



厦门职行力信息科技有限公司

企业详情

企业官方注册名称：厦门职行力信息科技有限公司

企业常用简称（英文）：Executive power Information Technology Co., Ltd

企业常用简称（中文）：职行力

所属国家：中国

中国总部地址：福建厦门市思明区吕岭路1739号万科创想中心B座3楼职行力

网址：https://www.exexm.com/

所属行业类别：游戏化学习解决方案

在中国成立日期：2015.6.01

在中国雇员人数：320

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）、机械制造、房地产业

2、曾服务过的客户案例

客户案例一：

所提供的服务类别	游戏化学习解决方案
客户公司性质	民营
客户公司行业	
客户当时的需求	<p>痛点：门店多、覆盖广、员工多；</p> <p>行业关键词：执行标准化、门店巡检、门店陈列、进店率、连带率、店效、训练管理……；</p> <p>背景：庞大的门店数量下，让客户沉淀了很多零售的标准和体系，其需对上万名员工进行标准化培养，以通过企业数字化赋能，将终端人才培养体系与战略需求紧密相连，建设统一的人才标准，培养销售强军。</p>



<p>具体服务内容</p>	<p>【产品价值】</p> <p>1、数字化培训赋能：通过线上训练体系的搭建，以学、练、考、带、鉴、做的闭环完成员工岗位能力胜任；</p> <p>2、执行标准落地：通过产品专区、陈列指导、门店巡检等线上功能，在减少易耗品损耗的同时，让终端员工工作标准化、流程化、制度化，以加强终端的执行能力，实现门店标准的可控和改善的闭环，确保任务有效执行；</p> <p>3、意愿度激励：以千人千面的用户体验，增强员工登入和使用意愿，再通过各类运营活动、游戏闯关学习、问答悬赏等，提升员工对产品的掌握及销售话术的把握，激活组织活力、创造力；</p> <p>4、知识管理体系：统一的知识管理门户，让知识分类正规有序，帮助终端员工快速定位与检索文件，提升其产品知识掌握效率；</p> <p>5、数据管理可视化：后台数据的即时化、可视化，便于管理员及时掌握员工岗位胜任实际情况及训练成果等，做到有标可依、有迹可循地进行指导培训。</p>
<p>服务成果</p>	<p>通过数字化赋能平台的搭建与运营管理，客户以快乐的文化，共创共享的机制，上接战略，下接绩效，凝聚人心，聚合力量，让终端员工从初出茅庐到身经百战，从基层导购到高层管理，进行全方位、全阶段、个性化的培训和指导，整个闭环从线上到线下，从学习、练习到检测、评价，呈现螺旋上升的进阶之路，以培养出具有统一标准的销售强军，为人才的发展打下坚实的基础，助力企业业务发展。</p>

客户案例二：

<p>所提供的服务类别</p>	<p>游戏化学习解决方案</p>
<p>客户公司性质</p>	
<p>客户公司行业</p>	
<p>客户当时的需求</p>	<p>痛点：门店多、分布广、业务赋能、经销商帮扶过程难、培训成本高、执行标准下达难落地、终端感知弱、无法实现统一文化下达；</p> <p>行业关键词：木门美学、帮扶政策、门店标准、实景图、经销商、市场拓商、售后服务商、低频耐销……；</p> <p>背景：面对市场从增量竞争转向存量竞争及人力成本的日益上升、帮扶过程难、执行标准下达难落地等情况；其需要借助数字化、智能化工具，为员工在前线拼夺业绩时赋能、为业务发展蓄能、为企业持续发展，提供有力的人才和组织保障。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>绘制专属成长路径，让培训更好地赋能</p> <p>在企业培训学习中，客户根据企业的战略落地、业务转型、业务创新、业务升级等不同的业务场景，将培训和经营融合在一起，重点提升关键岗位业务能力，向业务直接赋能。</p> <p>在培训计划的制定、学习项目的设计、学习路径的规划中，TATA 木</p>



门通过星耀计划和九段经理的晋级路径实现了人员分层和能力量化，为员工铺设了清晰的晋升路径。

其绘制专属成长路径，以课程学习地图、产品认证、导航图认证、经理认证等系统化的学习，使店面销售掌握全流程的标准化操作，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；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。另外，在课程体系建设方面，其通过五步的培训需求分析结合八大环节的课程开发管理，有效保障了培训课程内容；讲师队伍建设方面，细化的讲师基本要求及职责，和严格的内部讲师选拔原则及流程，全面提升了讲师质量。

“以学代管，以考促练，以练促学，训战结合”。TATA凭借完善的人才梯队建设体系，通过人才培养，实现人才复制，推动企业内人才倍出。

花样运营，赋能业务增长

当家居行业发展到一定规模时，后台的发展状态决定着品牌前端的发展。如何赋能业务增长，打造优质的服务体现？客户作为行业中首个提出质保服务的品牌，对于增长、交付、安装等服务能力的提升始终没有停下脚步。

以数字化运营支持业务提升，客户通过618换新节打卡、717订单打卡、818打卡、百团大战、小红书征文活动、勋章集换、做任务，抽锦鲤、案例分享、学习标兵、产品分享等趣味性活动，与总部运营业务活动接轨共同创造热度，掀起全员“力争上游”热潮，以赋能全员创造“增长”趋势。

同时，其通过【销售百问库】收纳销售、服务、安装等日常问题，提升员工异议处理能力；通过【产品中心档案】将最新的零售、分销、半包、整装产品资料库，PDF图纸，3D模型等内容，提供最新最全面的产品大放送；通过一线反馈频道【专栏号】整合总部部门资讯，课程，宣传内容等，提供员工反馈渠道；通过【实景图库】收集实景原始素材，再建立产品展区，实现实景图一件查询和获取，按需展现给客户；通过【知识职考争霸】训练营销知识，加深对产品和活动的了解；通过设置分权管理机制，打造【城市圈】，以有效提升区域的整体人效；以知识运营+创造性趣味运营，打造全民知识输出与输入的去中心化学习平台，同时赋能员工业务能力和服务能力，实现品牌长远“增长”。

员工第一位，用文化通往未来

如何把人有效组织起来，调动人的积极性，让员工有归属感和主人翁意识，才能让企业越做越强。

“魂”即企业文化。

“服务思维”，是客户所有经营动作的源发与根基。而“员工第一位，TATA一家人”。在客户的企业文化中，最具重要地位的就是家人文化，以家人的心态去工作，以家人的责任去约束，创造家人工作氛围。



	<p>“员工也是服务对象”。是在客户眼里，服务对象不只是消费者、用户，还包括员工。因此，平台承担了知识沉淀、人才培养、战略及文化贯彻落地等功能，是客户战术中最重要的一环。</p> <p>20余年来，其始终贯彻秉承家人文化，关心员工及其家人的健康与心理。同时，平台开设企业文化力专栏，并设置榜样的力量、如是书院、小课堂等，为各门店员工讲解企业文化和热点案例教学，让员工持续成长，不断敢于创新，在大舞台上绽放自己。</p> <p>对于正迅猛发展中的客户来说，坚持、坚定不移地建设企业文化的软实力，是客户从平凡走向伟大的决心。</p> <p>文化支撑未来，专注赢得未来。</p>
<p>服务成果</p>	<p>助力终端业绩达成；培养与成就人才；统一门店执行标准；降低人员上岗成本；总部桥梁；文化传承与宣导；</p> <p>作为木门行业的先锋者，客户通过数字化人效运营管理平台，打通销售体系、生产体系、服务体系以及内部管理体系的培训工作；以人才推动未来，赋能“结果”，从而提高企业人效、客效、企业经营效率。</p>

档案内容更新于2023年8月