腾讯科技（深圳）有限公司——腾讯乐享产品中心

企业详情

企业官方注册名称：腾讯科技（深圳）有限公司——腾讯乐享产品中心
企业常用简称（英文）：
企业常用简称（中文）：腾讯乐享
所属国家：中国
中国总部地址：中国深圳
网址：

所属行业类别：在线和移动学习、游戏化学习解决方案
在中国成立日期：1998
在中国雇员人数：8W

业务详情

1、主要客户所在行业：快速消费品、汽车及零部件、互联网与游戏业、金融服务（如银行，保险，财富管理等）、专业性服务（如法律，公关，教育等）

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	国有
客户公司行业	
客户当时的需求	面对数字化转型加速，疫情防控常态化，客户积极构建移动学习系统，希望能有这样一个平台："能把从客户、到二级分行、到支行、再到网点的员工汇聚起来，去关注大家的状态与需求，找到最适合团队成长和学习型组织建设的方式。"
具体服务内容	面对多层级、难以集中培训的问题，腾讯乐享提供了加强统一管理和多场景培训的更好方法——客户组织共同使用一套乐享，二级分行各自建立K吧，满足了多层级、多权限、能管控的需要。通过这一套系统，客户随时能够了解各个区域的动态和每个时间节点的效果。

	客户在乐享上可以与所有层级机构共享资源、推进宣导，连接了22家二级分行、200家一级支行、1500多个营业网点；各个二级分行还建立了自己的K吧，用不同的活动方式激励大家有组织地、系统地学习新业务。 广东省农行的每个二级分行为了帮助员工提升业务水平，组织了各类贴近当下需求的培训活动：广州分行利用移动腾讯乐享的线上课堂、投票、考试等功能，让新行员岗前培训班进行组织和管理有了新的变化：通过课后上传课件供新行员复习、开展课程后评价以及线上结业考试等，利用数据对本次新行员培训进行分析，极大优化培训的后期工作，有效提升培训质量；南海分行为了提升外汇条线人员对国际业务知识掌握程度，举办了“外汇业务知识活动月”活动，在乐享上开展了国际业务知识竞赛“每日一测”，以赛代训，营造学习外汇业务知识的氛围……
服务成果	1. 全省3万余名员工，安装使用腾讯乐享的人数超过了99%。通过一套乐享，每个人不仅能享受客户提供的课程资源、精品活动，还能在二级分行K吧内及时获取最贴近日常工作的资讯。 2. 除了多样化的培训方式，全省各层级的凝聚氛围、正能量传播，都在腾讯乐享上进行着。该公司广东研修中心专家、党校副校长叶冬青评价：“当金融生态愈加开放，场景服务不再有边界，数字化带来的便利才能真正体现。我们相信，科技将化为温度，改变将贯通层级，而每一个人都能拥有更好的日常。”

客户案例二：

所提供的服务类别	游戏化学习解决方案
客户公司性质	合资
客户公司行业	
客户当时的需求	2019年客户希望能搭建一个内部学习平台，当时找到了腾讯乐享以及市场上几家主流的学习平台产品，综合对比后发现，乐享可以集学习平台和交流社区于一身，能与企业微信进行数据打通，而且运营团队可以提供配套的支持，因此最终客户选择了腾讯乐享。客户在腾讯乐享的平台基础上，打造了该公司专属的蜂享平台，也一直努力将其打造成一个开放、真实、包容、温暖的学习分享交流平台。
具体服务内容	为了帮助组织和员工取得持久竞争力和长足发展，乐享协助客户公司成立了内部培训组织——该公司学堂，学堂以“立足战略、服务业务、加速成长”为宗旨，面向新员工、管理干部及专业人才开展多维立体的培训。 蜂享学习平台以及腾讯为投资公司开放的 TLearning 平台是客户的线上培训和学习的重要载体，蜂享平台也是内部文化建设的重

	要渠道。 蜂享从 2019 年 9 月正式启动，至今将近三年。客户以解决问题为导向，通过在乐享上内容+场景+运营，不断给员工输出知识、文化及正能量。
服务成果	1. 线下培训课程同步上线，逐步搭建业务产品课程体系。 2. 补充外部精品视频课程，提升员工综合竞争力。 3. 使用学习地图为特定人群定制专属课程，提升员工的感受和体验。 4. 合理规划知识库的使用，搭建从制度到经验的百宝箱。 5. 使用乐问，让每一个问题都获得及时回应，多方位为员工和高管搭建沟通桥梁。 6. 巧用K吧，为团队和社团打造专属空间。

客户案例三：

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	
客户当时的需求	能够有一套系统成为公司内部的“连接器”，可以把公司内部和外部供应商一起链接起来，让大家在连接器中可以实现共同交流，沉淀知识与经验，并能供代理商学习培训，从而达到降低人力成本，提升企业运营效益的目标。
具体服务内容	推荐客户使用2套乐享平台，一套用于公司内部，打造成内部知识沉淀、交流的平台；一套用于给销售充电，代理商的学习平台。这两套乐享只需要员工通过企业微信登录，就可以移动办公，进行交流、学习和互动。 通过这样两套平台组成的“连接器”，可以让两个部门的管理更清晰、平台内容更聚焦，从而保障了内部信息私密性的同时，为内外销售同事提供了一个专属的弹药库，方便一线员工更好的熟悉产品、完成交付。使用同一套产品，还让IT支持、运营者的维护成本降低，更有利于培养用户的使用习惯。
服务成果	1. 为客户建立内外销售、代理商的成长学院——销售充电站。此充电站可帮助客户实现一个体系化、自动化的培训成长体系，在全方位提升销售、代理商的销售能力和综合素养的同事，保证对客户的服务质量。 2. 为客户搭建一个挖掘员工闪光点，信息沉淀系统化的内部知识社区。 搭建一个内部开放的沟通氛围社区，员工可以自由发言，公司高层可以获取很多建设性意见，通过信息通道的收拢，让信息不仅实现了“发布即传播”，还能实现“分享即沉淀”。

客户案例四：

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	
客户当时的需求	有一个专属的线上空间，首先需要信息安全有所保障，其次希望这个平台能够传承企业的文化和记忆，知识与经验。 其次能够让公司各个部门的大多数流程都从传统制造业走向数字化制造企业，更新一些过往需重资金、重人力的流程投入，改为线上的轻运营模式，达到降本增效，高效传播分享的效果。
具体服务内容	帮助客户搭建企业信息传播渠道、文化建设阵地、学习成长于一体的线上交流平台。 让企业员工可以创造性运营平台功能，全面紧密的组织服务培训功能，并全程无纸化、数据可视化的统计培训结果。 协助企业对接人把社区优势结合业务需求深度融合，促进业务高效运转。
服务成果	1. 搭建内部信息传播渠道，让每一条消息都能够实现全员触达，特别是车间公告排班等信息，让每个员工可以随时随地查阅。 2. 开设专属K吧，形成共享池，合力设置分享权限，打造安全便捷的多媒体中心，让支部品牌建设、重点工作推进、班组活动管理等方面异彩纷呈。 3. 巧用平台功能，搭建专题互动板块，实现社区高度扁平化，合理展现活动进展与成功，让工作更加聚焦。

档案内容更新于2023年8月