



江苏云学堂网络科技有限公司

企业详情

企业官方注册名称：江苏云学堂网络科技有限公司

企业常用简称（英文）：Radnova Intelligence Technology

企业常用简称（中文）：绚星智慧科技

所属国家：中国

中国总部地址：苏州、北京双总部

网址：www.yxt.com

所属行业类别：领导力发展培训、在线和移动学习

在中国成立日期：2011

在中国雇员人数：744

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、机械制造、房地产业、零售业与电子商务

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	民营
客户公司行业	化工与石化
客户当时的需求	客户在过去，线下每年会有2次的线下培训，因为涉及到一线，组织难度大，时间成本高，组织效率低。以往一个基地培训周期就要1个月，每个基地还得安排相关讲师和认证小组，人员成本高，而且线下培训无法实施监督学习。
具体服务内容	云学堂AI制课产品的数字人+语音朗读技术，为客户的课程制作带来了生动化的效果。这种创新的课程展示形式，不仅打破了传统的PPT和文字课程的枯燥，更让知识的传递变得更加直观和有趣。借助AI制课，把标准化的蓝领教材进行线上化，通过”AI智能录课+建立项



	目线上化学习”，提升了培训组织效率，实时跟进学习进度，保证了培训全流程数据化。
服务成果	<p>通过AI制课完成了2个基地150门的蓝领技能课程线上化，覆盖人次高达1000+，并逐步覆盖其他基地蓝领课程。据客户内部统计，若17个基地课程全部完成升级，AI制课将帮助海亮股份实现全年降本增效176余万元。</p> <p>客户与云学堂的合作，不仅是技术的融合，更是互相的赋能。云学堂的AI制课产品已成为客户学习创新的重要伙伴，助力客户在数字化人才培养方面实现突破和发展。随着合作的深入，我们期待客户继续以其“海亮方案”，为社会贡献更多的智慧和力量。云学堂也将继续以技术创新，助力更多企业在数字化转型的浪潮中乘风破浪，共创美好未来。</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	民营
客户公司行业	快速消费品
客户当时的需求	面对数字化时代的挑战和机遇，以及全球制造业的数字化转型，客户集团迫切需要沉淀内部知识，提升企业内部的人才培养效率，让不同岗位的工作人员，明确岗位职责，提升岗位能力，以组织能力的升级支撑集团的数字化转型道路。
具体服务内容	云学堂为客户提供了全面的数字化学习解决方案，从顶层设计到个性化学习体验，从知识管理到人才培养，云学堂的技术和方法为客户的数字化学习平台注入了强大的动力。通过云学堂平台，客户实现了全球员工的统一培训和知识更新，提升了培训效率，缩短了培训周期，降低了培训成本。同时，云学堂的数据分析和可视化工具，为客户的管理决策提供了科学依据。
服务成果	<p>在云学堂的助力下，客户引入了项目制学习、游戏化学习、智能对练等创新学习方式，提升了学习的互动性和趣味性，激发了员工的学习热情。这些创新的学习方式不仅提高了员工的学习积极性，也增强了培训的实际效果，为客户的人才培养提供了有力支持。</p> <p>云学堂不仅在平台建设初期提供了强有力的支持，更在平台运营过程中提供了持续的优化服务。通过持续的平台运营支持和优化服务，云学堂确保客户的学习平台能够适应不断变化的业务需求和技术发展，保持了平台的活力和有效性。</p>

客户案例三：

所提供的服务类别	在线和移动学习(内容)
客户公司性质	合资
客户公司行业	汽车及零部件



<p>客户当时的需求</p>	<p>在数字化转型的关键时期，该品牌汽车正面临着一系列挑战。尽管线上咨询日益增多，但如何将这些潜在客户转化为实际销售成果仍是一个难题。公司在新营销领域的专业人才相对匮乏，缺乏能够熟练运用数字营销工具和策略的人才。此外，由于预算有限，企业难以进行大规模的市场推广和广告投放，这进一步加剧了吸引和培养新营销技能人才的难度。面对这些挑战，公司必须采取创新的人才培养和引进策略，以确保在激烈的市场竞争中保持竞争力。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>面对业绩的下跌趋势，该品牌汽车意识到，必须拥抱数字化转型，以适应市场的变化。云学堂作为数字化学习平台，为该品牌提供了数字化营销转型的解决方案。通过定制化的培训课程和系统化的学习路径，该品牌开始构建直播销售的核心竞争力，帮助企业构建从“品牌”到“销售”的最短链路。</p>
<p>服务成果</p>	<p>云学堂的全景式学习计划，通过直播销售的实战赋能，实现了从理论到实践的飞跃，不仅涵盖了直播带货的底层逻辑，更注重实战能力的培养。通过模拟直播和实战演练，该品牌的员工在实际操作中提升直播技巧，并通过考核验证学习成果。这种从理论到实践的学习闭环，确保了培训效果的最大化。同时，云学堂为该品牌汽车引入了全域营销思维，整合线上线下资源，构建多渠道直播通路。整个项目分为四个阶段，通过这四个阶段的系统执行，该品牌的直播销售项目取得了显著的成功。云学堂的全景式学习计划和实战演练以及这种全域营销策略，不仅提升了学员的直播销售能力，还实现了业绩的显著提升。通过这次转型，该品牌探索出了线上线下一体化的客流放大器，构建了全新的新零售整车销售模式。</p>

客户案例四：

<p>所提供的服务类别</p>	<p>在线和移动学习(内容)</p>
<p>客户公司性质</p>	<p>民营</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>企业中团队内部沟通效率低，容易形成“信息孤岛”；团队隐性知识流失，直接影响团队竞争力。需要依托数字化学习平台，快速打造内部专业人才培养资源体系。 培训体系待完善：有新人训、资格证书培训、业务培训等，但是比较点状，未成体系，无法快速高效复制人才。 师带徒效果需加强：师傅帮带，时间精力受限，且师傅带教标准不统一，培养出来的人能力水平不一，不完全符合公司的发展需要。 培训针对性待提高：培训需求通常基于单个业务现象、业务困难产生或者领导要求。培训与业务的结合度有待提高。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>云学堂通过内训师核心能力培养及认证计划的实施，逐步建立客户：知识分享者、初级、中级、高级五个层级的内训师队伍体系，此次重点赋能认证初级、中级和高级内训师。经过双方沟通一致在内训师培养上采取学习地图指引课程开发、内训师前置筛选、内训师分级培训的机制，实现学习地图优化与内训师培养联动，内训师</p>



	体系化赋能提升。
服务成果	<p>业务收益： 促进学员反思、交流、碰撞，激发对业务问题的探索和思考。 采用引导式培训的方式，促进训后应用与转化，助力业务发展。</p> <p>学员收益： 转变思维，掌握引导式培训的底层逻辑，优化提升自己原有的培训方式 系统掌握引导方法及工具，并应用在自己的培训中，提升授课质量。 打造以学员为中心的授课模式，提升学员参与度和互动，促进训后转化，增强成就感。</p> <p>组织收益： 助力企业内训师体系的搭建和培养，提升组织培训效率和效果。 通过引导式培训的流程与方法推动培训落地，助力组织问题的解决。 通过引导激发组织人员的潜能和智慧，促进组织经验的分享交流，打造学习型组织。</p>

档案内容更新2025年09月