

上海迥晟管理咨询有限公司

企业详情

企业官方注册名称：上海迥晟管理咨询有限公司

企业常用简称（英文）：Josen Consulting

企业常用简称（中文）：迥晟咨询

所属国家：中国

中国总部地址：上海市瑞金南路500号2号楼209

网址：www.josenconsulting.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、教练技术培训、游戏化学习解决方案

在中国成立日期：2017. 1. 6

在中国雇员人数：12

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）/汽车及零部件/IT信息技术，半导体及通讯/零售业与电子商务/金融服务（如银行，保险，财富管理等等）

2、曾服务过的客户案例

客户案例一：

所提供的服务类别	个人能力发展
客户公司性质	民营
客户公司行业	IT信息技术，半导体及通讯
客户当时的需求	<p>该公司是2015年创立的一个专注0-7岁婴幼儿童的服装品牌。过去5年，童装市场发生了巨大变化，越来越多的90后做了父母，这部分新生代消费者对儿童着装的要求，如美的要求、舒适的要求等，跟以往的消费者有很大的不同，单纯做购买行为的大数据分析已经很难给到品牌管理更有用的洞察。</p> <p>随着童装市场的竞争越来越激烈，很多大众的品牌都在向下延伸童装的部分。作为一个以用户为中心的婴幼儿童品牌，该公司需要</p>



	<p>快速跟随市场的变化不断做出品牌的自我更新，也更需要塑造独特的品牌价值点来服务消费者，这对营销和产品团队提出了巨大的挑战：</p> <p>1、需要提升对用户和市场的洞察力，不止是关注消费者对于功能的需求，更要关注背后的情感诉求；</p> <p>2、需要提升自身的创新能力，提出从产品、营销到品牌的一系列解决方案，来更好地与消费者产生联系，带给他们无微不至的关怀。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>根据客户的需求，我们为该公司设计了完整的行动学习方案，通过教授设计思维以人为本的方法，来提升他们的洞察力和创新能力，并创造出应对业务诉求的创新解决方案。</p> <p>第一步：项目准备</p> <p>我们和业务高层一起制定了项目的创新挑战，将90后的妈妈和新生儿当作聚焦的服务对象，探究如何为他们提供更好的产品和服务体验，为他们的生活带来更多的快乐。</p> <p>根据绩效表现、主动性和发展潜力，项目从营销、产品和品牌部门挑选了一批优秀的精英人才，让他们作为公司的创新火种，去探索未知的领域找到新的业务机会点。</p> <p>迥晟的顾问团队和项目团队一起研讨了项目中需要研究的极端用户画像。极端用户是那些对产品有极端需求或者对产品特别了解的用户，我们将从他们身上获得更多的启发。</p> <p>第二步：创新学习和共创</p> <p>在2天的工作坊中，为了更好地实现创新方法的吸收，迥晟采用真实的案例模拟让学员在安全的环境下，跳出原有的业务框架，进行充分的试错和反思。</p> <p>为了提高项目研讨的真实性和有效性，项目团队邀请真实的用户参与到创新挑战的访谈中。真实的用户访谈经历，让学员意识到用户的真实体验和我们的想象可能会有很大的差别，他们不可以替代用户做选择。</p> <p>通过设计思维的定性研究方法深入用户的世界，帮助学员找到隐藏在用户行为背后的新机会点，将对用户的价值与公司的战略联系到一起。</p> <p>项目团队发现，新生代的消费者对于健康和安全性有独特的诉求，也期望通过产品使用获得亲密关系，品牌需要在以后的产品开发和营销中结合这些价值点做进一步的延展。基于这些发现，项目团队一起头脑风暴，激发了上百个创意思法，并从中选择4个方向进行尝试和探索。</p> <p>第三步：项目落实</p> <p>项目团队通过访谈更多用户，进行更多快速、低成本的实验来获得用户反馈，不断迭代和改进解决方案，然后联合组织内的设计师、供应链等其他部门一起落实这些解决方案：</p> <p>1、该公司围绕消费者对健康和舒适性的需求，研发了全新抗菌产品，可以抑菌消臭、吸湿干爽、耐洗涤。</p>



	<p>2、项目团队将门店改造成全新的抗菌实验室，更好地将“安全、健康”的价值点传递给用户。</p>  <p>3、将门店变成童趣交流中心，开展生日会、交流会等品牌活动，促进与用户的交流和联系。</p>  <p>4、升级了品牌logo，将品牌本真、舒适与愉悦的生活美学，向可爱的人类幼崽们传递，强化“安全、舒适、新精致”的品牌理念。</p> 
<p>服务成果</p>	<p>在这个项目中，产品、营销、品牌的内部精英在用户洞察力、产品创新力和内部影响力上都获得了快速的提升，并为品牌的快速转型打下了扎实的基础。</p> <p>项目也获得了业务高层的高度认可，商品总监表示： 今年市场竞争激烈，压力挺大。过去我们传统的B端产品的开发方式遇到了很大的挑战。以前完全是基于大数据的产品开发方式，面向B端客户，对数据没有很好的解读，也遇到很大的挑战。</p> <p>去年，我们在工作坊里得到了一些对于消费者需求的洞察，我们应用到产品开发商，其中有一个产品很有突破，获得了十大纺织奖。今年，该公司也荣膺第五届“中国十大童装品牌”。</p>





2021年
十大类
创新产



“冰淇淋”莱赛尔牛仔裤”荣获
“2021年度十大类纺织创新产品”称号。



证书
上海马卡乐儿童服饰有限公司
贵公司“马卡乐 MarColor”品牌荣获第五届“中国十大童装品牌”荣誉称号。
2023年6月
07-X20870571

客户案例二：

所提供的服务类别	个人能力发展
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>一家国际护肤品品牌正在面临新零售、电子商务，以及线上代购等新对手的竞争压力。同时客户需求也在发生变化，原来的销售策略对于到店的顾客越来越不奏效。如何改进服务流程环节，打造wow的客户体验，增强客户粘度，提升产品方案的推广，成为销售和市场管理部门面临的首要挑战。</p> <p>这家公司的总经理向销售和市场管理人员提出了新的要求：</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 要培养企业家精神，从公司的战略角度积极思考用户价值，培养客户导向的创新意识以及系统思考的能力。 <input type="checkbox"/> 要深入挖掘用户的需求，突破打造创新解决方案，提升整体业务运营能力。 <input type="checkbox"/> 提高战略执行能力，通过落实创新解决方案，打造更好的服务体验，从而带来新的业务增长。
具体服务内容	<p>我们与客户一起规划了整个方案：</p> <p>第一步：通过高管访谈，明晰内外部认知的差距，找到调整方向，选拔了30名销售和市场部门的精英形成4个项目小组，制定每个项目小组的创新挑战、项目计划，进行资源准备。</p> <p>第二步：是让项目组顾问作为店员，深度沉浸在品牌与客户的链</p>



	<p>接中，了解顾客怎么看待产品和衍生服务的体验，依据专业的客户体验标准流程寻找实际机会与问题点。通过深入用户，使得项目成员深刻感受到客户需求的变化，激发了他们做出改变的意愿，并且思考作为业务管理人员的角色。</p> <p>第三步：开展设计思维创新工作坊，学习以人为本的心态与设计思维工具的使用技巧，访谈不同消费偏好、消费目的和品牌理解的极端用户，深刻体会真正倾听用户所带来的启发，挖掘用户背后的功能需求和身份需求，探索可能的客户体验解决方案。在访谈环节，我们还引入了AI对话分析功能，通过分析对话时长占比，帮助学员复盘访谈，并反思和改进访谈技巧。同时，AI的分析平台，可以记录用户故事，抓取关键词，为进一步的深度访谈和洞察挖掘提供了一个好的基础。</p> <p>第四步：进行为期3个月的创新项目孵化，通过行动学习和辅导相结合的方式，扩大课后用户调研范围，提炼更多用户洞察。每个项目小组都访谈了超过15名真实用户，开展了超过8次潜伏观察，进行了十几次小组研讨会，从上百个点子上，提炼最佳机会点，并充实到解决方案中。</p> <p>为了确保解决方案的可落实性，每个项目团队开展了5-10次不等的用户实验，范围覆盖了超过100名用户。他们通过手里的试装用品资源进行不同的服务尝试，采用简单的物料对店面进行不同的装扮，观察用户的反应，并通过这些反馈来断迭代和完善解决方案。</p> <p>在每个阶段，导师都会通过辅导对学员能力的发展和项目推进进行指导和纠偏，最终产出可落实的客户体验解决方案。</p>
<p>服务成果</p>	<p>项目团队的解决方案实现了几个关键产品超过100%的增长，复购率提升接近50%，客单价也大幅提升。在内部评审会上，整个项目获得了总经理的高度认可，后续会根据评委会要求，整理出完整的SOP和制度，在明年初的品牌会议上向全公司进行宣讲和推广。销售和市场部门的精英也通过这个项目大大提升了用户洞察、创新能力和跨部门的影响力。当他们深入市场，听到用户的声音时，这些用户的反馈极大的激发了他们的主动性和执行力，他们在项目汇报时的激情也感染了其他人。这些用户故事也将成为变革的催化剂。</p> <p>有别于其他的学习发展项目，在创新孵化中，项目团队都亲自动手，参与到解决方案的设计和实践中，极大地提升了他们的战略执行能力。通过一个个快速、低成本的用户实验，项目团队真正将解决方案和用户实际需求联系到一起，变成了一个个真正有效可执行的方案。</p>

档案内容更新于2022年10月