



嘉博管理咨询（上海）有限公司

企业详情

企业官方注册名称：嘉博管理咨询（上海）有限公司

企业常用简称（英文）：KPC

企业常用简称（中文）：嘉博咨询

所属国家：中国

中国总部地址：上海市徐汇区沪闵路8075号虹梅商务大厦507

网址：www.KPCgroup.com

所属行业类别：员工激励与认可，薪酬与福利咨询，弹性福利，其他

在中国成立日期：2008年1月17日

在中国雇员人数：43

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，零售业与电子商务，IT信息技术，半导体及通讯，金融服务（如银行，保险，财富管理）

2、曾服务过的客户案例

客户一：

所提供的服务类别	员工激励与认可、薪酬与福利咨询
客户公司性质	外商独资
客户公司行业	机械制造
客户当时的需求	客户集团是全球领先的综合性汽车和工业产品供应商，于1995年开始在中国投资生产。20多年来，客户已成为中国汽车和工业领域重要的供应商和合作伙伴。目前，客户大中华区拥有员工约1.2万人，在上海安亭、湖南长沙设有2个研发中心，在太仓、苏州、银川、南京、湘潭等地设有10座工厂，在北京、上海、沈阳、广州、南京、济南、成都、武汉、太原、重庆、西安、天津、大连、杭州、长沙、哈尔滨、郑州、香港、台北、台中等全国各地设有20个销售办事处。



	<p>随着市场竞争加剧，销售增长逐渐乏力，公司希望以大中华区作为试点，设计合理的销售激励政策，促进销售团队更aggressive、挑战更高的目标、更好的业绩。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>设计“增量分享式奖酬激励机制”，具体内容包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 根据客户大中华区销售策略与目标，建立合理的销售考核指标与权重。 2) 根据人才市场的薪酬情况，设计合理的奖励规则，让卓越业绩者获有更高的奖励、促进销售团队更具活力、整体取得更好业绩。 3) 根据可能的行业变化、团队变动、个人变动，给出变动情形下的目标调整的原则指引。 4) 同时通过上述激励，激励卓越者的同时保持队伍的稳定性。
<p>服务成果</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶自方案推行后，销售工程师奖金与绩效表现直接挂钩，表现出了极大的积极性，当年度实现销售额21%增长，远超竞争对手同期销售增长水平，后续销售额亦持续增长。 ▶客户德国总部对该项目给予了极高评价，并将该方案进行全球推广。 ▶客户大中华区首席执行官评价道：“这是客户自成立以来首次采用如此激进的激励方案，我们当初决定采用这个方案是冒着极大风险的，但事实证明我们的选择是对的”。

客户二：

<p>所提供的服务类别</p>	<p>员工激励与认可、薪酬与福利咨询</p>
<p>客户公司性质</p>	<p>合资</p>
<p>客户公司行业</p>	<p>汽车及零部件</p>
<p>客户当时的需求</p>	<p>客户是由某公司和美国某公司以50:50的股权比例合资兴建的现代化中重型发动机制造公司。美国某公司是全球领先的动力解决方案提供者，某公司是中国特大型汽车企业，客户依托某公司全球生产体系在产品开发、制造、质量和管理等领域的有力支持，具有强大的产品竞争力。</p> <p>但内部薪酬激励管理平均主义，员工做好做坏差异不大，销售部门员工业绩不是以本部门业绩为奖励的决定因素，导致自己的业绩好坏对奖励影响不明显（“狼群捆绑现象”）；支持部门的奖励与所服务对象虽有相关，但关联性不强，希望构建差异化的激励机制，创造自豪感、饥饿感、危机感。中国本土企业技术和质量也在发展，逐步缩小与客户的差距，对客户的销售形成强有力的竞争及市场的侵蚀，在这种情况下嘉博设计一种激励机制，能够发</p>



	挥客户的技术优势，让技术和销售建立成联合体，为客户提供全方位的方案，激励销售同时激励技术。
具体服务内容	设计“销售系统超额杠杆激励机制”、“研发系统关联性增值激励机制”、“职能系统差异化奖金包机制”，具体内容包括： 1) 构建KAM团队关联激励机制，构建销售、服务支持、产品技术支持联动的铁三角激励机制，促进三方协同，以销售业绩为共同目标，齐心协力推动销售业绩提升。 2) 构建差异化的分配机制，打破平均主义现象，奖勤罚懒，激活员工活力。 3) 构建一线销售人员对赌激励机制，加大激励幅度，提升结果导向与客户意识。
服务成果	<p>▶整个薪酬体系改革以正面反馈为主，方案清晰量化易计算，一线销售与一线支持人员工作主动性有较大提升，不但扭转了以往下降趋势，而且2020年上半年虽受疫情影响，但相比同期，销量仍实现了近8%的增长。</p> <p>▶总经理对我们评价到：“嘉博咨询是实干家，做了方案能落地、能解决问题。以后要多向嘉博学习，避免请一些咨询公司做了方案落不了地的情形。”</p>

客户三：

所提供的服务类别	员工激励与认可、薪酬与福利咨询
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	客户成立于2012年9月，为某药业与某公司，自成立以来高速发展，已成为中国制药业40强之一。公司高速发展中，以下问题逐渐凸显：生产工厂招聘困难、缺岗人员多，交货紧张；新老员工薪酬差异较大，新员工工资低，老员工工资随着每年增长，薪酬较高，新员工进不来，老员工流动较少；拟针对上述问题提出解决方案。
具体服务内容	设计“计件制薪酬体系“、“计件制激励机制“、“人效提升策略方案“，具体内容包括： 1) 薪酬方案设计 通过内部公平性、外部竞争性分析及单位产量薪酬成本率分析，确定薪酬数量定位，薪酬标准、定薪调薪机制、激励模式与激励



	<p>机制设计。</p> <p>2) 组织人效提升方案 研讨各岗位提效机会点，通过岗位优化、运作优化、排班优化等方式，提升组织运作效率。</p> <p>3) 提效激励方案设计 包括提效激励工具与方法设计；•岗位薪酬定位&激励水平定位；•奖金池来源及其核算规则；各生产线、岗位计件奖金核算规则；绩效要求（团队绩效要求：产量、质量、交期等；个人绩效基准）</p>
<p>服务成果</p>	<p>▶通过计件工资改革，将产量与工资直接挂钩，促进工人积极改进工作方法，提高技术水平和劳动熟练程度，提高工时利用率，自实施以来，其生产效率提升了13.5%。</p> <p>▶生产效率提升，带来工人工资增加，人工成本不变的情况下，工人工资实现了15.4%左右增长，与市场相比，员工的整体薪酬水平更具竞争性，有效缓解招聘压力。</p>

客户四：

<p>所提供的服务类别</p>	<p>薪酬与福利咨询、员工激励与认可</p>
<p>客户公司性质</p>	<p>外商独资</p>
<p>客户公司行业</p>	<p>金融服务（如银行，保险，财富管理等）</p>
<p>客户当时的需求</p>	<p>客户总部位于纽约，是美国保险业规模最大、发展最快的保险服务机构，目前在中国拥有青岛、黄岛、济南三个office，人员规模已达到2000人以上。2016年初，客户中国office正处于青年期的初期，企业销售节节上升，但还没有能建立高效的、系统的管理体系，企业在缺乏规划情况下成长，对各种机会大多是作出反应，而不是有计划、有组织定位明确地去开发利用自己所创造的机会。RSP管理层认为，要让企业成功跨入青年期，在组织与人才管理方面必须解决如下问题：1) 组织问题：中国三地如何协同、业务部门如何设置、经理管理幅度如何合理设定、规模化发展对专业支持的需求如何解决？2) 人才问题：员工如何发展、优秀人才、潜质人才如何保留？未来人才如何合理地配置？3) 员工激励：如何保持和激发员工的积极性，如何解决各地基层管理者的需求和激发他们的工作热情？</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>设计”业务部门小微化经营式激励机制“、“高级管理人员成就分享激励机制“，具体为共通过三个模块进行优化设计，包括组织权责管控、业务岗位设置与职业路径、团队绩效激励，其中团队激励的具体服务内容包括：</p>



	<p>1) 团队分享激励模式设计：激励来源，激励奖金核算规则，团队及团队成员奖金包分配规则</p> <p>2) 设计收益奖励规则，包括老业务奖励规则，新增业务奖励规则</p> <p>3) 设计成本核算规则：支持岗人员成本分摊规定；业务人员成本核算规定</p> <p>4) 设计个人奖励分配规则：个人奖励系数，个人分享核算规定</p>
<p>服务成果</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶方案实施后，inefficiency降低了17%，attrition降低24%，direct margin提升了15.3%。 ▶客户金融服务集团首席运营官评价到： I want to emphasis again how impressed I was with the solution. I think your team have done some very impressive work and are completely on the track. ▶2020年初，美国总部邀请我们将该方案在其总部与印度分公司进行进一步优化与推广。

档案内容更新2020年11月