



## 上海思创网络有限公司

### 企业详情

企业官方注册名称：上海思创网络有限公司

企业常用简称（英文）：Shanghai Strongnet Co. LTD.

企业常用简称（中文）：上海思创

所属国家：中国

中国总部地址：上海市杨浦区同济科技大厦608室

网址：www.sinostrong.com

所属行业类别：在线和移动学习

在中国成立日期：2020/4/20

在中国雇员人数：78

### 业务详情

1、主要客户所在行业：耐用消费品、快速消费品、零售业与电子商务、金融服务（如银行，保险，财富管理等）、能源动力

2、曾服务过的客户案例

### 客户案例一：

|          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 所提供的服务类别 | 在线和移动学习(技术和平台)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 客户公司性质   | 国有                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 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  | 为应对 2022 年疫情影响，统筹做好疫情常态化背景下数字化培训<br>工作，组织来自集团内共 12 家综合经营公司的 300 名新员工参与<br>此次人才乘风计划——“晨风”训练营。本次训练营是集团首次<br>单独面向综合化经营公司组织实施的校招新员工培训项目，并实<br>现了集团综合化公司 2022 年校招新员工的全覆盖。本次培训严格<br>按照集团新员工培训要求，从“集团人”、“岗位人”、“职业人”<br>和“创新人”四方面提升综合经营公司校招新员工的核心能力，<br>并根据 Z 时代新员工特点，创新设计和引入了“次元”概念，同<br>时通过搭建“晨风基地”数字化学习平台，帮助新员工利用碎片<br>化时间实现了体系化学习，推动其融入集团、适应岗位角色，从 |



|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        | <p>而助力组织绩效提升和员工职业发展。通过次元升级故事贯穿学习全程，制造新颖体验；通过闯关解锁模式营造游戏升级体验，让学员持续发力，获得成就感；预热阶段加入 MBTI 性格测试，打破新人入群的陌生感，营造轻松友好的社群氛围。</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 具体服务内容 | <p><b>项目设计</b></p> <p>此次训练营共有来自集团内 12 家综合经营公司的 300 名新员工参与。与以往的新员工培训不同，本次培训是集团首次面向多家综合经营公司开展培训。由于各家公司的主营业务有所不同，例如证券、基金、理财等，因此各家公司的培训需求均有所不同。为解决这一挑战，在项目设计阶段，通过大量的前期调研，与各公司各层级员工进行一对一深度访谈，综合考量各公司的实际问题 and 需求，从而设计出合适的培训方案。并通过后续细致的实施规划，进行关键节点的设计，根据学员的性格偏好个性化定制运营动作，从而保证培训质量、学习氛围和学员体验感。具体设计内容如下。</p> <p><b>“教学设计三条线”</b></p> <p>在项目设计环节，项目组基于调研结果及时修正了培训目标、内容和规则，让项目设计更加符合各公司的特征和需求，平衡各综合公司的差异，定位共同的关键目标。同时考虑新员工的特性，围绕共创、成长、社群三条线展开内容设计。</p> <p>共创设计方面，通过学+做+交流的形式，根据不同板块内容特征设计不同的学习方式。例如企业文化培训，由于新员工入职时间短，对于企业文化感知不深，因此通过访谈老员工的作业实践，使新员工通过鲜活的人和事感知文化，理解文化；制度规范培训，关键在于遇到具体场景时能够辨别出此时需要遵守哪些规范。因此在任务设计时需将重点放在“自我联系”上，加强实际工作中的自我关联；心态、职场素养等培训内容，和员工自身所处环境、个人经验有较大关系。因此通过“师兄师姐茶话会”的形式，使新员工能够快速且有效地获取经验。创新类内容主题难度较大、要求较高，因此以团队的形式完成任务，能最大程度产出成果，同时也可以锻炼组织协调和沟通能力。</p> <p>成长设计方面，注重成果线性化，让新员工有所感知。例如采取“留言板”的方式，在开营仪式引导学员第一次进入学习平台中的留言板，为自己的训练营学习留下期待和愿望。同时在训练营期间，学员们也会经常在留言板自由发言，留下重要时刻的感言和记录。每个次元的课后优秀作业，会通过小组内部投票选出，并在平台集中展示，学员们可以互相观看、互相评论、互相学习进步。</p> |



### 社群设计方面

一是通过社群规则、学习规则和激励规则，帮助学员制定学习计划、学习日程、明确学习和考核要求，并积极鼓励一切正向行为，包括学习、互动、成果产出等，从而确保达到此次训练营的目的，加深培训效果。

二是通过仪式感制造认同感。例如开营前寄送实体邀请函、每阶段根据学习情况发放通关证书、结营回顾 H5 等。

三是利用竞争 PK 拉动社群氛围。以个人+团队的学习 PK，鼓励学员自我学习，完成必学课程任务，提交有质量的成果，并通过个人力量影响团队成员，用团队荣誉激励个人竞争。同时在过程中随机掉落先机卡、加分卡、复活卡三类神秘卡，增加竞争的不确定性和紧张感。

四是用趣味化的设计制造新颖的体验感。用符合新一代审美的多次元文化为背景，通过次元升级故事贯穿学习全程，制造新颖体验；通过闯关解锁模式营造游戏升级体验，让学员持续发力，获得成就感；预热阶段加入 MBTI 性格测试，打破新人入群的陌生感，营造轻松友好的社群氛围。

### 创意设计

#### “学习旅程四次元”

在项目具体实施环节，共分为四个阶段进行，分别为：一次元萌动（企业文化&业务认知）、二次元苏醒（制度规范）、三次元进击（职业素养）和四次元创想（创新思维）。学员将根据各阶段任务要求，结合自身工作典型场景，在各主题阶段提交任务成果，获得相应奖励积分。同时，在训练营专属的交流社区，设置各类主题的交流话题，学员可自由进行互动、评论及点赞。整体实施过程中项目组随时观察学员反馈，判断各环节是否达到了设计目的，并及时针对偏差进行运营调整。





|      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      | <p>【一次元】阶段为融入阶段。以“集团人”维度的企业文化和“岗位人”维度的业务认知为主要内容对新员工进行宣导，同时辅以相关话题互动和个人任务，使新员工对集团的行史行情及岗位相关要求有一定认识，理解企业文化，认同企业价值观。</p> <p>【二次元】阶段为了解阶段。以“集团人”的企业制度规范为主要内容对新员工进行规范指导，同时辅以相关的课后任务，使新员工对于公司的制度规范有一定的认知和理解。</p> <p>【三次元】阶段为心理建设阶段。以职业素养为主要内容对新员工进行辅导，同时辅以相关的社群活动和社区互动话题，让新员工有更好的心态面对未来的职场生活，并建立职场人的思维模式和行为模式。</p> <p>【四次元】阶段为创新思维阶段，以业务创新为主要内容对新员工进行宣导，同时辅以相关的课后作业，使新员工更好地具备创想思维以及团队合作能力，启发创新思维，开拓业务新思路。</p>                                                                                                                                                                                                                                                |
| 服务成果 | <p>此次项目的实施效果，分别体现在课后任务、平台建设以及后续培训范式建立等方面。</p> <p>课后任务方面，新员工通过两次个人任务和一次团队任务，将理论知识与工作实践相结合，进一步强化培训效果。</p> <p>一是“企业媒体人：行史行情访谈录”。每位新员工需邀约一位本公司内的资深同事进行采访，主要内容包括但不限于行业政策、公司历史背景、自身工作经历、经验建议等，并根据访谈内容，融入自己的感想和体会，从而使新员工加深对工作岗位的理解。此次任务共产出 280 余份访谈成果，并上挂至平台专区中，每位学员可以在专区内进行学习、点赞和评论，以达到成果共享的目的。</p> <p>二是“找到我的纽扣：制度规范思维导图”。新员工通过相关课程学习集团政策制度规范，并以思维导图的形式将所学内容进行总结整理。同时思考自己的岗位职责和制度规范之间的关联，将感悟以文字的形式进行记录和展现。此次任务共产出 260 余份成果，为后续合规工作的开展夯实基础。</p> <p>三是“创意脱口秀任务展示”。此次任务以小组合作的形式，在相关课程的理论基础上，提交课题设计、商机洞察以及创新点子画布，通过组合、消除、改变、反向、借用等方式，进行思维发散，形成创新想法。同时各小组需选派一名代表，以脱口秀的形式在课堂上展示各组讨论出的创新点子。此次任务所有小组均完成了创新作业提交，且课题与自身工作有着密不可分的关联，例如“如何针对中老年群体设计一种便捷方式以提高银行卡的使用</p> |



|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>率”、“如何针对一二线城市 25-35 岁的新能源车车主，设计一款车险附加险，以适配该客户群体的需求”等，加强了课程和工作实践的关联性，帮助新员工在后续实际工作中持续拓展创新创造的相关思维能力。</p> <p>此外，平台社区共举办 4 次互动交流，共发帖 1116 条（平均 4 条/人），互动 2655 人次（平均 9 次/人），帖子阅读量 9714 人次（平均 33 帖/人），形成了良好的互动共创的学习氛围。</p> <p>平台建设方面，在集团内部的“研修”平台建立“‘晨风训练营’—2022 综合经营公司新员工培训”专栏，并进行专区分类，将企业文化、业务认知、制度规范、职业素养、创新思维等相关课程内容以视频+PPT 的形式进行集中分类上传，供学员后续持续、随时随地进行学习、回顾和交流。同时该专栏在训练营结束后开放至全辖，供集团有需要的员工进行学习借鉴和互动交流，并进一步补足了平台中关于综合化经营公司新员工课程体系的相关内容。</p> <p>1、培训范式建立方面，由于本次训练营是集团总部首次单独面向综合化经营公司组织实施的校招新员工培训项目，因此相关课程目前已加入新版“新员工培训指引”中，填补了新员工培训体系的部分空白，使得全辖新员工培训能够各有侧重，避免重复培训，保证效果，弥补空缺。</p> |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### 客户案例二：

|          |                                                                                                                                                                                                      |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 所提供的服务类别 | 在线和移动学习(技术和平台)                                                                                                                                                                                       |
| 客户公司性质   | 国有、民营                                                                                                                                                                                                |
| 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  | 集团提出在人才质量上，要强化队伍数字化能力建设。从完善培训体系搭建、丰富多场景多产品认证、常态化经验交流及萃取等方面构建队伍数字化能力建设体系。本次项目目标是通过建立一个数字化平台，构建数字化培训体系，帮助全公司61个分支机构实现队伍能力数字化要求。该项目很好的运用了 AI 陪练等技术，实现员工线上训战及经验交流，将培训从单一的导师输出转变为互动共享式培训，让全公司享受到数字化学习的成果。 |
| 具体服务内容   | <p>项目设计</p> <p>通过引入数字化培训平台——线上对练平台，以线上与线下相结合方式，完善队伍数字化能力建设体系，辅助公司人员基础技能提升。采取“研”“学”“练”“考”“享”的闭环递进式培训模式，将培训从单向学习迭代为互动式学习。各层级培训开展前进行线上调研，了解学员培训需求；从解决学员问题出发开展线上、线下培</p>                                 |



训，并借助线上平台让学员随时随地学习业务知识、优秀经验，提升学员技能；借助 AI 人机对话模拟实战场景进行话术练习，通过 AI 实时专业六维评分精确定位痛点，帮助员工快速掌握业务技能；通过线上平台开展场景模拟考试及知识测评，评估学员知识及技能掌握度，学用结合；通过线上平台分享实用经验方法，促进学员应用所学知识。

通过系统性总结查看学员理论知识的学习率，AI 场景话术的练习率、AI 陪练场景的通关率、学员与导师之间的互动率及导师对学员的评价等数据，评估学员学习效果。

#### 项目实施

该项目通过总部主管，各分支机构协同的方式进行运营。各个城市由一人专门负责，每周对项目推进情况在项目群公布，每月召开全国项目人员推进会，收集问题、建议并优化执行进程。项目碰到的挑战为部分省公司方言识别率低问题，通过常见词汇系统训练 AI 提高识别率已解决该问题。

#### 项目应用案例：

##### 1. 完善培训培养体系搭建

1.1 完善公司人才培训培养的体系化建设。通过数字化培训平台的运用，充分发挥“线上+线下”联动作用，规范各层级培训形式、内容，落实培训计划安排，建设分层分类即时的培训培养架构。

通过制定公司培训培养工作指引手册，结合业务发展重点及数字化培训平台运用，完善从新员工入职至经理级培训课程体系，固化各层级各条线培训动作，并根据业务发展重点定期更新培训内容，让培训培养工作有材可依。

##### 1.2 数字化平台建设及运用

2022 年 8 月在原仅有针对销售新员工使用的基础上扩展到公司全员，并丰富平台功能，助力全方位推动员工能力提升、业务发展。

##### 1.2.1 新员工训战运用

借助线上平台实现案例导入及即时训战，帮助新员工专业技能提升，通过“线上+线下”培训的方式使培训能够快捷及时、针对性强、学以致用。销售及拓展新员工在入职培训阶段即可利用线上对练平台提升学习效果，有针对性的开展知识学习、话术练习、通关



考试，帮助其充分利用碎片化时间，随时随地学习政策、产品、活动、话术等知识，并通过 AI 人机演练的形式模拟实战对话场景进行知识通关考试及话术练习，节省主管带教时间。

员工在进行 AI 人机对练后，系统将通过表达准确、关键词匹配、态度积极、语言通顺、用词恰当、语言流畅六大维度对对练情况进行即时评分，并给出相应提升建议，帮助员工精准把握欠缺点，查漏补缺提升员工应对客户话术的精准度，并帮助员工锻炼实战场景时应保持的语音语调等，使员工在入职培训中即收获实战经验，提升专业知识、技能掌握度，减少正式展业后面对客户的紧张感。员工可重点关注欠缺点，重复多次进行练习，直至熟练掌握基础知识、技能。对于未开展线上学习或对练的新员工，系统将进行推送提醒，以便员工及时、有效利用平台提升基础能力。

通过数字化培训平台，实现新员工培训线上留痕及培训效果可视化，主任可通过后台查看员工学习情况，及时了解新员工学习进展及知识、技能掌握情况，以便主任有针对性地开展技能辅导，帮助新员工快速掌握基础知识、技能。2022 年 9 月-2023 年 8 月共有约 10000 人通过线上平台进行 AI 话术对练 45 万次，实现基础话术能力提升。

#### 1.2.2 新员工 21 天辅导运用

新员工入职培训结束后，为帮助其快速适应岗位内容，固化销售动作、巩固实践成果、解决疑难问题，在线上对练平台搭建 21 天进阶特训模块。通过数字化平台记录员工每日成长日志，员工与主管以线上问答形式，实现员工每日工作情况总结及疑问解答，并在线上留痕，帮助主管与新员工之间方便快捷地开展心态及技能辅导工作。通过问答线上化，员工碰到同一问题可以方便快捷的查阅主管解答，并找到解决方案；主管可方便地找出单名员工重复出现的问题及组内新员工共性问题开展重点辅导，帮助员工有针对性的专项解决问题。2022 年 9 月-2023 年 8 月共有约 1500 名新员工通过 21 天进阶特训模块进行业务总结并得到线上辅导。

#### 1.2.3 待提升员工训战运用

为进一步提升员工业务技能，提升员工学习趣味性，2023 年 3 月在线上对练平台开设闯关训练营板块。该板块通过回顾巩固各条线不



同实战场景的前期准备工作和场景话术对练，通过 AI 人机智能对练形式模拟现实营销场景，以闯关形式提升学习趣味性，帮助落后员工进一步提升基础业务能力，提升面对真实客户或场景的应对能力。平台会根据对练内容提供多维度评分建议，帮助员工查漏补缺，为主任进一步专项辅导员工提供参考依据。目前已累计帮助 300 余落后员工开展场景训战，提升业务技能。

为进一步提升数字化培训应用，促进员工培训质效提升，将专业技能培训进行线上转移，已完成拓展条线产品、技能、风险全套 9 门新员工培训课程导入，实现学员线上即时学习及复习，不断巩固专业知识，提升业务能力。累计已有 2500 人次学员开展线上业务学习，累计学习时长 15000 分钟。

#### 1.2.4 客服员工运用

提升消保能力、降低客户投诉是企业高质量发展的重要一环，为帮助提升消保质效，锻炼客服人员业务技能，2023 年 2 月开设客服模块供客服员工使用。通过 AI 人机对练形式模拟客户真实致电场景从礼貌用语、各类业务处理标准流程、客户疑问解答、异议处理等方面演练，提升客服人员面对真实客户时处理问题专业性及好态度。累计已使用 11 万次。

#### 2. 丰富多场景多产品认证

借助线上数字平台协助开展人员资质认证，如每季度开展市场拓展条线全员技能及合规资质认证，通过认证的员工将获得认证证书，未通过认证的员工将取消进件资格，直至“回炉培训”后资质认证通过方可开展业务。上半年已开展资质认证 2 次，3400 余人认证合格。

借助线上平台开展训后效果评估，累计开展训后测试 3 次，2200 余人次参与。

#### 3. 常态化经验交流及萃取

常态化经验交流及萃取采取线上+线下交流与研讨相结合的形式，实现经验交流及萃取常态化。

(1) 线上交流通过后备人才定期主题沟通会的开展以及借助现有平台分享优秀经验等形式组织线上交流。目前累计组织开展线上交流 37 次。



|      |                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      | <p>(2) 线下研讨。通过以经验交流分享形式进行培训授课、线下研讨。累计组织开展线下培训、研讨 2 次。</p> <p>(3) 经验萃取。每次培训、交流经验交流成果，将于当周整理总结为可复制、可推广的工作经验，制作宣导材料或视频。此外，借助现有平台进行优秀经验收集，当周整理总结并部署在线上平台供学习。累计萃取优秀视频/文稿经验 18 个，优秀话术 11 个导入线上平台实现员工训战。</p>                                                                    |
| 服务成果 | <p>1. 通过项目的开展，形成了“研”“练”“享”的数字化培训模式，在传统的培训基础上，加入了线上员工训战及经验交流，突破培训和业务的界限，学练考一体化，形成销售人员培训的闭环。</p> <p>2. 学员通过数字化平台能够将学习的知识随时随地开展即时模拟实战，AI 陪练非常有效的完美复制了学员在对应不同场景下需要学习的话术。有效减少培训师、主管重复性辅导工作，培训效率提升 10%，培训工作量减少 20%。实现碎片化学习，充分平衡学习培训与业务开展，学员业务知识及技能掌握程度明显提升，并且沉淀了优秀经验共享给全国。</p> |

档案内容更新2024年09月