



生涯探索（北京）科技有限公司

企业详情

企业官方注册名称：生涯探索（北京）科技有限公司

企业常用简称（英文）：CareerX

企业常用简称（中文）：生涯探索

所属国家：中国

中国总部地址：北京市朝阳区白家庄东里23号MapleLink枫湾办公空间

网址：http://www.careerx.cn

所属行业类别：专业能力发展、拓展训练和团队建设、游戏化学习解决方案

在中国成立日期：2015. 1. 28

在中国雇员人数：10

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）/文化、体育和娱乐业

2、曾服务过的客户案例

客户案例一：

所提供的服务类别	专业能力发展
客户公司性质	国有
客户公司行业	金融服务（如银行，保险，财富管理等）
客户当时的需求	背景：助推该公司战略落地和业务发展，紧密围绕“三大核心任务”“八大”“八小”重点项目，激发员工的创新热情，提升员工的创新思维与眼界，充分基于现有资源和该公司云平台，助推内部创新想法孵化落地，利用该公司云安全、高效和智能等原生能力，通过赛马机制促使创新人才脱颖而出。 为举办这样的一场赛事，需要有专业供应商提供比赛设计、培训辅导、品牌宣传、落地执行等赛训一体化服务。

具体服务内容

【案例名称】2020 第二届该公司创新大赛

形式：线上+线下

人群：该公司总、分、子公司全体员工

CareerX 在其中扮演的角色：作为大赛操盘者，为该公司提供大赛全流程服务，包括大赛方案策划、品牌宣传设计、网站架构及 UI 设计、赛事规则制定、培训讲师邀请、宣传文案撰写、线上社群运营、活动现场执行等。

大赛分为初赛决赛两个赛段，共有总分子公司 141 支团队、646 人报名参赛，经过初赛，40 支团队入围决赛。经过决赛评审，最终商业创新和产品创新赛道各产生特等奖 1 名、一等奖 2 名、二等奖 3 名、三等奖 4 名及优秀奖 10 名。项目期间开展 10 场培训和一对一团队辅导，提升了参赛团队的业务能力与创新知识储备。

一、核心数据与事实

1. 全公司全体系参与，覆盖范围广

144 支团队，累计 646 人次报名参与

2. 创新赛事机制，激发员工报名热情

创新命题方式，结合自上而下和自下而上的创新，上接战略下接业务充分利用企业内部起源，联动该公司云平台资源设计 20 枚大赛勋章，鼓励参赛选手完成培训、跨部门组队、利用该公司云平台等支线任务

3. 多样化培训内容与培训手段

10 场培训，覆盖创新方法论、前沿趋势、技术理论、企业增长等热门话题
40 场一对一辅导，9 位技术/业务/创新专家针对性辅导决赛入围团队完善项目方案

4. 品牌宣传创新玩法

全新赛事 IP 形象“创客 U 仔”，全程运营大赛社群，维系参赛选手与大赛之间的纽带

玩转新媒体，运用 H5、视频、公众号推文等方式全方位宣传大赛

5. 创新成果持续赋能企业

集合该公司创新成果，开设线下创新成果展

收集大赛创新项目，汇集创新成果手册

推进部门认领工作，确保优质项目后续孵化落地

二、方案设计



三、培训设计

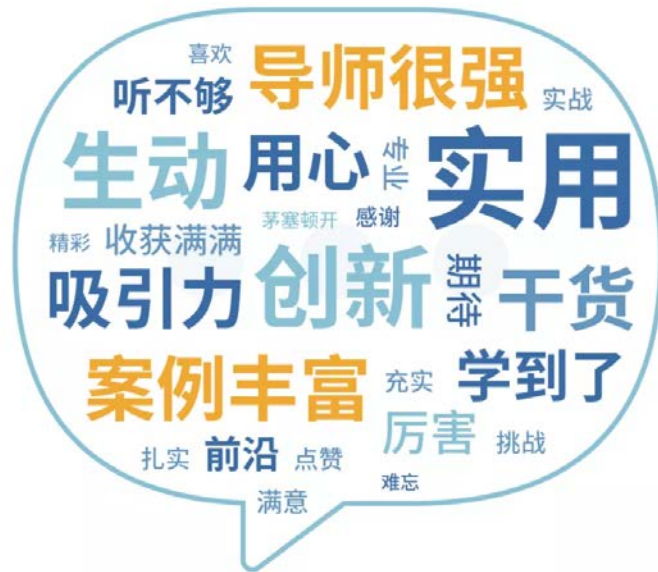
基于大赛“以赛代训，赛训结合”的赛事设计思路，为进一步提升参赛者创新思维和业务素养，我们在大赛初赛到决赛期间，一共安排了 10 场覆盖创新方法论、前沿趋势、技术理论、企业增长等热门话题的专业培训，根据环境情况灵活运用线上+线下的培训方式，并且在该公司内部线上学习平台“网络学院”开设大赛学习专区“创新充电中心”，上传所有课程的回放视频，供各位选手自主学习。

第二届银联创新大赛培训课程表

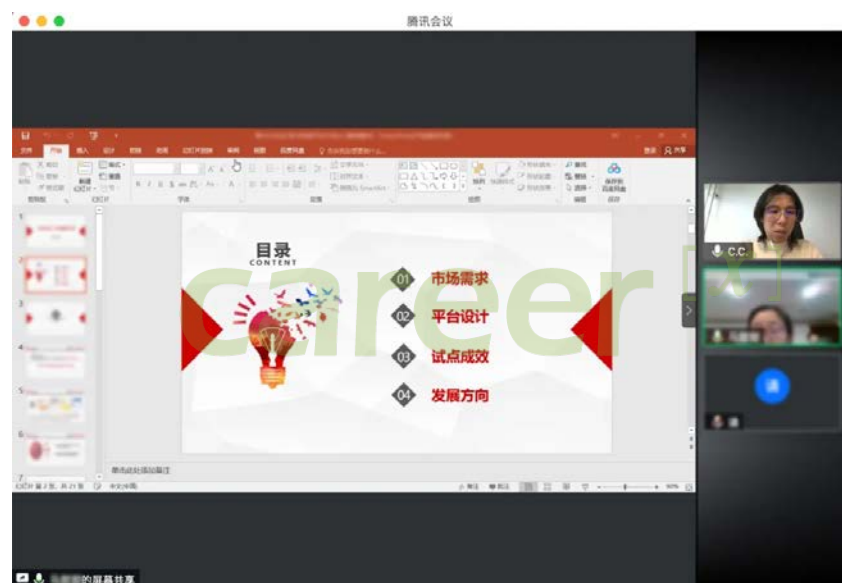
1	《创新项目如何快速产出 MVP》	唐兴通	硅谷创新教练
2	《新消费大潮中的DTC机会》	袁岳	零点有数董事长
3	《企业增长黑客:数字化的新物种进化研究》	张希伦 Alan	增长黑盒创始人、CEO
4	《银联云计算专题讲座:银联云服务能力与快速上手的实用技能》	沈达、 何磊	中国银联云计算中心
5	《抖音直播带货创新性底层思维剖析及未来趋势判断》	梁一	红兔互动CEO
6	《QUIC -- 下一代互联网通讯协议》	范维肖 CC	熹乐科技联合创始人&CTO
7	《创新项目如何快速产出 MVP》	陶锋	全国高校创新创业教育联盟首席教练
8	《商业模式与创新实战》	徐霄鹏	亚马逊高级产品总监
9	《金融科技领域创新成果面面观》	张新福	北京博雅财富投资管理有限公司总经理
10	《如何做好一场商业路演》	王光鑫 (恭喜)	CareerX 生涯探索联合创始人兼副总裁
		刘珊珊	珊德瑞希品牌创始人、知名主持人

大赛期间，线上直播与线下讲座累计参与人数达 462 人，培训得到大赛参赛者的热烈响应和一致好评。

大赛培训反馈文字云



决赛前夕，为帮助入围决赛的 40 支团队完成商业计划书，准备赛前演练，做好参赛准备准备，我们特别邀请 9 位创新领域和相关业务技术领域的资深外部教练，对这些团队进行赛前一一对一培训辅导。辅导过程中，教练以创新成果孵化为导向，针对团队方案提供针对性建议，帮助团队系统性梳理项目。





四、品宣设计

通过线上+线下结合的方式，强运营，强互动，以选手的喜好为导向设计大赛的品牌与宣传条线服务。

1. 打造全新的大赛 IP

我们在本次大赛一开始就推出了全新的大赛 IP——创客 U 仔（简称 U 仔），给到 U 仔丰富真实的人设，U 仔就像是一位真实的该公司员工，运营着 50+ 大赛社群，为大赛撰写了 20+ 宣传文案，陪伴所有选手走过初赛报名、初赛评审、赛事培训、一对一辅导与线下决赛的赛事全程。



- 28岁 / 金牛座 / 银联某业务部门

#爱读书

#爱健身

#爱科技

#爱创造

- 梦想有一天能建立自己的团队
创造改变中国支付未来的科技产品

作为大赛组委会与选手的沟通桥梁，U 仔不仅承担起官方通知、答疑解惑的责任，更是与选手们结下深厚的友谊。这种“非官方”的运营方式，给到参赛选手新颖有趣的体验，提升了该公司内部对于大赛的关注与报名热情。



为了让U仔的形象深入人心，CareerX的设计团队根据U仔的形象设计制作了公仔、帆布袋、充气玩偶、KT板等一系列周边，并且为U仔设计了一套微信专属表情包（已上线），得到了选手与客户的高度好评。



2. 游戏化玩法激活选手参赛热情

我们一共设计了20个大赛勋章，在参赛选手中发起勋章排行榜玩法，通过游戏化的机制鼓励、引导参赛团队完成“跨部门组队”“使用云平台”“参与赛事培训”等多项大赛支线任务，并定期在大赛社群公布团队勋章排行榜，给排行靠前的团队发放大赛周边奖励，鼓舞各团队参赛斗

志。



3. 系列化、定制化的视觉设计

主视觉以深蓝色为主色调，体验科技感、空间感与未来感。整体造型是一个通向画面中心的通道，下方两侧各有两个分赛道 的名称。通道中分布着 地标性圆点，代表比赛过程中的重要节点或里程碑事件。画面两侧加入了与扫码支付、数 据、N F C 支 付、人 脸 识别有关的图形，画面中 心的背景图案由大赛 LOGO 变体而来。

大赛所有延展设计均基于主视觉进行设计，风格统一化，具有整体性。在视觉层面打造了创新大赛的品牌。



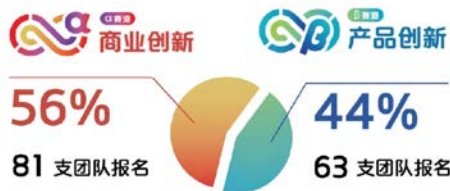


大赛以内部资源和平台为支撑，充分调动该公司云平台资源、内部学习资源、外部专家资源，实现资源赋能，提升该公司员工的创新能力与思维。大赛集结了总分子公司的优秀创新人才，收集多样化优秀创新方案，孵化优秀业务萌芽并形成该公司新实践点和增长点。

服务成果

大赛报名情况

144 支团队, **646** 人, 报名参赛
141 支团队, 提交商业计划书



- 近 40% 团队由跨部门、跨公司员工组成
- 首次采用“公司命题”+“自主命题”相结合的办赛方式
- 大赛满意度超过 9.3
- 6 项公司级战略项目被总公司相关部门直接认领

大赛秉持“赛训结合”的宗旨，通过比赛筛选出优秀人才，通过培训培养潜在人才。大赛通过游戏化玩法、多样化宣传、持续性运营、组织性执行，最终产出 20 余项优秀创新项目。

本次创新大赛共有 144 支团队，累计 646 人次报名参与，与首届创新大赛相比，报名团队数上涨 13.4%。其中，商业创新赛道共 81 支团队报名，产品创新赛道共 63 支团队报名。本次大赛报名人数之多，覆盖范围之广，充分体现了该公司人对于创新的热情和动力。

经统计，在所有报名团队中，以队长所在单位计算，17 家总公司单位共报名 74 支队伍，占比 51%，其中该公司科技事业部、业务运营中心、电子支付研究院、云闪付事业部报名团队数位居前 3；16 家分公司共报名 39 支队伍，占比 27%，其中河南分公司、重庆分公司、河北分公司报名团队数位居前 3；6 家子公司共报名 31 支队伍，占比 22%，其中该公司商务股份有限公司、中金金融认证中心有限公司、该公司国际报名团队数位居前 3。可以说，这是一次“集公司上下之智慧，合璧多部门之精华”的赛事。

在 141 份有效提交的商业计划书中，99 支团队选择了自上而下的业务命题，占比 70%；42 支团队选择了自下而上的自主命题，占比 30%。入围决赛的团队中，32 支团队选择业务命题，占比 80%；8 支团队选择自主命题，占比 20%。

本次比赛要求员工以小组为单位报名参赛，并且我们鼓励员工打破部门壁垒，形成跨公司、跨部门团队，擦出创新火花。在所有报名团队中，跨部门/公司组队的团队共 55 支，占总报名团队数的 38%，大赛形成了总分子全公司相互联动、共同创新的良好局面。

另外，我们鼓励公司员工基于该公司云平台进行创新。云计算中心为本次大赛提供了该公司云原生的相关软、硬件资源作为支撑。初赛报名阶段，共 47 支团队申请使用该公司云资源，占产品创新赛道报名团队的 75%。决赛入围团队中，共 16 支团队申请使用该公司云资源，占产品创新赛道入围团队的 80%。参赛团队充分发挥平台思维，站在巨人的肩膀上，更容易实现创新项目的落地。

问卷调查结果显示，选手对大赛的总体评价平均分为 9 分（满分 10 分），对培训安排总体评价的平均分为 9.16 分（满分 10 分），本届创新大赛给各位参赛选手留下了良好的参赛体验和深刻的印象。

客户评价：

我认为这届大赛可以用完美来形容，非常感谢 CareerX 的工作人员对大赛的付出。

—— 该公司支付学院 院长

	<p>我觉得创新大赛给我们年轻的员工提供了一个能实现我们天马行空的—— 该公司分公司 参赛员工</p> <p>在该公司创新大赛中我看到非常多有意义有价值的创新项目，通过这样的赛事，能让员工更加机动灵活地去适应新的变化，所以我认为是非常有价值的。</p> <p>—— 该公司创新大赛外部导师&评委</p>
--	---

客户案例二：

所提供的服务类别	专业能力发展
客户公司性质	合资
客户公司行业	生命科学（如医药，医疗器械等）
客户当时的需求	<p>在当今数字化发展时代，变革创新的潮流滚滚向前，企业只有通过持续不断的创新，才能适应时代的新机遇和新挑战。</p> <p>为助推该企业业务发展，充分利用公司资源，帮助员工提升创新能力，引领创新项目孵化落地，助力公司转型成为以消费者为中心的数字化新型健康公司，医学及临床研究部现面向部门举办「创你所想，晖耀未来」该企业医学及临床研究部第一届创新大赛。希望员工能够通过赛训结合的方式，真正收获创新的灵感与能力的提升。</p> <p>为了更好地帮助各位同事参加比赛，我们也将邀请设计思维认证专家全程陪伴大家，凡是大赛产出的优秀项目，部门将争取给予相应的政策和资源的支持，帮助项目的孵化落地，希望能够看到更多小伙伴在大赛中展现风采。</p>
具体服务内容	<p>【案例名称】 2021 该企业医学及临床研究部第一届创新大赛</p>  <p>【案例简介】</p>

2021 该企业医学及临床研究部第一届创新大赛是 CareerX 为企业医学部举办的首届创新大赛，采用 CareerX 独创的赛训一体服务方式。我们为客户全程提供比赛线、培训线以及品宣线的服务。我们将设计思维引入该企业医学部，专业讲师提供设计思维的培训与辅导，帮助参赛选手产出更具用户洞察且真实可落地的创新方案。最终评选出 6 项最具价值的方案。

【覆盖规模】

15 支团队，56 人次参赛

【服务亮点】

- 首创赛训联动，线上线下混合式学习综合解决方案
- 部门报名参赛率达 80%，历史新高
- 通过本次大赛产出的项目在该企业全公司的金点子评选活动中，3 个项目进入榜单，占比 30%
- 客户 NPS 为 9，终端用户满意度为 93.5%

【服务内容】

赛训整体设计、大赛品牌设计、培训线服务设计、培训讲师、大赛现场执行、设计思维线上线下学习方案及交付

· 赛训整体设计

大赛从**命题机制、创新成果、品牌宣传、培训方式、赛后赋能**五大办赛策略出发，借助创新大赛，盘活企业内部人才，孵化员工创新想法，撬动企业的“第二增长曲线”。

五大办赛策略



▲ 大赛办赛策略

大赛分为初赛、决赛两个阶段，初赛阶段包括报名、提交方案、线上课程培训，决赛包括两天线下创新马拉松、现场路演答辩以及内外部专家评审环节，着重考察用户需求洞察与业务价值度，双重筛选锁定优秀人才与项目，最终决赛选出的优秀项目再参与该企业全国金点子项目评选。



赛事设计·赛制设计

career^[X]

初赛决赛双重筛选，锁定优秀人才与项目

初赛 提交用户画像+访谈记录

决赛 现场路演+答辩



- ▶ 3~4人组队
- ▶ 需要先完成课堂作业
- ▶ 内外部专家线上评审
- ▶ 着重考察用户需求洞察



- ▶ 初赛提交材料即可入围
- ▶ 团队需准备路演PPT及最小可行性方案 (MVP)
- ▶ 内外部专家评审+问答
- ▶ 着重考察业务价值度

▲ 大赛赛制设计

大赛活用游戏化机制，激活员工参赛动力，在员工完成“参赛”主线任务的同时，也鼓励员工积极参与“培训”、“宣传”等支线任务，并提供丰富的运营机制和周边礼包奖励。



▲ 大赛运营官方小助手



初赛报名选手 CareerX 独家设计 设计思维卡片一套

既是设计思维讲义，又是课堂心得笔记本，还可以作为在未来工作中指导创新实践的随心查手册。





▲ 大赛定制周边礼品

大赛结束后，持续对大赛成果进行赛后赋能，确保优质项目的“创新之种”可以生根发芽、枝繁叶茂，成为公司业务发展的突破点和增长点。

成果赛后赋能

career [x]

责任人认领

对于优质项目，找到能够**带领项目落地**的责任人
对于在比赛中脱颖而出的优质项目，在赛后为项目寻找“责任人”，确保优质项目的“创新之种”可以生根发芽、枝繁叶茂，成为公司业务发展的突破点和增长点

成果荟萃

既展示**获奖项目和团队**，作为赛事表彰纪念
又**汇集未能实现的想法**，激发未来创新灵感

将项目的各项成果、想法汇集《2021 晖致创新大赛成果汇总表》
既作为晖致创新道路上的“成果池”，更是未来创新的“启明星”

项目孵化

健全**项目孵化机制**，持续跟进，适时对接资源

借由本届创新大赛，顺势盘点晖致创新萌芽和成果，健全公司孵化机制
建立定期的项目跟踪机制，适时对接内部导师、外部专家和各类资源，扶植创新之苗茁壮成长

· 大赛品牌设计

基于对该企业品牌的了解，进行大赛主视觉与 LOGO 的设计，并根据赛事需求进行延展设计，包括周边、宣传材料、奖品等，打造时尚、年轻、有活力的赛事品牌。



▲ 大赛主视觉方案



晖致医学部第一届创新大赛 设计汇总



晖致医学部第一届创新大赛 设计汇总



大赛视觉设计汇总

大赛建立赛事社群，汇集该企业医学部的创新人才，持续互动、公告赛事进程和赛况，引导赛事全程的培训课程学习，在社群内分享设计思维小知识，助力学员学习吸收，举办线上抽奖等趣味互动，持续炒热赛事氛围。

晖致医学及临床研究部
第一届创新大赛

Make sure you are building The Right It before you build It right.

把事情做对之前，确保你要做的是对的事。

- Alberto Savoia
Innovation Agitator Emeritus
斯坦福大学创新讲师 & 谷歌第一位工程师总监

晖致医学及临床研究部
第一届创新大赛

If you're not embarrassed by the first version of your product, you've launched too late.

如果产品的第一版没有让你觉得难为情，说明你发布的太晚了。

- Reid Hoffman
Co-founder of LinkedIn
领英联合创始人



▲ 大赛社群运营活动

· 培训线服务设计

大赛采用源于斯坦福大学 d. school 的设计思维理论，培养组织内的创新人才。基于设计思维理论，定制化打造设计思维工作坊，帮助团队在“定位目标市场、共情用户痛点、打造产品原型、拿取市场反馈、敏捷迭代产品”中提升创新能力，获得创新解决方案。

采用线上+线下学习相结合的方式，先让参赛者明晰“我要解决什么问题”，结合 CareerX 的框架式创新模板工具，迸发创意，产出完整的创新方案。



培养组织内「创新人才」，我们应用“设计思维”理论

career [X]

为什么选择设计思维？

01

因为产品的开发逻辑发生了改变

从工程师思维到以用户为中心

从前制造或开发产品，我们最关心的是生产效率，以及新产品与旧生产链、供应链的关系。现在，我们关心的是如何满足用户的需求和体验。设计思维的核心原则就是“以用户为中心”。

02

因为我们担心解决伪需求

在把事情“做对”之前，先确保做“对的事情”

不能做无用武之地的伪需求。伪需求带来伪创新，没有用户愿意为伪需求买单。设计思维从同理用户出发，帮助创新者不断发现和超越伪需求，直击用户痛点。

03

因为创新人才是可以被培养的

创新是可以被流程化的，相信流程的力量

创新是有方法论的，创新不完全靠天赋。可持续、可复用的创新，其价值远超过独特、灵光乍现的创新。设计思维帮助企业搭建一条“创新”的供应链。

04

因为优秀的企业都在使用设计思维

500强企业都在用的创新方法论

Apple, Google, GE, 3M, 腾讯... 他们都在应用设计思维解决难题，研发创新产品。

设计思维介绍

career [X]

源自斯坦福大学 d.school 的创新方法论

设计思维提供一种以用户为中心，创造性解决问题的途径

设计思维 (Design-Thinking) 是一套成熟的、极具落地性的产品创新方法论。从讲求产品创意的 Apple、业务创新的 Google，再到 GE、P&G、3M 等传统工业、快消名企，乃至腾讯这样的国内互联网巨头，都开始把设计思维方法引入到产品、营销、运营甚至战略部门中。这皆因为设计思维可以帮助企业激发内部潜能，规避市场风险，甚至给行业带来颠覆式的创新。

设计思维流程图

我们为企业打造设计思维培训

CareerX 与设计思维认证讲师携手引进经典课程，基于“设计思维”理论，为企业不同培训场景定制化打造设计思维工作坊，帮助团队在“定位目标市场、共情用户痛点、打造产品原型、掌握市场反馈、敏捷迭代产品”中提升创新能力，获得创新解决方案。

设计思维的课程模块

career [X]

课程模块	EMPATHIZE 同理用户	DEFINE 需求定义	IDEATE 共创方案	PROTOTYPE 制作原型	ITERATE 测试迭代
授课方式	先对用户感同身受，才能挖掘真实需求	把事情做对前，确保做的是对的事。	输入方法，有序持续地产出创意	从想法到行动，让原型自己来说话	用原型获取真实反馈，快速迭代
练习方法	设计师们通过一系列与用户的互动，充分调动同理心，对目标项目的用户进行精准的定义和深入的理解，产出一套完整用户旅程图。	设计师们将依据自己的经验和洞察，提出并重新审视已经提出的问题，从而优化至“Just Right”问题。	真正有价值的创意往往来源于天马行空的想法，设计师们将进入高效产出创意的状态，不断头脑风暴，产出大胆的创新。	从想到做，设计师们将用最少的时间以及最小的成本，产出体系自己创意的产品原型。	设计师们将向用户呈现原型，并观察用户使用原型的过程，记录反馈，然后持续迭代。
练习方法	输入+练习+实践 用户画像 用户旅程图 同理心地图	输入+练习+实践 5个为什么 How Might We 二象限选择	输入+练习+实践 疯狂小8 头脑风暴 思维导图 六顶思考帽	输入+练习+实践 原型小贴士 原型的种类 故事板	输入+练习+实践+路演 用户测试 交互演示 角色扮演



创新模板工具参考

career^{1.0}



每个培训环节，
针对待产出的
内容，给出框
架式模板

◀ 创新模板工具样例

「初赛-创新加油站」

—培训目标：

1. 提升创新意识，初步掌握通用的「创新产出」方法论

让学员初步掌握一套通用、可自生创新的流程和方法论：设计思维。

2. 学习从用户体验出发，提升创意质量

结合「设计思维」理论输入，学员将以小组/个人为单位边学习，变产出。基于已有创意，回归用户洞察，提升创意质量。

3. 支持跨团队交流，形成创新社群

通过社群的持续学习，促进创新者之间的沟通交流，激发青年人的创造潜能，形成「创新社群」。

初赛培训用线上课的形式展现，将理论结合作业，帮助学员充分地准备项目方案，为之后的线下系列课程打下基础。为学员准备了线上课程视频及作业模板。

—课程简介：

1. 从「为什么使用设计思维」出发，介绍设计思维的相关基本概念与真实应用案例；
2. 给大家带来同理用户的常见方式，并且深入介绍怎样通过用户访谈获得用户的真实信息；
3. 介绍用户旅程图这一工具，帮助大家定义用户真正的需求。



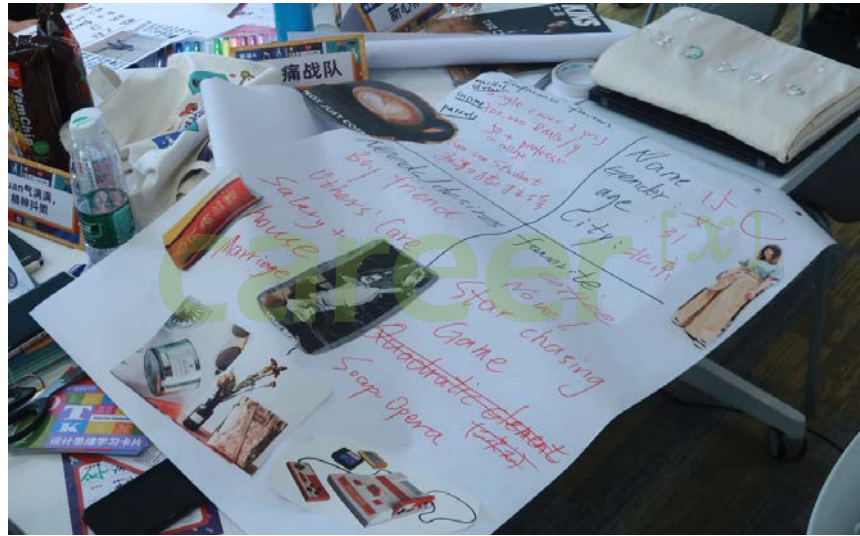
▲ 学员优秀作业展示

「决赛-创新冲刺马拉松」

两天线下创新冲刺马拉松，实战+练习，帮助学员更好地展示方案内容。在创新冲刺马拉松现场，学员用剪贴画的形式共创用户画像、用户旅程图，并现场电话访谈真实用户，设计思维讲师全程进组指导，助力产出最终的创意方案。



▲ 设计思维讲师



▲ 学员共创用户画像



疯狂小8 创意迸发



▲ DIY 锡纸帽

· **培训讲师：**

严选设计思维认证讲师，讲师曾为 Facebook、中国银联、阿里巴巴、中国银行、该企业、玛氏、强生、安利、红杉资本等企业设计并引导设计思维、高潜人才发展等各类型工作坊。



刘思洁 Sijie Liu

设计思维认证讲师

CareerX 生涯探索联合创始人兼副总裁，前玛氏全球青年人才发展项目中国区负责人、HRBP、领导力课程内部讲师；IDEO 设计思维课程认证；曾为 Facebook、中国银行、捷信、玛氏、强生、美团、联合利华等企业设计并引导设计思维、高潜人才发展等各类型工作坊；中央财经大学学士，英国伦敦卡斯商学院管理学（全英TOP2）硕士。



王曙光 Ryan Wang

共创教练与行动学习教练

CareerX 生涯探索合伙人，15 年企业管理经验，曾在诺基亚、拜耳等 500 强跨国企业担任亚太区 IT 高管，熟悉并带领过诸多相关 IT 系统研发及升级工作；丰富的引导师及培训师经验，曾为拜耳、安道麦、中国银联、光大银行、兴业银行、强生等企业设计并引导设计思维、行动学习、敏捷领导力等各类型工作坊。

· **大赛现场执行：**

大赛线下执行包括两天创新马拉松、决赛及颁奖环节，现场及线上邀请多位公司高层参加，包括该企业大中华区/日本/澳大利亚&新西兰人力资源负责人吕红、该企业大中华区首席医学官及临床研究负责人于巍。

在决赛评审环节，联动北京、上海多地路演场地开展评审，评审按照赛制中的多个维度进行打分，分数以「投资金额」的形式呈现，最终获得最多投资金额的团队方案成为本届创新大赛的冠军。



▲ 现场连线该企业上海的领导与路演选手




▲ 评审给出投资金额



▲ 选手线上路演



▲ 参赛团队将方案做成 demo 进行展示

	 <p style="text-align: center;">▲ 获奖团队代表领奖</p>
<p>服务成果</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 充分调动部门员工积极性，员工参与度极高。参赛选手占本部门80%。 - 赛事成果丰富，在医药健康、互联网健康、数据健康等各方面产出创新方案。 - 成果受到公司高层认可，赢得公司十大创新项目中的3个！ <p>客户评价（该企业医学部 LT）：这真的是一次全新的尝试，通过这种方式让我们的同事真正用到了所学的知识，也产出了非常多有价值的课题。感谢 CareerX 的团队。</p>

类别二

客户案例一：

<p>所提供的服务类别</p>	<p>专业能力发展</p>
<p>客户公司性质</p>	<p>外商独资</p>
<p>客户公司行业</p>	<p>互联网与游戏业</p>
<p>客户当时的需求</p>	<p>该集团正在推行 OKR 的部署，各个 BG 都在相应集团号召。作为强政委体系，客户希望充分调动内部政委体系，赋能业务条线部署 OKR。</p> <p>在该集团大文娱 BG，客户需要赋能内部的 PMO 部门以及 HR 政委，让他们成为 OKR 引导师，需要他们统一对于 OKR 的认知，了解 OKR 背后的管理理念，掌握 OKR 共创技能以及企业内部落地流程。</p> <p>需要顾问和引导师有丰富的落地经验，具备很强的团队管理能力以及引导能力。</p>

具体服务内容

【案例名称】

该集团大文娱 HRG & PMO 核心力量 OKR TTT 培训



【培训人数】

150+人

【服务人群】

业务部门高管及以上；
业务部门 HRG 及 PMO

【服务内容】

· **DD OKR 赋能培训**

OKR 导入培训课。介绍必要的 OKR 知识框架，建立团队对于 OKR 的基本认知，帮助团队体验 OKR 的制定。半天（3 小时）/场，共两场，每组参与学员人数为 50 人左右。

· **HRG OKR TTT 工作坊**

团队在 2 位引导师的带领下，通过翻转课堂的方法巩固 OKR 概念及制定原则，通过共创 HRG OKR 赋能目标和关键结果学习如何引导 OKR 共创工作坊。

包括：

1 天半引导式工作坊，必要的学习材料、道具、现场布置物料等



关键成果：

- 刷新重塑参与者对于 OKR 以及绩效管理的理解
- 学员从 0 到 1 真正掌握了 OKR 共创引导的流程，工具和关键技巧
- 学员明确了适合业务部门落地 OKR 的策略并制定相关计划
- CareerX 后续受邀参与录制原创节目《文娱管理咖啡馆》，在大文娱事业部推广 OKR 及复盘相关理念

服务成果



▲ CareerX 讲师（右一）参与录制原创节目推广 OKR

客户评价：

	<p>“好难，我这次最大的感受就是：OKR 不只是 OKR 制定本身，并不是学了 TTT 就一定能带好内部的 OKR 共创。希望老师在真正实战的时候能够继续帮助我们，期待尽快开始实际业务部门的 OKR 共创。”</p> <p>—— 该集团大文娱 HRG</p> <p>“我理解到 OKR 不是套路、不是运动，它需要我们去进行真实的对话、去看、去踏实做好每一步。”</p> <p>—— 该集团大文娱 PMO</p> <p>“天天出招必出绝招，OKR 就是要练，我要马上找个团队去帮助他们落实 OKR！”</p> <p>—— 该集团大文娱 某高管</p> <p>“感谢老师的分享，除了 OKR 本身，还教给我们很多管理方面的知识理念，对于 OKR 的应用特别有价值。”</p> <p>—— 该集团大文娱 某高管</p>
--	---

客户案例二：

所提供的服务类别	专业能力发展
客户公司性质	合资
客户公司行业	生命科学（如医药，医疗器械等）
客户当时的需求	<p>公司正在转型期，需要在企业内部建立一套能够推动创新、敏捷迭代的组织机制和组织文化。OKR 是客户非常认可的目标管理方式，借用 OKR 调动内部绩效管理的升级。</p> <p>需要针对全公司（5000 人+）部署 OKR 的做全案设计及交付，不只是培训，需要外部专业顾问支持公司做长期落地的辅导，包含： 学习 OKR 相关知识、理念、工具和流程，引导共创公司各部门年度 OKR，辅导 OKR 实施落地以及引导 OKR 复盘工作坊，协助企业进行战略转型</p>
具体服务内容	该企业 2021 OKR 部署全案及深度陪伴式辅导服务



从上到下逐层全面落地 OKR，配合企业管理文化建设，帮助组织实现业务转型。

【培训人数】200+人

【培训人群】从管理层开始，到管理层-2 的部门管理人员

【服务项目】OKR 陪伴式服务

入门培训课（视频及现场）

OKR 共创工作坊（10+场）

OKR 复盘工作坊（线上&线下，5+场）

OKR 会议现场辅导（10+场）

OKR 企业教练（日常按需）

OKR 沟通计划咨询项目（全案）

OKR 落地时间轴:

Q1

开启

OKR 概念全员宣贯

辅导管理层共创 OKR



Q2

渗透期

辅导管理层-1 & 管理层-2 的所有部门和团队共创 OKR

Q3

· 常态化复盘+跟进，持续提供陪伴式辅导支持

团队内部的 OKR 大使逐渐起到主导作用，带领团队完成 OKR 常态化的跟进、复盘和制定工作。

在这一阶段，CareerX 提供针对部门领导和 OKR 大使的辅导支持服务，并将列席观察季度的 OKR 会议，给出 OKR 执行和制定的反馈。

Q4

· OKR 复盘及 2022 年共创

根据团队一年的 OKR 执行情况，帮助团队反思 OKR 运营的方方面面，带领团队完成新一年 OKR 的制定。



▲ 线上完成部门管理层的年度 OKR 复盘

服务成果	<p>【关键成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 全公司部署 OKR 的方案及计划 ● 辅导公司从管理层到管理层-2，逐层制定出高质量的 OKR ● 陪伴式服务，深度辅导客户切实落实目标，业务目标超额完成 <p>【客户评价】</p> <p>“我们在市场上挑选了很多 OKR 老师，特别感谢遇到 Ryan 和思洁老师，有你们的陪伴式服务，我们才能真正落地 OKR。” ——该企业 人力资源部负责人 大中华区 & 日本/澳大利亚/新西兰</p> <p>“老师们讲 OKR 特别落地，既有 HR 的视角，又有深厚的对于带领团队的理解！” ——该企业 业务副总裁</p> <p>“Ryan 老师的辅导，终于让我茅塞顿开。” —— 该企业 业务负责人</p> <p>“Ryan 老师是我心中最好的企业 OKR 顾问。深入本质，不拘泥与 OKR 谈 OKR。” —— 该企业 业务负责人</p> <p>“非常享受思洁老师的引导，她搭建了一个让我们能够共同看见、深度讨论的场域” “今日的复盘 enable 了我们明日更好的 OKR！” …… ——该企业 业务负责人 于年度 OKR 复盘</p>
------	--

客户案例三：

所提供的服务类别	专业能力发展
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>组织里成立了 2 个创新小组，小组成员是从各个部门抽调出来的成员，有的是全职进项目组，有的是兼职。</p> <p>在这两个创新小组中，需要用更加敏捷的目标管理方案来推进创新、提升跨团队的协同。希望通过 OKR 的实施，来实现以上目标。</p> <p>同时，在创新小组应用 OKR 的经验，也为未来组织内部探索 OKR 提供经验和经验。</p>
具体服务内容	<p>【案例名称】 该企业 2021 创新敏捷小组 OKR 全年陪伴式赋能</p>

为创新业务团队从 0 部署 OKR，并在一年内全程陪伴，跟踪辅导 OKR 执行。



▲ 线上完成 OKR 导入课程

【培训人数】25 人

【培训人群】两个创新业务团队

【服务项目】OKR 入门培训课 | OKR 共创工作坊 | OKR 企业教练 | OKR 会议现场辅导 | 年度持续陪伴

OKR 落地时间轴

Q1

· 打好基础

帮助团队理解 OKR、共创 OKR，同时培养团队内部的 OKR 大使。

CareerX 专家全程带领完成团队 OKR 部署早期阶段的培训、工作坊和复盘会议。

Q2~Q4

· 常态化复盘+跟进，持续提供陪伴式辅导支持

团队内部的 OKR 大使逐渐起到主导作用，带领团队完成 OKR 常态化的跟进、复盘和制定工作。

在这一阶段，CareerX 提供针对部门领导和 OKR 大使的辅导支持服务，并将列席观察季度的 OKR 会议，给出 OKR 执行和制定的反馈。

年尾

· OKR 复盘及制定

根据团队一年的 OKR 执行情况，帮助团队反思 OKR 运营的方方面面，带

领团队完成新一年 OKR 的制定。

季度	月份	OKR 部署环节	相关培训 / 工作坊 / 会议	时长	执行方式
Q1	1月	OKR 理论输入 OKR 首次制定 (年度 OKR、Q1 OKR)	OKR 基本知识理念培训 OKR 共创工作坊	0.5 天 2~2.5 天	CareerX 导师授课 CareerX 导师全程带领 选出团队内部 OKR 大使
	2月	OKR 月度复盘 (首次月度复盘)	OKR 月度复盘会	0.5 天	CareerX 导师全程带领 (OKR 大使学习引导技术)
	3月	OKR 季度复盘及制定 (首次季度复盘)	OKR Q1 复盘及 Q2 共创会	1 天	CareerX 导师全程带领 (OKR 大使学习引导技术)
Q2	4月	OKR 月度复盘	OKR 月度复盘会	0.5 天	OKR 大使全程带领 CareerX 导师远程观察、点评、辅导
	5月	OKR 月度复盘	OKR 月度复盘会	0.5 天	OKR 大使全程带领
	6月	OKR 季度复盘及制定	OKR Q2 复盘及 Q3 共创会	1 天	OKR 大使全程带领 CareerX 导师远程观察、点评、辅导
Q3	7月	OKR 月度复盘	OKR 月度复盘会	0.5 天	OKR 大使全程带领
	8月	OKR 月度复盘	OKR 月度复盘会	0.5 天	OKR 大使全程带领
	9月	OKR 季度复盘及制定	OKR Q3 复盘及 Q4 共创会	1 天	OKR 大使全程带领 CareerX 导师远程观察、点评、辅导
Q4	10月	OKR 月度复盘	OKR 月度复盘会	0.5 天	OKR 大使全程带领
	11月	OKR 月度复盘	OKR 月度复盘会	0.5 天	OKR 大使全程带领
	12月	OKR 年度复盘及制定	OKR 2021 年复盘及 2022 年共创会	1 天	CareerX 导师全程带领 (OKR 大使学习引导技术)



▲ OKR 第二次季度复盘会

服务成果

【项目阶段性产出】

- 尝试了全新的组织模式和工作方法后，管培生团队主导并完成了巴黎该企业首家全球旗舰店的创建。
- 新业务模式团队在疫情中实现了 150% 业务增长，远超往年增长速度。

8个90后给年轻人做的店！欣喜看到欧莱雅第一个OKR项目的阶段性产出，期待最终目标实现

假期余额无多，去南京东路的这家巴黎欧莱雅全球旗舰店体验一下吧！



2021年5月5日 15:01 视频号·欧小雅

▲ 官方视频号宣传巴黎该企业首家全球旗舰店

【客户评价】

“在这个项目组中，没有你，没有我，只有我们。OKR 是一个很好的开始。”

——该企业集团 某创新业务 Leader

“我发现 OKR 的部署，纯靠摸着石头过河，效率太低了。还是经过引导的 OKR 实践起来更有效率。感谢 CareerX 的思洁和 Ryan，我们十分期待你们能够在一年内陪伴我们完成 OKR 的执行和复盘，让我们看到业绩的提升。”

—— 该企业集团 HR Manager

“过去的 OKR 项目实施的六个月，是我职业生涯中最累但是最快乐的一段时光。”

—— 该企业集团 市场部管培生

“接手这个项目的一开始，我觉得它是一团迷雾，OKR 像一个指南针，雾还在，但是我知道了方向。”

—— 该企业某项目组成员 于 OKR 第二次季度复盘会



客户案例四：

所提供的服务类别	专业能力发展
客户公司性质	民营
客户公司行业	文化、体育和娱乐业
客户当时的需求	<p>公司完成原生增长阶段，需要全面提升管理及领导力；公司需要持续创新，在不断探索业务边界的同时，保持文化和组织生命力。</p> <p>希望我们全面支持公司（300 人+）部署 OKR 的全案设计及交付，包含：学习OKR相关知识、理念、工具和流程，引导共创公司各部门年度OKR，辅导OKR实施落地以及引导OKR复盘工作坊</p>
具体服务内容	<p>【培训人数】 50+人</p> <p>【培训人群】 合伙人团队，统筹中心，演员经纪人团队</p> <p>【服务项目】 OKR 入门培训课 OKR 共创工作坊 OKR 企业教练 OKR 会议现场辅导 年度持续陪伴</p> <p>【培训亮点】</p> <ul style="list-style-type: none"> · 全流程陪伴式服务 <p>CareerX 的 OKR 部署提供全流程的陪伴式服务，不宣贯、不洗脑，不是空讲 OKR 概念，而是带领团队从 0 共创 OKR、一路共建 OKR</p> <ul style="list-style-type: none"> · 将 OKR 引入该公司合伙人团队 <p>CareerX 将 OKR 部署引入该公司多个部门（包括合伙人团队，统筹中心，演员经纪人团队等部门，并计划在所有关键部门全面铺开，做到人人都有</p>

OKR

【服务项目】

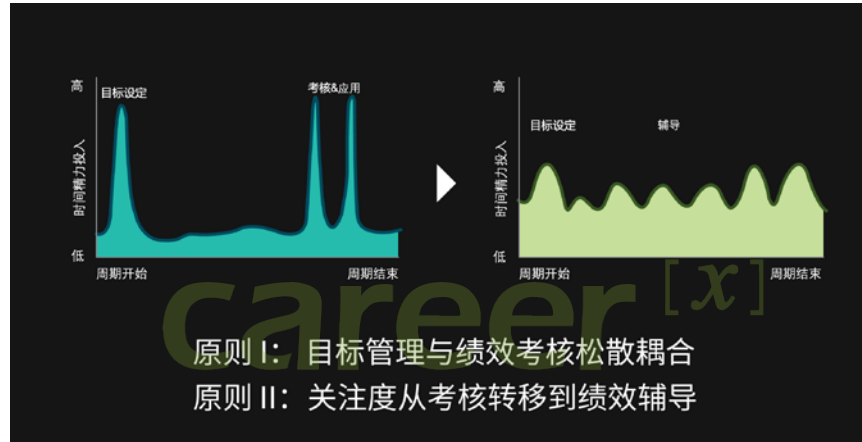
- 为该公司部署 OKR 提供全流程解决方案



- CareerX 的 OKR 陪伴式赋能服务：

CareerX 在有效共创 OKR 过程中，鼓励大家不断探索、沟通、发散和收敛团队业务的核心目标和底层动因。

OKR 的核心价值是「上下一致、左右对齐、自我驱动」，这里的「上下一致」指的不是宣贯式一致、洗脑式一致，而是团队全员的内生性一致。因此，有效的 OKR 共创制定过程才能让团队有「豁然开朗」的感觉。



▲ OKR 与绩效考核的关系

-OKR 入门培训课



话题	内容
开篇	为什么要用OKR?
	这么课讲些什么?
	和其他课程有什么区别
OKR的来由和概念	OKR和战略什么关系?
	OKR的定义是什么?
	OKR长什么样?
	OKR适合什么样的企业
OKR的制定与实施	为什么OKR能提高绩效
	KR应该怎么写?
	OKR是怎么共创的?
	怎么在公司里尝试OKR?
OKR的日常管理	落地方法
	OKR的完成怎么评价?
	怎么让OKR落地?
OKR实施的常见问题	实施OKR企业中,绩效考核怎么搞?
	为什么OKR落地会失败?
	有什么工具能辅助OKR的实施
OKR实例解析	以真实案例为基础,逐步解析OKR制定流程

▲ 课程大纲

-OKR 共创工作坊

总时长 (示例) : 4 个半天

日程	目标	关键步骤	日程	目标	关键步骤
开启	分享心情与期待	0. 自我介绍 1. 现在的感受 2. 对工作坊的期待 3. 我在这两天怎么支持工作坊	开启	分享心情与期待	1. 现在的感受 2. 对工作坊的期待
团队沟通	1. 活跃团队 2. 了解沟通的要点并建立良好沟通的基础	团队沟通游戏 I	团队沟通	1. 活跃团队 2. 强化团队沟通	团队沟通游戏 II
OKR概念重温	1. 回顾有效目标管理的因素 2. 重温OKR制定的原则	1. 分组讨论有效目标管理和无效目标管理的经历 2. 总结有效目标管理因素及OKR制定原则	共创并细化公司OKR II	在初稿基础上细化和调整	1. 重新分组 2. 小组讨论一个公司2020年度目标和关键结果 3. 总结OKR制定经验教训
共创年度OKR初稿	1. 建立对于公司2020目标的共识 2. 共创2020公司层面目标初稿	1. 讲解规则及分组 2. 小组讨论公司并分享 3. 形成热力地图	共创部门OKR	共创2020各部门目标及关键结果(年度)	1. 讲解规则及按部门分组 2. 各小组讨论本部门2020年度目标和关键结果
共创并细化公司OKR I	在初稿基础上细化和调整	1. 小组讨论一个公司2020年度目标和关键结果 2. 总结OKR制定经验教训	共创并细化公司OKR实施流程	设计公司OKR实施流程	设计公司落地OKR的实施流程

▲ 日程安排 (示例)

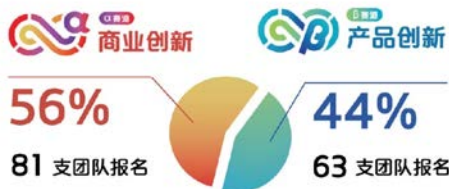
服务成果

大赛以内部资源和平台为支撑,充分调动该公司云平台资源、内部学习资源、外部专家资源,实现资源赋能,提升该公司员工的创新能力与思维。大赛集结了总分子公司的优秀创新人才,收集多样化优秀创新方案,孵化优秀业务萌芽并形成该公司新实践点和增长点。

大赛报名情况

144 支团队, **646** 人, 报名参赛

141 支团队, 提交商业计划书



- 近 40% 团队由跨部门、跨公司员工组成
- 首次采用“公司命题”+“自主命题”相结合的办赛方式
- 大赛满意度超过 9.3
- 6 项公司级战略项目被总公司相关部门直接认领

大赛秉持“赛训结合”的宗旨，通过比赛筛选出优秀人才，通过培训培养潜在人才。大赛通过游戏化玩法、多样化宣传、持续性运营、组织性执行，最终产出 20 余项优秀创新项目。

本次创新大赛共有 144 支团队，累计 646 人次报名参与，与首届创新大赛相比，报名团队数上涨 13.4%。其中，商业创新赛道共 81 支团队报名，产品创新赛道共 63 支团队报名。本次大赛报名人数之多，覆盖范围之广，充分体现了该公司人对于创新的热情和动力。

经统计，在所有报名团队中，以队长所在单位计算，17 家总公司单位共报名 74 支队伍，占比 51%，其中该公司科技事业部、业务运营中心、电子支付研究院、云闪付事业部报名团队数位居前 3；16 家分公司共报名 39 支队伍，占比 27%，其中河南分公司、重庆分公司、河北分公司报名团队数位居前 3；6 家子公司共报名 31 支队伍，占比 22%，其中该公司商务股份有限公司、中金金融认证中心有限公司、该公司国际报名团队数位居前 3。可以说，这是一次“集公司上下之智慧，合璧多部门之精华”的赛事。

在 141 份有效提交的商业计划书中，99 支团队选择了自上而下的业务命题，占比 70%；42 支团队选择了自下而上的自主命题，占比 30%。入围决赛的团队中，32 支团队选择业务命题，占比 80%；8 支团队选择自主命题，

	<p>占比 20%。</p> <p>本次比赛要求员工以小组为单位报名参赛，并且我们鼓励员工打破部门壁垒，形成跨公司、跨部门团队，擦出创新火花。在所有报名团队中，跨部门/公司组队的团队共 55 支，占总报名团队数的 38%，大赛形成了总分子全公司相互联动、共同创新的良好局面。</p> <p>另外，我们鼓励公司员工基于该公司云平台进行创新。云计算中心为本次大赛提供了该公司云原生的相关软、硬件资源作为支撑。初赛报名阶段，共 47 支团队申请使用该公司云资源，占产品创新赛道报名团队的 75%。决赛入围团队中，共 16 支团队申请使用该公司云资源，占产品创新赛道入围团队的 80%。参赛团队充分发挥平台思维，站在巨人的肩膀上，更容易实现创新项目的落地。</p> <p>问卷调查结果显示，选手对大赛的总体评价平均分为 9 分（满分 10 分），对培训安排总体评价的平均分为 9.16 分（满分 10 分），本届创新大赛给各位参赛选手留下了良好的参赛体验和深刻的印象。</p> <p>客户评价： 我认为这届大赛可以用完美来形容，非常感谢 CareerX 的工作人员对大赛的付出。 —— 该公司支付学院 院长</p> <p>我觉得创新大赛给我们年轻的员工提供了一个能实现我们天马行空的 —— 该公司分公司 参赛员工</p> <p>在该公司创新大赛中看到非常多有意义有价值的创新项目，通过这样的赛事，能让员工更加机动灵活地去适应新的变化，所以我认为是非常有价值的。 —— 该公司创新大赛外部导师&评委</p>
--	--

档案内容更新于2022年10月