
互联网用户体验管理

[课程背景]

互联网碎片化市场竞争的加剧，对企业综合实力的挑战更加严峻，电商化的客户服务作为营销活动最后也是最关键环节，电商在线服务品质自然是举足轻重，也成为打造企业软实力，提高企业竞争力的核心元素。如何打造一流的电商客服服务体系，塑造卓越的客服服务品质，减少用户丢失，规避用户投诉风险，实现互联网思维的用户体验核心思想，将成为企业市场竞争力的杀手锏。

[课程收益]

- 打造互联网时代优质服务质量体系；
- 完成系统化用户体验管理；
- 主流电商用户体验管理分析；
- 掌握用户体验提升工具和技巧；

[课程优势] (课程特色)

全景实战特训营模式，双效通道：应用+训练；顾问+教练！

以解决问题为导向，用运营实战为核心。

化繁为简，直击核心！有效应用，价值倍增！

强化

运营策略，启发营销思维！

[课程内容]

壹、 互联网用户行为分析

1. 用户体验是什么？要实现用户体验先了解用户特征；
2. 用户两性关系：属性 VS 黏性；
3. 用户行为路径图解；

-
4. 网民信息诉求图解
 5. 用户体验设计图解；

式、 互联网用户体验管理

- 1、 三大电商用户体验对比：淘宝，京东，一号店
- 2、 京东用户体验前后对比；
- 3、 电商用户体验管理分类
 - 感官体验：强调舒适性。
感官体验 12 要素：设计风格，logo 设置，响应速度，布局，图片，广告，背景音乐； 案例：爱奇艺，搜狐视频；
 - 交互体验：强调易用/可用性。
交互体验 13 项：会员申请，会员注册，站内搜索，分享，提示等；
案例：凡客晒单！
 - 内容体验：强调友好性。
内容体验 4 要素：内容分类，内容价值，内容策略，品牌内容；
案例：当当网数字馆
 - 浏览体验：强调吸引力。
浏览体验要素：栏目分类，栏目命名，栏目订阅，字体设置等；
案例：宜家家居；
 - 信任体验：强调可靠性。
信任度体验：用户鉴证，媒体报道，消费保障等；
案例：360 网购赔付；
 - 服务体验：强调人性化。
服务体验：互动咨询，退换货，支付方式等；
案例：京东多种支付方式；
 - 交付体验：强调方便性。
交付体验：物流，包装，交付过程等；
案例：京东的交付体验；
- 4、 移动互联网用户体验管理 5 种途径；
 - 1、 全面测试你的应用；
 - 2、 像用户一样思考
 - 3、 在对应用做出修改前先征求用户的意见
 - 4、 专注于提供最有用的功能
 - 5、 神形合一，整合外观和功能案例：中国移动 139 邮箱；平安壹钱包；

参、 互联网服务质量管理

- 1、 以客户满意度为中心；
 - 服务理念模型图；
 - 营销学角度的客户服务；
 - 以服务为中心的企业架构；案例：京东的在线客服演变！
- 2、 建立优质服务理念
 - 优质服务理念决定服务品质；

-
- 产品与服务关联服务品质；
 - 客户满意度调查；
 - 客户服务满意度的价值；
- 案例：顺丰快递的服务理念，与竞争对手的差异；**
案例：中国联通渠道销售之殇；

3、 客户服务质量管理

- 服务体系建立流程；
 - 确定服务流程关键要素；
 - 确定客户满意度标准；
 - 客户服务协作体系组织确立；
 - 服务体系奖励制度；
- 案例：招商银行5星服务管理；中国邮政服务质量卡；**

四、 如何提升用户体验

1、 用户体验评测工具；

- 速度评测；
 - 兼容性评测；
 - 系统功能评测；
- 案例：调查派，腾讯问卷调查系统；**

2、 用户体验数据分析；

- 跳出率的重要性；
 - 用户行为数据漏斗；
- 案例：阿里巴巴数据监控中心；**

3、 用户体验优化策略；

- 以数据分析为依据；
 - 持续性优化策略；
 - SWTO 分析工具；
 - 优化计划表；
- 案例：互联网手机品牌小辣椒；**