

## 北京熙诚教育投资有限公司

### 企业详情

企业官方注册名称：北京熙诚教育投资有限公司

企业常用简称（英文）：XICHENG EDUCATION INVESTMENT

企业常用简称（中文）：熙诚教育投资

所属国家：中国

中国总部地址：北京市丰台区丽泽路20号院丽泽soho

网址：http://www.xichengedu.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、专业能力发展、党建

在中国成立日期：2017年2月

在中国雇员人数：80

### 业务详情

1、主要客户所在行业：耐用消费品、零售业与电子商务、金融服务（如银行，保险，财富管理等）、房地产业建筑业

### 2、曾服务过的客户案例

#### 客户案例一：

|          |   |
|----------|---|
| 所提供的服务类别 | 领导力发展培训   |
| 客户公司性质   | 国有  |
| 客户公司行业   |   |
| 客户当时的需求  | 由运营集团发起，对10家+子公司，100名+学员，进行为期一年的青年干部培养，领导力培训。<br>1、轻盘点，针对性培养，为集团、为各子公司培养一批懂经营、懂管理、有担当的优秀后备干部；<br>2、重运营、重产出，需要针对不同人群（企业类型、行业、学员级别） |

|        |   |
|--------|---|
|        | 基础，进行具有连续性的课程设计；<br>3、打造集团型培训项目标杆级产品及品牌效应。  |
| 具体服务内容 | 1、领导力水平测评，对100+名干部进行能力测评；<br>2、能力分层，根据测评报告，对学员进行分层、分班；<br>3、项目启动—启动仪式，明确项目意义与规则；<br>4、课程定制，从自我管理、业务管理、事务管理、人际管理四方面设计课程；<br>5、能力学习，线下授课；<br>6、训后实践，对课后作业进行线上辅导、直播答疑；<br>7、团建拓展，打破班级壁垒，增强协作；<br>8、项目结营—述职会。 |
| 服务成果   | 1、通过定制课程全面能力提升。<br>从自我管理、事务管理、人际管理这三方面：具体掌握基本管理工具、多维管理方法、自我调节方法；掌握决策判断、统筹规划、解决问题方法；掌握影响说服、团队建设、关系协调、知人善任核心。<br>2、帮助集团对下属子公司的中层干部进行培养和盘点，同时加强集团子公司间的交流与合作。<br>3、树立了集团型培训标杆案例。                              |

## 客户案例二：

|          |   |
|----------|---|
| 所提供的服务类别 | 领导力发展培训   |
| 客户公司性质   | 国有  |
| 客户公司行业   | 物流  |
| 客户当时的需求  | 物业行业高速发展，即将迎来黄金十年，传统组织架构面临着协同困境、创新困境与决策困境。<br>作为劳动密集型企业，管理干部梯队建设一直是客户发展的关键点。<br>希望通过项目培养各层级管理者，构建面向未来的管理人才队伍。一线经理、中层经理、中高管、高管各层级管理队伍，有针对性的提升。   |
| 具体服务内容   | 1、量身定制课程，通过研究物业行业发展趋势、挑战和规律，使项目符合物业行业的内在规律；通过需求访谈调研了解客户战略及业务重点，分析战略落地的关键瓶颈和障碍，使项目符合公司的战略重点，并符合文化特点；通过访谈调研，了解各层级关键人才的典型挑战、能力要求和现状，充分掌握目标人群的能力水平，匹配合适的课程内容和教学手段。<br>2、全流程授课，设计完整体验，包括开班设计、团队建设设计、课前/课后延伸、业务问题研讨、学习成果评估等。<br>3、7-2-1为原则，按照不同层级管理人员的特点及培训时间匹配教学方式，确保各层级关键人才的培养与发展符合其学习规律，从而加速成长 |



|      |  |
|------|--|
|      | <p>4、战略发展线、经营管理线、专业支持线进行培训赋能。</p> <p>5、开营仪式+集中面授+课后研讨+训后实践+创新大赛/闭营仪式，全流程产品交付。</p>  |
| 服务成果 | <p>1、行业发展趋势讲座—《物业发展趋势》、《智能物业》、《物业行业趋势》，研究行业趋势，提升培训人员行业背景、专业能力培训。</p> <p>2、对一线经理，从自我认知、专业能力、团队协作方面进行课程交付；</p> <p>3、对中层管理者，增加沙盘模拟课程：《团队动机管理》、《项目管理》，提升项目管理能力，管理思维模式升级，提升管理者处理复杂人事管理问题的能力，提升员工对组织的满意度，留住优秀人才，降低人力成本，有效达成组织的绩效目标。</p> <p>4、针对高管，增加参访环节，参访企业：华为、京东、同仁堂等，进行深度交流。</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   | 民营  |
| 客户公司行业   | 耐用消费品   |
| 客户当时的需求  | <p>2022年客户进一步深化改革，着力提升门店运营专业能力。</p> <p>客户反馈几千万规模、上亿规模的城市，保持市场仅仅靠销售驱动是不够的，需要系统化组织管理。</p> <p>2022年客户改革的核心是提升系统化的组织能力，提升门店系统化运营能力，在持续调动销售团队积极性同事，优化管理门店运营。</p>   |
| 具体服务内容   | <p>1、基于客户的企业战略目标、经营目标及人才培养目标，量身定制搭建人才发展及业务赋能等学习场景，针对门店店长、店员及经销商群体实施有针对性的培训学习，并重点提升高潜门店店长经营管理能力。</p> <p>2、对全国高潜门店店长独立定制培训。</p> <p>3、采用理论学习、技术引导、实战演练、案例讨论、经验分享等形式，按照集中培训、21天行动计划、复盘提升的节奏，针对不同的群体制订了不同的学习方案。</p>  |
| 服务成果     | <p>针对门店销售、店长、经销商，补齐门店人员及经销商的销售能力及管理基础，提升管理水平，搭建管理赋能系统，促进业绩目标达成。</p> <p>1、使店面销售，借助系统化的学习，掌握全流程的标准化操作，学会促成客户承担的关键方法和技巧，提高成交量。</p> <p>2、使店长，掌握日常店面管理的关键步骤与具体流程，加强管理效能并促进业绩提升。</p> <p>3、使经销商，了解管理的要点与难点，逐个击破具体痛点问题，为数字化时代的营销转型与业绩增长提供关键路径。</p> <p>4、针对全国高潜门店店长，系统性地提高其经营管理能力，从领导力、业务思维、中高层培育等多方面出发，掌握管理者的思维与系统工具，</p> |

|  |   |
|--|---|
|  | 帮助高潜店长从个人能力者向团队管理者的角色转变，掌握管理者的思维与系统工具升。 |
|--|---|

### 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   | 国有   |
| 客户公司行业   | 能源动力   |
| 客户当时的需求  | <p>由运营集团，对25个子公司，进行品牌营销专业能力培训。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、成熟类品牌：获取品牌运营的新时代思维与手段，实现营销突破。</li> <li>2、成长类品牌：提升品牌运营的专业化思维，促进构建品牌运营体系，实现质的突破。</li> <li>3、培养类品牌：掌握品牌运营的基本思维。</li> <li>4、有专门品牌营销部门的品牌，通过培训提升认知。</li> <li>5、没有专门品牌营销部门的品牌，通过培训，提升品牌营销专业知识，建立品牌架构体系。</li> <li>6、打造集团类专业能力培训标杆案例</li> </ol>  |
| 具体服务内容   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1、将项目品牌化，通过定位，将项目命名为“金品创学”，slogan”让品牌成为更有价值的资本“、logo。</li> <li>2、项目调研，盘点子公司品牌团队现状。</li> <li>3、根据需求和现状，进行课程定制，并将人员分层、分组。</li> <li>4、开营仪式，全景介绍、分组展示，并激发学员学习兴趣</li> <li>5、线下授课</li> <li>6、标杆企业游学参访</li> <li>7、项目结营，成果交付</li> </ol>   |
| 服务成果     | <ol style="list-style-type: none"> <li>1、通过定制课程，提升专业能力，回归商业本质，从消费者角度解析业务增长与营销管理。从品牌价值与塑造、产品创新与爆品设计、数字营销等方面进行专业学习。</li> <li>2、游学参访标杆企业：字节跳动、中国国家大剧院、元气森林，进行深度交流。</li> <li>3、实战演练，通过课堂演练和课后小组作业，25个子公司都成为案主至少1次，讲课程与企业现状结合，共学共创，重新认识自己的品牌和价值所在。</li> <li>4、结营仪式，成果展示中，选出4个典型企业作为案主，制作推广方案全案+15秒宣传片制作。</li> <li>5、1位领营导师、3位专业讲师、3次游学、上百次实战演习、13个线下作业群、3场高质量pk、1场终极答辩。</li> <li>6、子企业间建立合作。</li> </ol> |

### 客户案例五：

|          |   |
|----------|---|
| 所提供的服务类别 | 拓展训练和团队建设   |
| 客户公司性质   | 合资  |
| 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  | 支行全员团建活动，增强团队凝聚力，新员工融入团队，团队跨部门沟通协作。   |
| 具体服务内容   | 体验式培训项目结合团队攻防箭一天的实施。体验项目中团队成员要面对挑战，只有勇敢前进，集体决策才能达成目标。团队攻防箭运动则是结合时尚热点游戏元素的团队运动，专注的不是个人，重点强调团队协作与团队策略的重要性！个人离不开团队，团队也需要每一个人的全力配合。每个人都是独一无二的存在，每个位置相辅相成，默契配合才能团战必胜，最终引领团队一起走向胜利，成为荣耀战队！ 不忘使命，攻破目标！     |
| 服务成果     | 经过一天的拓展训练，学员感觉到，在体验活动中有许多挑战只要你勇敢迈出了第一步，那么你就赢得了一半的收成；许多困难只要你硬着头皮去面对总有拨云见日的一天；人和人交流合作是很重要的，这次拓展训练，玩的游戏，让学员领悟到了很多，总结下来，也都是我们生活当中经常碰到的，由其是工作当中，没有成功的个人，只有成功的团队，选择了这个团队就是做到不抛弃，不放弃，做到，坚持、认真，专业、默契、感恩的心态。 |

### 客户案例六：

|          |   |
|----------|---|
| 所提供的服务类别 | 拓展训练和团队建设   |
| 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  | 客户首次针对学生进行中国传统文化体验活动。要求了解中国传统文化的博大精深。体验到中国非遗文化魅力。通过形式新颖的各个环节的设计让学生过程中能积极参与。   |
| 具体服务内容   | 2021年4月27日-29日，我研学部承接客户116人团建活动，方案设计亮点：<br>1、游览【清凉谷】、【司马台长城】、【古北水镇】三个景区；<br>2、学习非物质文化遗产手工：【风筝制作】、【扎染T恤衫】；<br>3、参加古镇寻宝活动，完成任务（制定地点打卡），集齐水镇纪念印章；<br>4、给自己的“未来”寄出一张明信片，写上对自己的祝愿与希望！<br>5、参与“环保、节能”活动，做有社会责任的青少年；<br>6、知识问答：关于长城及中国传统文化的知识； |

|      |  |
|------|--|
|      | 7、唱出欢乐、唱出有爱，卡拉OK演唱活动。  |
| 服务成果 | <ol style="list-style-type: none"><li>1、中外学生领略到中国的壮美山河。</li><li>2、学习中国传统文化，提高了动手能力，获得了一件亲手制作并与众不同的T恤衫；制作了一只带着梦想一起放飞的传统风筝！</li><li>3、提升了自己独立思考能力，增强了团队观念和集体荣誉感。</li><li>4、对自己提出了成长目标。</li><li>5、通过增强环保意识，学做社会小主人。</li><li>6、长城是中国的象征，增强学生民族自豪感！</li><li>7、展示学生才艺，培养团结有爱的精神。</li></ol> |

档案内容更新于2023年8月