

北京优慕科技有限责任公司

企业详情

企业官方注册名称：北京优慕科技有限责任公司
 企业常用简称（英文）：UMU
 企业常用简称（中文）：UMU互动学习平台
 所属国家：中国
 中国总部地址：北京
 网址：www.umu.cn

所属行业类别：领导力发展培训、销售培训、在线和移动学习、个人能力发展、专业能力发展、游戏化学习解决方案

在中国成立日期：2015年
 在中国雇员人数：

业务详情

1、主要客户所在行业：耐用消费品、生命科学（如医药，医疗器械等）汽车及零部件、零售业与电子商务、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	销售培训
客户公司性质	外商独资
客户公司行业	生命科学（如医药，医疗器械等）
客户当时的需求	<p>客户作为全球医疗健康行业领先企业之一，致力于通过改变生命的前沿科技，守护健康，产品遍及诊断、医疗器械、营养品、药品以及突破创新技术助力的健康管理。</p> <p>客户认为销售培训的目标就是需要节省效率、提升产出，对于业务发展来说，应当是关于发展和成长的全面解决方案。在 2021 年和 UMU 合作之后，客户希望通过 UMU 打造学习、考试、练习闭环递进式培训，助力实现销售人员的能力提升，赋能商业发展。</p>

具体服务内容	客户依托 UMU 学习平台,成功搭建了包含“能力测评、学习方案、辅导学习/应用、分享与讨论”的一体化闭环递进式培训项目。
服务成果	<p>采用 UMU 学习平台后,从单向学习优化为互动式“学考练”</p> <p>引入销售经理深度参与课程设计和教学,结合工作场景萃取知识,根据业务场景设计练习,从单向学习迭代为互动式“学考练”,提升员工学习体验,直接带来业务增长。</p> <p>借助 UMU 学习圈,从专注“学考练”向“用和分享”转变</p> <p>通过 UMU 学习圈和积分排行榜,开展每月线上专题分享,根据参与度、练习质量、互动频次等情况,分别以个人、小组进行排名展示,有效地提升了活动粘性。</p> <p>加入 UMU 测评功能,形成“学练评”的闭环递进式培训</p> <p>针对一线销售人员,制定“销售岗位模型”,建立“能力模拟舱”。借助 UMU 测评功能,线上完成“测评 - 学习/辅导 - 再评估”的闭环,让学员能够及时自我评估,并进行针对性的学和练。</p> <p>通过 UMU OJT 带教,让销售经理的辅导落地</p> <p>UMU OJT 带教功能支持客户落地三个项目,分别是新员工培训项目、销售技巧培训项目以及大客户培训项目,通过将学习和辅导行为全面数字化、标准化、智能化,大幅提升辅导的效果、效率和体验。</p>

客户案例二:

所提供的服务类别	销售培训
客户公司性质	外商独资
客户公司行业	生命科学(如医药,医疗器械等)
客户当时的需求	<p>客户公司是一家全球领先的生物制药公司,致力于医药领域的科技创新与突破,战胜糖尿病和其他严重慢性疾病。</p> <p>客户的敏捷学习项目,倡导通过数字化转型,更快、更轻、更精准地开展培训。“快”,不仅要做到内容传递快,还要借助科技的</p>



	<p>力量更快地产生绩效结果。客户始终相信，数字化是手段，有效且高效才是企业学习数字化的最终目的，而说到出效率、见效果，UMU 所研发的销售训练工具 uShow，则借 AI 之力让客户的销售培训效果倍增。</p> <p>销售培训中，mirror the job 的练习，加上讲师一对一的及时反馈与针对性陪练指导，是最快提升业绩表现的训练方式，也最能让培训的价值被看见。但客户业务增长迅速，新销售数量庞大，若采取传统的“大练兵”训练模式，人人过关、一一打分，一个讲师一天至多能辅导 10 人左右，更不用说随时陪练、及时反馈。另一方面，这种低效能的工作，也很损耗讲师的耐心和价值。uShow AI 演讲训练功能的诞生，成为了客户破局的关键。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>首先，uShow 支持销售人员自主进行演说训练，并通过 AI 算法对每次练习给予即时的评分和反馈，让销售练习更有效。客户的新销售训练营中，学员运用 uShow 进行了大量的练习，并结合 AI 反馈来获得开场白、逻辑结构、产品知识、结束语、特征利益转化、肢体语言等方面的提升建议。在多次练习中，学员进步显著——产品描述日渐精准连贯，语言表达逐渐清晰流畅，面部表情更为自然，肢体表达更加自信。客户培训部的数据分析显示，学员分数与练习 uShow 练习的次数确呈正相关。进步最大的学员，通过 5 次 AI 训练，评分提升 70%。在这种正向激励下，uShow 练习的使用人数、高分率和完成率都显著增加。</p> <p>在某款新产品上市前，客户还组织了数次“uShow 泰强音”AI 演讲大赛，以期充分调动学员的练习积极性，大幅度提升了销售人员的演讲水平。数据显示，约半年时间中，uShow 功能覆盖的销售人数达 3000 余人，合计练习次数 53306 次，人均练习 14-15 次，而合计练习时间近 92 万分钟。</p> <p>同时，uShow 开启的新学习模式，也让销售培训更高效。在疫情背景下，用 AI 代替培训师进行大规模的陪练与反馈，创新性地降低了人力成本，将解放出的人力用于应对医药行业与培训业务的快速变化，让培训项目整体更高效。”</p> <p>另外，客户还看到了 AI 的另一优势——高信度。相对于人，AI 的数据产生自客观的记录与观察，排除了动机和行为扰动，不存在锚定效应、驱动效应、光环效应和峰终效应等人为评价的局限。作为一家一贯以严谨务实风格著称的药企，客户也凭借优秀的数据分析能力，通过高分命中率、相关性、匹配度和区分度这四大指标，对 uShow 这一 AI 工具的有效性进行了评估。事实证明，UMU 提供了高信度、高效度的评价与反馈，的确能助力销售人员能力提升。</p>



服务成果	<p>在一支宣传片中，客户这样描述 uShow：“她从不生气，她对你没有偏见，她不知疲倦地帮助你，她给你的反馈总是很及时，她的意见总是基于事实和数据。没有人愿意为你一遍又一遍地反馈，除了 uShow。”在这个功能里，他们既看到了 AI 反馈的标准化、即时性与精准性，更看到了科技产品人性化的一面——不厌其烦的陪伴。uShow 诞生所解决的问题是超预期的，除了降低人力成本，它还能让分散在全国各地的学员在同一时期做同样的事情，通过机器和技术，造就了一种超时空的同频共振，让人与人之间产生一种更为紧密的强连接，自发地建构起一种学习的场域和氛围。这或许是 uShow 对于销售培训更高层面的价值。</p> <p>回到现实工作场景中，使用 uShow 的客户学员也有更优的业务表现。做客户拜访时，医生聆听讲解的耐性和兴趣都提升了；组织科室会议营销时，医生甚至反馈可以延长介绍的时间。在客户看来，这都是员工绩效行为和客户参与度的积极改变。它恰恰回答了业务部门和学员个人最为关心的那些问题：销售培训是否真的有效？销售练习是否真的有用？UMU 全面助力客户培训部，给出了肯定的回答。</p> <p>依托 UMU，客户搭建了自己的敏捷学习项目，一年做了 140 个绩效提升主题的敏捷训练营。UMU 提供了覆盖“教 - 学 - 练 - 测 - 用”全流程的培训工具，从课程生产、内容传递到绩效结果转化，都比传统培训更“快”；善用基于“容量有限原理”的工具设计，客户将知识点进行合理切分，学员可以根据自身情况进行碎片化学习和反复练习，学习内容体量更轻的同时，培训成本也更“轻”；同时，UMU 能记录学员学习数据，客户利用 UMU 进行学习进度管理与学员能力评估，据此进行个性化的学习内容推荐，建构千人千面的未来培训模式雏形。</p>
------	--

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	外商独资
客户公司行业	耐用消费品
客户当时的需求	<p>疫情期间，客户格外关注新员工入职和融入公司的两个问题。第一个是“待入职员工缺乏与同年加入公司的同事的联系”，第二个是“缺乏消除焦虑的机会”。在 2021 年 4 月的新员工招聘活动中，全部面试招聘在网上进行。线上进行会导致缺乏面对面对话机会，给未来员工和公司都带来焦虑感。此外，考虑到传染病情况，即使在非正式任命之后（2020 年 10 月之后）举行常规非正式会议或大型交流会也不现实，待入职员工与员工之间互动机会极其有限。因此，彼此建立联系和提供满足需求的信息，对于今</p>



	<p>年待入职员工来说必不可少。</p> <p>除了削弱联系之外，线上提出个人问题比面对面更难，更加难以消除个人焦虑。仅通过像往常一样单向传播信息，可能无法从学员的视角提供足够信息。因此，很有必要专注于帮助待入职员工建立联系，例如创建交流机会和联系点，以及提供满足需求的信息。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>客户使用 UMU 提供信息，以便在想要的时间从待入职员工角度获取想了解的信息。一共设计了三个要点：“综合信息提供”、“让它成为一个你想再次访问的地方”和“交互式信息提供”。在这一点“综合信息提供”中，共提供了 200 个项目，例如怎样深入了解公司信息以及如何度过入职等待阶段。此外，客户还制作了站点地图，以便未来员工可以从众多内容中找到他们想要的信息。考虑到待入职员工的实际情况，不是一次性提供所有内容，而是每月添加一两次内容。</p> <p>其次，客户将现有的内部资料通过 UMU 进行发布。我们通过附加技术领域和职业等主题标签来设计文章，以便可以根据感兴趣的领域搜索文章。因为将 UMU 定位为支持未来员工而非说教的场所，所以阅读 UMU 上的内容不是强制的。因此，我们设计了一种方法，让待入职员工自发访问。具体来说，我们每天持续在 UMU 上发布内容，半年来，添加内容时都会在 UMU 上发送通知。至于附加内容，是根据待入职员工情况撰写的。具体来说，在 10 月会发一条热烈欢迎的内容，新年假期在待入职员工忙于写毕业论文时添写鼓励的一句，以及一条给出培训和工作具体情况的内容。最近公司即将迎来新员工入职，我也正准备发相关内容。</p> <p>为了提供互动信息，客户设置了一个引导框，可以在这里发布关于加入公司的相关问题，并将问题的答案作为更新内容来发布。除此之外，我们还创建了分享与身边触手可及产品的内容，以便让我们体验潜在员工价值观的内容。</p> <p>UMU 的互动性让客户能够换位思考从接收者的角度出发，以强烈的待入职员工视角来设计各种规则。</p>
<p>服务成果</p>	<p>2020 年新员工培训引入 UMU 后，两位就职于招聘与职业创造中心的年轻新员工，依托 UMU 为待入职员工提供多达 200 项丰富内容（包含 80 名员工访谈文章），还通过 UMU 举办了 26 次线上/线下交流会，成功为他们提供支持并建立联系。</p> <p>所有设计以待入职员工的视角出发，提供支持而非说教，借助 UMU 将线上/线下沟通方式结合，在互动中有效进行企业文化宣传，帮</p>



	助待入职员工减少未知带来的焦虑。在疫情已成常态的情况下，UMU 帮助松下为其员工设计了更高质量的项目。
--	---

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	外商独资
客户公司行业	生命科学（如医药，医疗器械等）
客户当时的需求	<p>客户是一家总部位于比利时布鲁塞尔的全球性生物制药公司，在全球 36 个国家开展业务，致力于神经系统和免疫系统的药品研发。</p> <p>专业性和敏捷性一直都是客户的优势，公司对一线员工专业度的要求非常高，同时公司业务快速多变，也对员工能力提出了更高的要求。因此，客户需要一个学习平台能够真正帮助学习发展部门针对业务痛点设计培训项目，一最快速度应对业务挑战。</p>
具体服务内容	<p>UMU 和客户在合作开始的两周内就快速完成了平台建设、200 余门历史课程转移和互动小节的设置。平台更换和课程迁移不仅没有花费大量时间，还帮助客户完成了企业知识库的迭代和升级。</p> <p>合作以来，UMU 助力客户达成了多个颇有成效的企业学习项目，帮助销售强化产品介绍、科室拜访等专业销售技能。客户的销售人员通过 UMU 的 AI 视频作业不断练习，快速得到 AI 的即时反馈，不断调整，多次练习。</p>
服务成果	<p>客户近 200 名医药代表的销售技能得到明显提升，在面对医生的提问和对话时更加专业和从容。</p> <p>UMU 不仅实现了企业学习“教-学-练-测-用”多个环节的闭环，还能将员工学习行为数据化，方便学习发展团队和业务部门轻松掌握员工学习情况和效果，帮助学习发展部门快速迭代升级学习项目，也帮助业务部门了解一线员工对知识技能的掌握情况，给予有针对性的辅导和管理。</p> <p>与此同时，UMU 帮助分散在全国的经理和员工实现跨区域、跨层级的反馈与互动，也让员工获得了更好的学习效果和学习体验。</p>

档案内容更新于2023年8月