



怡和汉深（上海）健康信息咨询有限公司

企业详情

企业官方注册名称：____怡和汉深（上海）健康信息咨询有限公司____
 企业常用简称（英文）：____JLT Essential____
 企业常用简称（中文）：____怡和汉深____
 所属国家：____中国____
 中国总部地址：____上海市浦东新区东方路3601号2号楼6楼____
 网址：____www.jltessential.com____
 所属行业类别：____健康保险/健康体检/EAP/员工福利管理/弹性福利/其他____
 在中国成立日期：____2009年5月27日____
 在中国雇员人数：____40人____

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）/机械制造

2、曾服务过的客户案例

客户一：

所提供的服务类别	健康体检/EAP
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	提供员工健康体检方案的咨询，统筹大陆、香港和澳门多地区的年度体检和入职体检，并进行有效落地执行和优化。 提高员工的体检感受度。在一定的福利额度中，尽可能为员工提供更多可供选择的体检机构，并结合大陆、香港和澳门的外资私立诊所，覆盖中高端洁牙机构。此外还希望提供健康咨询的增值服务，并希望针对客户的企业和员工特点，提供EAP服务。



<p>具体服务内容</p>	<p>我们统筹大陆、香港和澳门的多家体检中心品牌和私立诊所机构，全年开放入职体检和年度体检服务。</p> <p>我们为客户提供定制化的体检预约系统，多方面审核员工的预约请求。</p> <p>我们的客服能够提供中、英文服务，能够同时满足大陆和外籍员工的咨询需求；此外，预约方式便捷、多样化，包括电话和线上预约服务。</p> <p>根据客户企业和员工特点，我们规划并设计了EAP员工协助计划服务。</p>
<p>服务成果</p>	<p>由于我们与多家内、外资体检机构建立了长期稳定的合作关系，为项目长期稳定的落地执行打好了基础。加之我们为客户提供了多项健康和体检方面的增值服务内容，大大提升了员工的体检感受，也提高了此项万人体检项目的到检率，年度到检率提升幅度为3%。</p> <p>在EAP项目中，我们根据客户的企业文化和员工个性化需求，提供定制化的推广方案，包括培训课程和中英文月度心理健康贴士，除了海报，还通过线上平台，如微信、Facebook，让大陆、香港的员工都能更全面地了解EAP可以为他们提供的服务，帮助员工取得工作与生活的平衡。</p> 

客户二：

<p>所提供的服务类别</p>	<p>健康保险/健康体检/员工福利管理/福利礼品/其他（福利咨询）</p>
<p>客户公司性质</p>	<p>外商独资</p>



客户公司行业	快速消费品
客户当时的需求	<p>提供员工整体福利解决方案的咨询和设计，并进行有效落地执行和优化。</p> <p>提高员工的体检感受度。在一定的福利额度中，尽可能的给到员工更多的健康福利产品。并希望通过每年一次的体检服务，改善员工的健康水平，降低员工疾病风险，从而达到控制保险理赔率的目的。</p> <p>提供定制化的弹性福利方案。希望通过年节福利平台，丰富高性价比的福利产品选择范围，提升员工对于公司福利的满意度。</p>
具体服务内容	<p>我们在制定福利策略时，考虑四个维度的关键因素：人力战略、员工数据、企业文化以及目标制定，从而更加系统地为客户提供可持续的、以价值为导向的福利方案。</p> <p>在具体落实时，我们对往年的套餐进行了优化，并且每年会根据员工的体检数据，同时结合保险数据，具有针对性地制定第二年的套餐计划。</p> <p>我们会在客户指定的额度内，结合公司承担和员工自费的定制化需求，制定套餐计划。以此提高员工对体检的感知度，让员工能够更灵活得选择最符合自己需求的套餐。</p> <p>我们还定制了具有专属性的弹性福利方案（包含节日福利、生日福利以及体育运动福利），从多样的礼品选择，到定制化的平台登陆界面，再到贴心的短信提醒，做到多维度地关爱员工。</p>
服务成果	<p>由于与该客户合作多年，对客户的需求有非常清晰的了解，并且能够通过多年积累的保险和体检数据，为客户提供员工整合福利方面的咨询，对方案和执行效果不断进行优化。</p> <p>定制化的服务让员工的体检体验感大大提升。并且在弹性福利的落地执行中，我们全程提供细致入微的贴心服务，帮助提升了员工参与的积极性，在刚刚过去的中秋节上，福利兑换率超过了89%。</p> <p>此外，针对服务机构，我们多年来不停改善，确保机构选择及机构服务多样化，筛除服务有瑕疵的机构门店。并通过提供优质增值的VIP服务，提升了企业管理层的感受度。</p>

客户三：

所提供的服务类别	健康保险/员工福利管理/其他（福利咨询）
客户公司性质	民营
客户公司行业	耐用消费品



<p>客户当时的需求</p>	<p>客户作为一家民营企业，与业内其它一些企业相比，它的福利体系十分不完善，员工的保障体系也不够健全。经年不变、平均主义、被动接受，这就是员工眼中福利的面孔，随之而来的便是员工流失率上升。为了企业自身的发展，客户亟需完善现有的福利体系，提升员工的福利满意度。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>在为客户制定福利策略时，我们需要从员工自身需求、企业福利发展阶段、福利模式三个维度，为客户量身定制福利模式。</p> <p>并结合自身多年实践经验，为客户从无到有构建一套完整的健康保险体系，专业定制了一套企业主的用工风险解决方案，设计了员工意外险、财产险等多个险种。并且综合分析每年的保险数据，针对性地制定第二年的计划。在确保保险计划的同时，严格把控每年的保费。</p>
<p>服务成果</p>	<p>现在，客户已经有一套健全的员工福利体系，做到了让老板放心、HR省心、员工安心。加之我们与该客户已合作多年，对客户的需求有非常清晰的了解，并且能够通过多年积累的保险和体检数据，为客户提供员工整合福利方面的咨询，对方案和执行效果不断进行优化，让员工的福利体验感大大提升。</p>

客户四：

<p>所提供的服务类别</p>	<p>弹性福利</p>
<p>客户公司性质</p>	<p>外商独资</p>
<p>客户公司行业</p>	<p>生命科学（如医药，医疗器械等）</p>
<p>客户当时的需求</p>	<p>客户往年给员工发放的中秋福利多数为一张电商的礼品卡，礼品单一，没有新意，也表达不出企业所想要让员工感受到的关爱。于是客户希望在有限的预算内将家庭日概念和中秋节结合起来，将福利发放的受众群体从员工扩大到员工家中的其他亲人。</p>



	<p>同时在礼品的选择和发放模式上也要创新，希望礼品能够是多选一的礼包形式，并且希望礼品品类丰富，能够兼顾到老人、大人和小孩的喜好和适用，让员工真真实实感受到企业的用心和真情！</p>
具体服务内容	<p>1、我们将此次中秋福利定义为“庆中秋、家团圆”，将中秋节和家庭日结合起来重新定义和创新。</p> <p>2、制定礼品方案，在客户有限的预算内，整合了30款礼品，除了以往每年发放的电商礼品卡之外，在保证礼品的实用性、品牌性和高性价比的前提下，也兼顾到各个年龄层都有能够适用的礼品。</p> <p>3、定制客户专属的兑换平台，除了宣传企业这次的中秋&家庭福利外，多选一的兑换模式和简洁明了的兑换通道也让员工能够根据家庭或自己的实际需求和喜好来兑换礼品，提高员工的参与度。</p>
服务成果	<p>在与客户进行多次深入的沟通，并了解客户需求后，我们为客户提供了个性化的弹性福利平台方案。在执行过程中，提供了细致入微的配套贴心服务，让客户非常满意。此外，由于福利产品选择更多样，平台登录界面更具专属性，以及EDM和贺卡更具企业情怀与温度，这些改变都大大地提高了员工的感受度和满意度。</p>

客户五：

所提供的服务类别	EAP
客户公司性质	外商独资
客户公司行业	文化、体育和娱乐业
客户当时的需求	<p>客户第一年启动该项目的时候，是希望该项目能够在帮助员工管理情绪和压力的同时，提升雇主品牌形象。</p> <p>由于EAP员工协助计划项目的核心服务内容是以心理咨询师的形式，为企业员工提供情绪管理，帮助员工提升幸福感。而心理咨询在国内，还没有被普遍接受，甚至大众对接受心理咨询的看法存在负面的看法和片面的认知。因此，该项目的挑战在于员工沟通策略的制定：如何对EAP员工协助计划进行定位、如何将EAP的服务内容更好地满足员工自我提升和管理情绪方面的需求、如何与不同背景的员工进行更有效的沟通等。</p>
具体服务内容	<p>根据客户需求，我们对EAP的定位是帮助员工提升幸福感和增强自我了解。通过路演中的趣味游戏和测试，引导员工预约，体验</p>



	<p>心理咨询;并且通过多种轻松且贴近日常工作和生活的主题课程,帮助大家了解EAP的日常使用场景。</p> <p>具体的服务包含以下内容:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、员工可以拨打热线电话预约咨询,或预约面对面咨询。 2、我们会每月定期安排驻场活动,由专属的专业咨询师到企业进行驻场咨询。 3、每月我们会推出相应话题的线上、线下课程。线上课程,可以在手机端上课,也可以在课后进行回听。线下课程,我们会邀请资深讲师到企业现场为员工授课。线上课程和线下课程都会在课后推出回顾推文,帮助更多无法实时上课的员工获取课程核心知识。 4、每个项目年度开始,我们会举办路演活动,展开EAP推广活动,推出一些与心理学相关的趣味互动小游戏,加强员工对项目的认知度。 5、我们会定期与客户沟通项目的进展,并计划接下来的工作内容。 <p>每年我们都会根据上一年的使用数据和课程效果,与客户沟通,优化并制定下一年的实施方案。</p>
<p>服务成果</p>	<p>由于客户企业员工人数很多,并且工作地点分散,流动率也相对较高。</p> <p>项目启动第一年的路演,大约30%的员工对EAP项目有所了解。今年的路演,大约90%的员工对EAP项目了解,在项目进行的初期阶段,我们通过微信推广、内部邮件、渠道、路演活动和驻场咨询活动等一系列的渠道推广后,EAP项目的电话咨询使用率也得到了提升,从第一年的2%左右,到现在超过了3%。</p> <p>在项目推广初期,我们发现员工对EAP项目存在些许的误解,认为该项目仅针对心理有问题的人。了解到这样的反馈之后,我们调整了沟通方案、路演活动的形式,以及课程主题,以帮助员工更全面得了解EAP的作用。</p> <p>客户还荣获了“最佳雇主”的称号,我们也为此感到由衷得高兴。</p>

档案内容更新2018年11月