



星光物语（北京）电子商务有限公司

企业详情

企业官方注册名称：星光物语（北京）电子商务有限公司
 企业常用简称（英文）：DDguanhua i
 企业常用简称（中文）：点滴关怀
 所属国家：中国
 中国总部地址：北京市朝阳区姚家园南路1号惠通时代广场十号院8号办公区
 网址：www.ddguanhua i . com
 所属行业类别：员工激励与认可、员工福利管理、福利礼品、弹性福利
 在中国成立日期：2013年9月27日
 在中国雇员人数：200
 是否上市：否

业务详情

1、主要客户所在行业

互联网与游戏业、IT信息技术，半导体及通讯、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）、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	员工激励与认可、员工福利管理、福利礼品、弹性福利
客户公司性质	民营
客户公司行业	互联网与游戏业
客户当时的需求	客户是最知名的互联网企业之一，总部在深圳，有3万多名员工，分布在全国各地。每年的感恩节，是最重视的节日之一，会把它打造成长辈节活动。借此节日，号召员工心怀感恩之心，多多感谢自己的长辈及父母；公司更希望能为众多在外打拼的员工们的长辈送去一份特别的心意。故而将此活动单项列出，作为年度重点关怀项目实施。
具体服务内容	为客户定制设计整套长辈关怀节视觉方案，包含独立的领取网站与定制的包装箱、手提帆布袋以及专属贺卡。员工可凭借激活码登录活动领取页，通过趣味测试帮助员工了解长辈的真实需求，从而为长辈选择适合的礼物，同时员工可用现金直接购买专场内的礼品赠送亲友并可随时查看物流信息。我们为其提供完备的物流配送及售后服务，并为客户总部大楼提供现



	场物流仓储及分发服务。
服务成果	提供了一套完善的长辈节活动方案，从策划到执行，从福利选品到包装的设计，融入特有的企业文化元素，再到福利线上分发线下配送，物流监控，客服售后服务等，每一处细节都是对”员工福利管理“的体系化运营。本次活动除了帮助企业更好地以数据化形式管理专项员工福利，还将长辈节活动想传递的”员工家属关怀“更好地落地展现（趣味测试帮助员工了解长辈真实需求，礼品赠送环节让员工跟家人之间更好地互动，连接企业、员工及家属）

客户案例二：

所提供的服务类别	员工激励与认可、员工福利管理、福利礼品、弹性福利
客户公司性质	民营
客户公司行业	互联网与游戏业
客户当时的需求	自15年客户合并后，在内部团队融合及外部食品安全风波下，客户公司提炼出“eat better, live better”的新战略目标。在内部文化理念传递过程中，年节福利关怀项目是最有效的载体。相关部门先从端午节福利项目入手，先期希望解决全国35000名员工的福利分发难题，再到文化理念宣导传播的效果，激励员工敢于创新与突破，站在未来发展的视野与公司共同成长。
具体服务内容	1、端午节：为其提供端午节项目全程策划案，从礼品整合到定制H5互动游戏方案策划、游戏开发，以及线下“未来宣言”及“快闪”主题文化活动。 2、中秋节：为其提供中秋创意礼品方案，根据今年战略主题词设计“吃得越好，活得越好”主题包装，选品上面除了招牌月饼，还贴心搭配花茶，彰显“有吃有喝”的吃货本质属性，满足80、90员工的独特口味与颜控兴趣。
服务成果	端午节服务成果摘要： 1) 福利礼品选择：根据员工分布大江南北的属性，特精选6款甜咸粽子代表南北区域风味； 2) 礼盒设计：采取上下对开式，员工打开时需要双手托举，增加仪式感；还搭配上骑着龙舟的定制款客户小公仔钥匙链； 3) 线上活动：为其开发”因你粽不同“线上H5互动游戏，将端午福利领取穿插其中，很好地解决了线下分发、异地领取的难题；线上活动还设有”说出未来的展望“环节，号召员工说出心声，搜集的信息最终落地展现在企业内部”未来宣言“的主题墙上，更直观生动地展现员工的精神风貌，实现文化理念传播的效果。 4) 线下活动：除了”未来宣言“，还为其策划了最具互联网味道的”快闪“活动，通过吸睛的活动将员工聚集，线下集采分发环节也能更高效有序地开展；

客户案例三：



所提供的服务类别	员工激励与认可、员工福利管理、福利礼品、弹性福利
客户公司性质	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	客户为A集团旗下的贵金属交易平台，在员工福利方面一直是以购物卡的形式来进行员工关怀与福利管理。由于礼品品种较为单一，缺乏仪式感而导致员工的满意度不佳。相关部门希望寻求突破口，找到丰富多样的福利解决方案，以期提升员工满意度。
具体服务内容	<p>项目开始初期，A集团以三八女神节为切入点，我们为其提供福利选品方案、线上福利分发系统服务以及线上H5互动游戏。</p> <p>1) 为其提供关怀系统服务，帮助其搭建基于微信企业号端的员工关怀平台，让员工跟公司的连接不再仅是工作内容的信息传递，从单向接收到双向互动，帮助企业打造高粘度的员工关怀服务平台；</p> <p>2) 改变单一的购物卡礼品形式，引入弹性福利概念，为其定制弹性福利平台，包含积分项目；</p> <p>3) 女神节活动游戏定制，页面UI设计、技术开发、落地实施。游戏环节中通过“互赠道具”、“翻牌”等游戏化思维，实现员工间互相认可与激励的行为导向。</p>
服务成果	<p>1、通过一套完整又富有新意的策划方案，将三项服务串联起来，以女神节为引子的员工关怀场景，通过预设的福利礼包到线上派发、领取，再到参与互动游戏，给与女员工既贴心又有趣的关怀方式，并且形成线上外向传播的效果，帮助客户提升雇主品牌形象；</p> <p>2、从三八节后，客户还定制了后续一系列年节、文化活动等场景关怀服务，通过丰富多样的H5互动活动，解决了线下活动参与度不高的大难题，第一期女神节线上活动参与率高达80%，员工满意度大幅度提升。后继的端午节、中秋节活动，全员参与比例不断攀升，员工间的互动更频繁，打破了部门间沟通壁垒，增强员工归属感与凝聚力，从节日关怀延伸至价值观行为的风尚传播。</p> <p>3、提供内购福利服务，更好地为员工提供弹性福利选择，日常福利积分可在内购平台消费，通过打通京东、网易严选、易果生鲜等主流电商平台，为员工带来更多福利特权。</p>

客户案例四：

所提供的服务类别	员工激励与认可、员工福利管理、福利礼品、弹性福利
客户公司性质	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	客户自2016年下半年起通过接入“爱关怀”平台，解决了集团3万多名员工，超过350个城市区域，全国统一管理福利的大难题；在此基础上，HR从日常事务性关怀事项中解放出来，更好地将精力聚焦在员工关怀创意、规划和迭代上，但在关怀场景运营方面遇到瓶颈，希望将员工关怀的广度延伸至



	员工激励及赞赏文化层面。
具体服务内容	<p>1、春节 为其打造”新春·带爱回家“系列策划案，从春节福利礼品方案出具到结合内部赞赏文化场景包装宣传新春福利，从春节红包概念衍生出线上”完成新春回家里程”到”领取企业红包“的创意文化活动。</p> <p>2、51劳模节 将劳动节包装成劳模节，为其定制开发线上H5互动游戏，通过“点赞“、“打赏“的游戏行为实现员工间即时激励、赞赏文化的传播。</p> <p>3、爱激励 企业内部自有的激励模式较为多样又零散，帮助企业将行为激励进行体系化管理，包括认可激励积分方案设计，激励奖项设置，日常奖励积分发放等，让员工行为激励数据化、可视化，助力企业提升员工敬业度和忠诚度。</p>
服务成果	<p>1、春节及51劳模节，除了提供弹性福利解决方案，为HR解决福利管理难题外，还帮助HR更好地以运营手段来经营员工关怀(eg:新春福利三重奏H5宣传，福利领取竞猜方案，企业随机红包定制等)；</p> <p>2、帮助HR更好地探索员工行为即时激励落地方案，搭建企业赞赏文化；</p> <p>3、爱激励项目的实施，帮助企业管理者营造积极的认可文化，让激励无处不在，给到员工不同的刺激，促使员工行为与文化理念一致，打造独特的雇主品牌形象。</p>

档案内容更新于2017年11月