

上海时代光华教育发展有限公司

企业详情

企业官方注册名称：上海时代光华教育发展有限公司

企业常用简称（英文）：TBC

企业常用简称（中文）：时代光华

所属国家：中国

中国总部地址：北京市海淀区中关村软件园华夏科技大厦三层

网址：www.21tb.com

所属行业类别：领导力发展培训、销售培训、在线和移动学习、个人能力发展、专业能力发展、教练技术培训

在中国成立日期：2000年

在中国雇员人数：600

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）、建筑业、房地产业、汽车及零部件、耐用消费品

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)、在线和移动学习(内容)
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	A 公司商学院网络学院于 2017 年 7 月 1 日借助时代光华的线上平台建立，2017. 7-2019. 12 是 A 公司商学院网络学院经历的第一、二阶段-平台初始期-持续留存期，截止到 2019 年 12 月份，平台人员登录率学习率为 75%；从 2020. 1 月 A 公司商学院网络学院正式进入了第三阶段-分享沉淀期；网络平台上现有 4 万+的学员，其中门店学员占据 95%，为了让门店学员更好的学到所需知

	<p>识及分享自己门店的真实管理经验，提高门店伙伴的整体素质，怎样让学员从以前的提醒在平台上学习，到后面的乐于学习、乐于分享，是网络学院第三阶段的整体运营的重中之重；</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>为了让学员接收到最新的知识，商学院管理员每月至少会和学员沟通推荐上新好课，各区域设置对应的学习地图至少1个，截止到7月31日共设置下发学习地图414个，平均每个月下发学习地图20个，为了让学员学习到体系的课程，根据平台功能专门设置了学习专题，点击学习专题，能保证学员一键解锁所需课程；</p> <p>截止至7月31日共设置学习专题39个，平均每月设置专题5.5个，总点击量为135万6781次，根据每月下发的课程及学习地图里的课程内容，不同的区域会出相应的试题并下发考试；对学习的课程进行检测，考试完成后再进行追踪反馈给各区域负责人，让管理人员对所学内容的掌握情况有一定的了解</p> <p>截止至7月31日，考试中心共上新试题：5278题，组建试卷459个，下发考试共1154场，总参与人次26万9799次，平均每月参与38543人次</p>
<p>服务成果</p>	<p>2020.1-2020.7，A公司商学院网络学院稳步踏入了分享沉淀期，期间课程上新达406门，超越2019年同期400%，使用商学院网络学院的部门均有产出课程，参与分享率为100%，做到了有输入就有产出的情况；</p> <p>一）学习参与率</p> <p>期间A公司商学院网络学院的学习参与率从75.84%提高到了92.39%，稳步在90%以上；</p> <p>二）人均登录时长</p> <p>从2020年1月至2020年7月商学院人均在线时长从5.19小时/月上升到28.68小时/月，期间2月份人均在线时长达到68.8小时/月，均已超过年初制定目标</p> <p>三）人均完成课程</p> <p>期间人均完成课程从1月2.48门/月上升到19.88门/月，期间2月份为40.38门/月，人均完成课程均已超过年初制定目标（完成率为198.8%），使用线上学习平台，达到了让A公司伙伴随时随地利用碎片化时间，了解公司文化、执行标准化、达到统一标准的目的，全员从要求学习-习惯学习-喜欢学习，从看别人分享到争相分享的目标。</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)、在线和移动学习(内容)
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>自 2018 年开始使用时代光华 ELN 平台至今,已经运营了两年半的时间。期间不断迭代维护,逐步形成了立足公司战略落地、全面支持人才发展、支持关键人才培养的现状。拔高度和补短板齐抓,线上学习率不断提高,公司的战略发展得到落地,员工工作能力得到提升。</p> <p>在严峻的市场环境下,房地产行业的竞争日趋激烈,企业的竞争,归根结底是人才的竞争。为满足企业发展需求,为战略实现蓄积人才力量,今年 5 月,启动了“2020 年经营型项目总进阶特训营”,旨在通过体系化培养,从高度、广度、深度三个方面系统化地帮助项目总提升经营能力、协调突破能力和专业技能,为公司的发展输送高精尖人才。</p>
具体服务内容	<p>通过人员盘点,基于今年公司“训战结合”的目标,特训营全程使用线上培训与线下面授相结合的方式,线上了解公司战略方向,线下讲师解读战略、专项业务提升。课程中讲师对地产经营发展趋势进行预判,给出了很多宝贵的建议。模拟演练全方位、多角度的使学员对项目及公司经营有了更为直观、深入的体验和理解。本次特训营聚焦于战略,着眼于全局,立足于当下,是企业人才培养和梯队建设上的重要举措。</p>
服务成果	<p>本项目围绕领导力赋能的四个关键点,帮助项目总团队形成一致的工作思路和方法,并推动在工作中的落地应用。通过自我成就,自我驱动,解决问题,给出结果,打造赋能型组织机制,不断推动企业发展。通过定义、分析、行动、稳定四个步骤把工作变得简单。今年疫情的大背景下,ELN直播功能使用率明显提高。截至 5 月份,直播开设情况和使用时长已经达到去年全年数据的 80%。线上课程与线下面授都基于 ELN 开展,帮助员工养成学习习惯,</p>

客户案例三：

所提供的服务类别	在线和移动学习(技术和平台)、在线和移动学习(内容)
客户公司性质	民营
客户公司行业	生命科学

<p>客户当时的需求</p>	<p style="text-align: center;">内部环境需求</p> <p>1) 组织规模</p> <p>随着集团化发展，厂区增多，外地培训需要往返总部，其时间成本和差旅成本高，而采用在线学习、网络直播或视频会议的形式进行不同类别的培训，可以实现提效降本。</p> <p>2) 公司管理人才的培养</p> <p>公司的快速发展，对管理人员需求量大，而“管理人员从业务出身”的政策，导致绝对大部分管理人员缺乏基本的管理知识，而且以问题解决为主的培训项目，只是“救火员”，不能做到“未雨绸缪”（为公司储备人才）。因此，需要我们建立不同管理级别的进阶必修和选修课程，利用碎片化学习的方式，规避工学矛盾，迅速补充管理知识。</p> <p>3) 专业技术人才梯队建设</p> <p>专业技术路径任职资格已经建立，但员工的技术路线成长只能在工作中进行，缺乏统一的培养路径。同时，公司的快速发展导致部门工作超负荷，培养路径的落实没有便捷的学习渠道。因此，我们需要借助学习平台，将基础理论类、不需要实操演练、且更新频率不高的课程转为线上，采用“线上+线下”结合的方式，实现业务人员梯队的建设。</p> <p>4) 资源整合与经验传承</p> <p>公司的发展积累了许多优秀的资源和经验，但这些资料没有统一的平台进行管理，一方面容易丢失，另一方面查阅成本高，例如：某部门为查询公司历年法规类的外训课件，在培训管理员电脑搜索拷贝2个小时；为查找业绩备证资料，连续1个多星期，各部门人员不断加班查询纸质档案，每人约需要半小时；上岗如何准备的咨询至少占用培训管理员1/2的工作时间……因此，我们需要建立一个管理平台进行资源的整合，便于资料查阅和传承。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>1. 辅助业绩达成</p> <p>GEP 体系的推广：通过课程管理功能，将 GEP 体系所有内容制定成在线课程，借助在线平台进行学习，以在线考试的方式检验学习效果。</p> <p>新员工成长路径的搭建：以“岗位”为单位，将新人岗位培训标准化，实现快速上岗，同时缓解了新人需要大量带教的工作。</p> <p>2. 疫情期间的业绩推动者</p> <p>发布培训指导：发布特殊时期培训工作开展指南，明确将所有的培训由线下转为线上，确保疫情期间人才培养工作的正常开展。</p> <p>提供专业辅导：针对疫情期间使用在线学习平台面临的问题，借助在线学习平台，自主研发上线《如何做好直播课》、《线上培</p>

	<p>训/会议沟通技巧》课程，帮助业务部门高效办公和培训。</p> <p>3. 培训项目线下到线上的转型</p> <p>针对不同的培训项目，利用在线学习平台启动应急预案，将培训项目由线下转到线上，确保人才培养工作正常推进。如雏鹰培训、HRBP 赋能、经理后备培养</p> <p>4. 培训运营与在线学习平台的有机融合</p> <p>为了推动在线学习平台在组织经验上的沉淀和知识的集成，A公司修订了《内部讲师管理规程》，对线上授课和分享进行激励。开展全员“技术分享”，将分享内容上传到学习平台，使得学习平台能够成为组织经验沉淀的载体。</p>
<p>服务成果</p>	<p>A公司网络大学自2019年10月25日上线以来，月均登录率一直维持在80%左右，目前已经完成课程总学时26424.2小时，学习人次突破14166人次，内部上传课程总量1595门。</p> <p>通过平台运营，解决了新员工快速上岗、GEP体系推广等业务问题，实现了培训运营方式的线上线下结合，做到知识系统化、学习碎片化，有效缓解工学矛盾。项目结合了A公司的战略规划和组织人才现状，立足A公司的人才培养需求，明确了学习路径的实施方向，使得培训管理效率提高、培训资源整合；使全员明确自己的学习任务、利用碎片时间灵活自由的学习并检验学习效果，进而实现组织人员的能力提升。</p>

档案内容更新于2021年5月