, through both happy and tiring times. We grew closer and I learned how to be a better mother. After the outbreak is fully contained I would like to eat hot pot with my friends again.</p>
<p>服务成果</p>	<p>我们每年在EAP项目上，都不断进行创新和深度定制化的项目设计，帮助客户大大提升了EAP项目知晓度及员工满意度，今年EAP项目也帮助客户赢得了“2020中国最具吸引力雇主”第一名。EAP项目在疫情期间为员工提供了细致的心理关怀，并且赢得了管理层的高度赞赏。</p>

客户六

<p>所提供的服务类别</p>	<p>弹性福利</p>
<p>客户公司性质</p>	<p>外商独资</p>
<p>客户公司行业</p>	<p>生命科学（如医药，医疗器械等）</p>
<p>客户当时的需求</p>	<p>客户希望改变中秋福利发月饼的单一化，希望在有限的预算内将家庭日概念和中秋节结合起来，将福利发放的受众群体从员工扩大到员工家庭。 同时在礼品的选择和发放模式上希望礼品能够是多选一的礼包形式，并且希望礼品品类丰富，不仅适用于个人，还要能适用于家庭，让员工真真实实感受到企业的用心和真情！</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>1、我们将此次中秋福利定义为“中秋合家欢，佳节庆团圆”，将中秋节和家庭日结合起来重新定义和创新。 2、制定礼品方案，根据客户的预算，整合了中秋福利和家庭日福利各20款礼品，并在保证礼品的实用性、品牌性和高性价比的前</p>



	<p>提下，也兼顾到各个年龄层都有能够适用的礼品。</p> <p>3、定制客户专属的兑换平台，根据企业的企业文化和节日特点定制了兑换页面，让员工登陆后有亲切感和归属感。</p>
服务成果	<p>在福利的落地执行中，我们全程提供细致入微的贴心服务，帮助提升了员工参与的积极性，让客户非常满意。此外，由于福利产品选择更多样，平台登录界面更具专属性，以及电子邮件推送和贺卡更体现了企业文化和节日特点，都大大地提高了员工的感受度和满意度。</p>

**客户七**

所提供的服务类别	弹性福利、健康保险、体检与健康管理、福利咨询
客户公司性质	外商独资
客户公司行业	快速消费品
客户当时的需求	<p>提供员工整体福利解决方案的咨询和设计，并进行有效落地执行和优化。</p> <p>提高员工的体检感受度。在一定的福利额度中，尽可能的给到员工更多的健康福利产品。并希望通过每年一次的体检服务，改善员工的健康水平，降低员工疾病风险，提高员工的慢病管理意识，从而达到控制保险理赔率的目的。</p> <p>提供定制化的弹性福利方案。希望通过线下运动，线上消费相结合的形式来帮助员工养成健康习惯，提高身体素质，在提升员工工作效率的同时提升员工归属感和敬业度。</p>
具体服务内容	<p>我们在制定福利策略时，考虑四个维度的关键因素：人力战略、员工数据、企业文化以及目标制定，系统地为客户提供可持续的、以价值为导向的福利方案。</p> <p>在具体落实时，我们对往年的套餐进行优化，并且每年会根据员工的体检数据，结合保险数据，具有针对性地制定第二年的套餐计划。</p> <p>我们会在客户指定的额度内，结合公司承担和员工自费的定制化需求，制定套餐计划。以此提高员工对体检的感知度，让员工能够更灵活得选择最符合自己需求的套餐。</p> <p>我们还定制了具有专属性的弹性福利方案（包含节日福利、生日福利以及体育运动福利），从多样的礼品选择，到定制化的平台登陆界面，再到提前的生日邮件提醒，做到多维度，全方位地关爱员工。在帮助员工养成健康习惯，提高身体素质的同时也降低了员工的病假、缺勤和公司承担的医疗保险费用。</p>





服务成果	<p>由于与该客户合作多年，对客户的需求有非常清晰的了解，并且能够通过多年积累的保险和体检数据，为客户提供员工整合福利方面的咨询，对方案和执行效果不断进行优化。</p> <p>定制化的服务让员工的体检体验感大大提升。并且在弹性福利的落地执行中，我们从提供方案、定制福利平台、兑换礼品过程中及售后服务全程提供细致入微的贴心服务，得到了员工和企业管理者的一致好评。</p> <p>此外，针对服务机构，我们多年来不停改善，确保机构选择及机构服务多样化，筛除服务有瑕疵的机构门店。并通过提供优质增值的VIP服务，提升了企业管理层的感受度。</p>

档案内容更新2020年11月