

**题目：**

## 数字经济时代下的新型客服中心

**背景：**

随着品牌推广渠道和交易平台的多样化，传统的呼叫中心型客服已难覆盖所有客户。在传统销售和服务模式下，客户通过电话进行咨询与意见反馈。社交平台，尤其是微信的迅猛发展，使顾客的购买行为愈加“社交化”。顾客希望在购买产品前可以“一对一”咨询，或者能够动动手指便可以反馈购买意见而无需拨打客服电话。新型的客服中心，应该是可以综合解决多平台客户咨询，并能打通客服部门与营销部门，实现客户行为追踪、客户大数据分析和精准推送的综合客服中心。

**收益：**

- 使学员具备新型服务理念，依托数字化提供服务及营销。
- 帮助学员掌握新型服务工具。
- 讲解客服中心管理及一线生产员工的新型职责和能力。

**听众：**

- 客服管理人员
- 客服人员

**时间：**

1 天

**形式：**

案例分享，生动视频，现场互动

**内容：**

## 1 新型客服中心：营销+服务=体验

### 1.1 跨平台（公众号、小程序、网页等）统一化管理

1.1.1 通过个性化推送为客户“量身定制”

1.1.2 智能管理每个客服人员的“任务”

1.1.3 精准分析 AHT（平均解决时间）

### 1.2 精准触达不同客户

1.2.1 标签化客户管理，更懂客户偏好

1.2.2 个性化互动，提升客户忠诚度

### 1.3 跨平台营销数据分析

1.3.1 动态数据分析，挖掘客户新需求

1.3.2 客服数据多维度分析

## 2 智能服务相关产品

2.1 智能服务产品的价值体现

2.2 常见智能服务产品一览

2.3 智能服务产品在客服中心的使用

3 新型客服中心的人员要求

3.1 管理人员的新型职责和能力画像

3.2 一线生产员工的新型职责和能力画像

4 课程总结和回顾