



北京民安信科技发展有限公司

企业详情

企业官方注册名称：北京民安信科技发展有限公司

企业常用简称（英文）：MAX

企业常用简称（中文）：民安信

所属国家：中国

中国总部地址：北京市海淀区王庄路清华同方科技广场D座东楼18层

网址：www.mymax.cn

所属行业类别：游戏化学习解决方案

在中国成立日期：2004年2月26日

在中国雇员人数：72人

业务详情

1、主要客户所在行业：汽车及零部件、互联网与游戏业、IT信息技术，半导体及通讯、零售业与电子商务、金融服务（如银行，保险，财富管理等）

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	民营
客户公司行业	
客户当时的需求	<p>客户是一家业务遍布全球的信息科技公司，致力于成为全球创作与交流平台，让几十亿人的数字生活更美好、更有效率、更有趣，字节范是客户企业文化的重要组成部分，是内部共同认可的行为准则。公司非常重视对新员工的培训，希望在不强制员工学习的情况下实现企业文化、制度等内容的推广。</p> <p>在以往的新员工培训中，采用线下讲课及线上视频课程的形式实现，该形式在调研中发现会浪费员工较多的时间，同时线上课程学习相对枯燥，不能满足新时代的培训需求。在培训师内部的讨论中，希望引入游戏化的学习方式用于新员工培训，借助游戏的</p>



	机制吸引学员主动参与学习，通过趣味化的方式，将必备知识更灵活的传授给新员工。
具体服务内容	<p>针对客户的需求，我们设计了游戏化的学习路径，模拟一名宇航员探索太空中的各个星球，寻找新的能源，在每个星球的探索任务完成后，都可以获得一种能源，当所有星球的探索任务完成后，可获得星球探索证书。</p> <p>在游戏玩法设计上，采用闯关探索的方式，每个星球采用不同的内容展现形式及通关方式，包含互动课件类型、视频问答类型、动画类型、真人视频讲解类型，想要每个星球顺利通关，需要正确回答各个环节的问题。</p> <p>针对课程资源类型，共设计了6个星球，代表六门课程，每个课程需要依次通过考核。</p> <p>我们为客户部署了一套学习平台系统，将学习路径作为一个课件入口展示给新员工学习。</p>
服务成果	<p>项目上线后，客户的新员工更偏重于在线学习新员工课程，学习积极性明显提升，半年内累计超过2000人参与了游戏化新员工课程的学习。在学习玩法和内容设计上，也给了很多优化建议，希望通过升级平台，让游戏化课程更加有趣。</p> <p>在运行一段时间后，在用户群体上，除了正式员工的学习，也扩充了实习生和外包团队的学习，让更多的员工体验游戏化平台的学习乐趣。</p>

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	<p>客户作为老牌车企，在油车领域占据了国内汽车市场的中高端车型，在电车领域同样力争领先，推出大量具有竞争力的新能源车型，随着客户新能源车型的上市，客户厂家对销售顾问掌握新能源车型产品知识及销售技能的要求也日益提高。为了全面提升销售人员的专业水准与客户满意度，“以赛代练”，践行“卓越客户体验”，客户举行了2022客户全国电动车大赛，提出“决胜当下，共赢未来”的口号，这不仅是一个口号，更多的是客户诚挚的未来决心，用专业度践行客户体验，用真诚度带来更多对客户新能源产品的信心。此次大赛，注重于考核销售团队管理，新能源重塑、改革、创新、以此来优化销售团队内部运行，提升业务水平，从而带动整个销售团队在新能源领域勇创佳绩。而线上赛是整个比赛阶段持续时间最长的比赛，也是比赛总分中重要的组成部分，线上赛分为两部分，一部分是线上闯关赛，一部分是现场决赛，只有在线上闯关赛排名靠前的学员才能进入决赛。满满学堂作为比赛平台供应商，为客户提供本次大赛线上赛服务，能进行本次合作，一方面是满满平台具有游戏化产品的先天优势，更重要的</p>



	<p>是满满平台与客户的理念相同，在当前市场环境激烈的情况下，努力拼搏，决胜当下，赢在未来。</p> <p>2022客户全国电动车大赛是首届新能源车型的比赛，没有可以参考的比赛规则，因此需要构建一套完整的比赛规则，针对线上赛部分，需要针对新能源车型构建持续6个月的学习内容，能吸引学员不断通过平台学习增长知识技能，达到培训的目的。</p> <p>在线上赛结束时，会选择线上赛阶段排名靠前的学员参与总决赛，除了个人排名，本次大赛更注重团队分数，每个经销商是一个团队，要保证团队比赛的公平性，需要设计基于团队的分数计算规则。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>在线上赛的方案设计中，2022全国电动车销售大赛线上赛共分为六个赛段，每个赛段都有不同的场景，提升用户的新鲜感和在线量。</p> <p>大赛设计的故事情节模拟F1方程式赛车，共分为6个比赛地点，每个月开启一个赛段，每个赛段使用客户的一个新能源车型参加比赛，每个赛段均有开启和结束时间限制，每个赛段独立计分。这样可以保障每个赛段参赛人员的新鲜感和不断学习的激情。</p> <p>在各个赛段中，均采用金币作为排名依据，获得金币的方式包括闯关、每日签到、月度PK、月度测评，每个赛段均会设置10个关卡、每个月设置不同的PK次数，每天可签到一次，连续签到一周可获得额外金币奖励。排行榜设计有个人排行、经销商排行榜、集团排行榜，个人排行可以保证每个人可以积极参与比拼，经销商排行激励经销商之间的竞争学习，集团排行榜可以体现各集团的差距。</p> <p>决赛阶段设计了基于F1方程式赛车的比赛场景，模拟真实的F1赛车形式，通过跑圈的方式竞技，每轮比赛使用不同的比赛场景突出差异性。配合背景音乐及音效，让学员有紧张刺激感，每一轮可展示总排名、本轮排名、百人PK排名、各省晋升排名，通过各个维度展示当前的比赛状态。</p>
<p>服务成果</p>	<p>线上赛开启于5月开启，超过1万名客户销售人员参加，比赛期间共进行了超过144万次每日答题、52万次关卡通关、24万次竞赛PK。全国参赛选手经历6个月6个赛段的选拔，产生了200名决赛选手。决赛阶段，累计超过300名参赛选手和嘉宾参与在线竞技，达到了预期的目标，参赛选手和嘉宾对线上决赛效果有很高的评价。</p>

客户案例三：

<p>所提供的服务类别</p>	<p>游戏化学习解决方案</p>
<p>客户公司性质</p>	<p>民营</p>
<p>客户公司行业</p>	
<p>客户当时的需求</p>	<p>客户是一家全国性、股份制人寿保险公司，分支机构遍布全国各地，公司非常重视企业培训，为提升从业人员的专业知识能力，公司一直定期举行客户全员参与的线上和线下考试活动。</p>



	<p>以往的学员需要自己学习培训资料，之后通过线上考试或线下在固定考场的考试，考试完成后需要培训者花费时间判卷并汇总成绩生成最后的排名。随着参与次数的增多，学员逐级厌倦了该类型的培训学习方式，参与积极性逐渐降低并有抵制情绪，希望提供新颖的培训方式。针对培训者也希望活跃学员的学习气氛，让学员在轻松的氛围中学习和考试，不再受限于固定的考试，同时能方便快捷的统计学员成绩。</p> <p>需要接受培训的员工年龄大多处于30岁左右，对新兴事物感兴趣，通过内部调研大多对游戏感兴趣，因此考虑构造一个游戏化的学习平台，将学习资料放到线上学习，通过游戏的方式引导学员不断的闯关进步。同时要结合客户的企业文化，为学员创造一个沉浸的学习环境。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>针对客户的需求，我们设计了客户书院游戏化学习平台，学习广场中展示客户的关键特色建筑，增加企业文化宣传。同时设计了不同的游戏化学习平台入口，针对新员工的客户新员工项目，针对各地区培训的机构特色馆，针对党建学习活动的党建馆。</p> <p>此外设计了多次游戏化竞赛活动，如客户知识攀峰、客户科举会，让学员在学习过程中体验学习的乐趣。</p> <p>针对新员工项目，我们设计了游戏化的学习地图路径，让学员模拟入职时的流程，逐一完成各项学习任务，实现顺利入职。</p>
<p>服务成果</p>	<p>客户游戏化学习项目上线后，学员非常认可该类型的学习方式，从整个游戏化学习活动中统计到的学习数据可以看到学员的热情，共有超过10000名用户登录系统参与了学习活动，用户参与度达到了99.5%，活动期间平均每天活跃用户数达到6000人，四次抽奖活动共进行了超过40000次的抽奖，峰值在线用户数达到7200，从第三阶段参与排位赛人人PK的次数达到160000以上。</p>

档案内容更新于2023年8月