

上海喜马拉雅科技有限公司企业版轻学堂

企业详情

企业官方注册名称：上海喜马拉雅科技有限公司企业版轻学堂
 企业常用简称（英文）：Himalaya-QingXueTang
 企业常用简称（中文）：轻学堂
 所属国家：中国
 中国总部地址：上海浦东新区丹桂路799号国创中心三期喜马拉雅
 网址：http://www.qingxuetang.com/

所属行业类别：在线和移动学习
 在中国成立日期：2018年6月
 在中国雇员人数：36

业务详情

1、主要客户所在行业：汽车及零部件、互联网与游戏业、金融服务（如银行，保险，财富管理）、能源动力、机械制造

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(技术和平台) |
| 客户公司性质 | 国有 |
| 客户公司行业 | 金融服务（如银行，保险，财富管理） |
| 客户当时的需求 | 某银行作为直属国务院领导的政策性银行，目标是建设国际一流的开发性金融机构，必须具备持续创新的生机活力，坚持改革创新，以改革创新破解前进道路上的障碍和难题。 为了不断完善公司治理、优化机制流程、提高服务水平和运作效率，客户坚持以人为本，旨在培养高素质、专业化、创新型人才，如此才能为客户的发展注入源源不断的动力。 因此在线上学习的需求方面，客户特别重视党团课的知识普及， |

| | |
|--------|---|
| | 和金融经济相关书课的质量。 |
| 具体服务内容 | <p>基于这一目标，客户经过多方选型，最终确定将轻学堂作为内部学习平台，提供给全行员工自主学习的阵地。员工通过关注【轻学堂】公众号，点击菜单栏的“马上学习”，即可开始学习，省去了下载安装APP的步骤，能够更快速地切入学习状态，利用通勤、休闲等业余时间，有条不紊地展开碎片化学习。</p> <p>客户采用每日5节精选课和3本精品讲书相结合的形式，每周向员工推荐优质新内容，书课类型覆盖管理、沟通、金融、人文等多个领域，全方位提升员工的综合素养。</p> <p>上线推广期，轻学堂联合客户共同推出系列宣传海报，根据面向人群的不同，实行定制化分发，通过各区域和各分行负责人的大力协助配合，将这一在线学习福利在行内铺开，促使全员都投入到自主学习、参与测评、能力提升的正向循环中。</p> |
| 服务成果 | <p>轻学堂在客户内部上线的首月，总学习人数突破5000人，总学习时长近12万小时。直至今日，员工人均月学习时长仍保持在18小时以上。</p> <p>为进一步推进客户的在线学习计划，提升全员工作效能，客户内部基于岗位人才能力模型，为员工制定了月度和年度学习计划，持续激励员工重点学习党团课和金融、经济等热门书课，让学习成为一种习惯。</p> |

客户案例二：

| | |
|----------|--|
| 所提供的服务类别 | 在线和移动学习(技术和平台) |
| 客户公司性质 | 国有 |
| 客户公司行业 | 能源动力 |
| 客户当时的需求 | <p>客户公司客户服务中心成立于2012年7月,是某公司集中供电服务业务执行单位和总部营销决策支撑机构,服务人口超过11亿人,服务客户达4.39亿户,目前已初步建成国内规模最大、服务人口最多、功能最全的电力客户服务中心。</p> <p>客户作为关系国民经济命脉和国家能源安全的特大型国有重点骨干企业,对各个层级的员工培训都十分重视。为提升员工整体素质,营造良好的企业内部学习氛围,客户选择轻学堂作为企业学习平台,既可以获取喜马拉雅上的海量好内容,又可以便捷使用企业管理后台布置学习任务,一举两得。</p> |



| | |
|---------------|---|
| <p>具体服务内容</p> | <p>客户将轻学堂以学习卡的形式,发放给中心本部及分中心的员工。并通过三折页辅助企业微信公众号图文,扩大宣传面,增强员工对在线学习的重视。</p> <p>为提高轻学堂会员卡的使用效率,让在线学习的成果落到实处,真正促进企业业务结果和流程效率的提升。客户采用了多种运营手段:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 选取精品课中的终点课程,设置为必修课开展全员共学。 2. 使用内部建课功能,结合不同阶段、不同部门员工所需的培训计划,有针对性地创建财务报销、绩效管理、两会报告解读、新员工必学等方面的自建课,降低沟通成本,沉淀企业智慧,提升组织能力。 3. 灵活结合企业职代会,推广“全员共读一本书”计划,通过划分不同地区,并基于轻学堂开发的企业后台数据统计功能,提倡良性竞争的同时,顺利激活了全员的学习动力。 |
| <p>服务成果</p> | <p>在过去的2019年中,客户共计在轻学堂发布了628场考试和练习,总参与人次高达318938,全员都开始把在线学习当成一门必修课,每日打卡率居高不下。</p> <p>员工们还会使用轻学堂的“同事都在学”功能,从同事们关注的书课中,迅速定位到自己感兴趣的内容进行学习,拓展知识边界,提升学习效率。</p> <p>不仅如此,客户还通过后台上传自建课,构建起完善的内部课程体系,解决了知识分散、异地差异、人员流动等关键性问题,云知识库的搭建使得企业学习效率大幅提升。</p> |

客户案例三:

| | |
|-----------------|--|
| <p>所提供的服务类别</p> | <p>在线和移动学习(技术和平台)</p> |
| <p>客户公司性质</p> | <p>外商独资</p> |
| <p>客户公司行业</p> | <p>汽车及零部件</p> |
| <p>客户当时的需求</p> | <p>客户集团是一家来自德国的家族企业,在全球范围内生产滚动轴承和直线运动产品,同时也是汽车制造业中极富声誉的供应商之一。客户秉承着“质量为本、速度求胜、恪守诚信、员工关爱”的企业文化和核心价值观,不断提升内部员工的服务水平和专业技术,为集团和社会的可持续发展贡献力量。</p> <p>客户非常重视员工的持续学习能力,试图找到能够提供领先的人才培养策略、一流的讲师资源和实用学习工具的企业在线学习平台,经过多方比较和内部商榷,最终选定轻学堂展开密切合作,助力员工在数字化时代高效成长。</p> |

| | |
|---------------|--|
| | |
| <p>具体服务内容</p> | <p>客户集团全面使用轻学堂作为【客户的移动学院】的载体平台，主要员工的职位为工程师、领导层、蓝领。首次推广时采用了发布会的形式，由客户大中华区CEO担任首席学习官，宣布移动学院的正式启用。</p> <p>根据企业的人才培养需求，客户基于轻学堂的海量内容，结合公司的业务知识、技术知识和安全知识，搭建起完整的培训体系，涵盖管理&领导力、个人胜任力、专业技巧等6大模块，为全员提供完善的移动学习资源。</p> <p>2019年，客户在不同的推广阶段，结合多样化的学习主题，组织开展了数次线上学习项目。在这一过程中，客户通过使用轻学堂企业管理后台的问卷、报名、学习时长统计等功能，成功提升员工参与率，人均月学习时长近8小时。</p> |
| <p>服务成果</p> | <p>从2019年6月到8月，客户密集开展了三次线上学习项目，通过学习手册发放和内部图文宣传，实现参与学习的人数6倍增长。</p> <p>2020年，客户结合轻学堂的内容上架计划和功能迭代排期，制定了一系列的学习项目规划并予以推进，构建起愈发成熟的企业数字化学习体系，员工自主搜索即可迅速触达所需，使“客户移动学院”真正成为员工心中的知识共享平台。</p> |

档案内容更新于2020年11月