

## 《创造超值客户体验》

### a) 课程教学大纲

**课程名称:**《创造超值客户体验》

**课程性质:** 内训/公开课

**培训学员:** 研发人员、营销人员

**教学时数:** 学时：一天

**课程简介:** 随着互联网普遍运用，客户的体验需求日渐上升。客户的体验是站在客户的角度，对企业的产品、服务、营销进行提出了更高的要求，客户体验是消费者确权的进一步的体现，同时客户体验又能促进企业方的产品性能升级、营销、服务升级。本课程通过具体的案例详细的介绍了客户体验的基础知识，就完善客户体验的具体做法。

**教学要求:** 采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式，课堂讲授要求理论联系实际，运用大量实践案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，讲师运用多媒体课件和网络技术作为教学辅助工具，同时配备课堂练习、现场互动以消化课程的内容。

**喻国庆** 老师有多年的产品营销职业生涯，多家知名企业的营销高管，历经产品经理的职位，有丰富的产品运营推广的实操经历、其中有十年的营销咨询师的积累，专注营销领域，其课程实战落地、理论系统。往往是投资培训的费用，达到营销咨询的效果。

**教学纲要:**

#### 第一部分：客户体验解析

1. 客户体验需求产生的时代背景
2. 为什么提出客户体验
3. 客户体验的概念
4. 客户体验管理的作用
5. 客户体验的影响因素
6. 客户体验与客户满意度
7. 客移户体验与客户关系管理
8. 客户体验的相关研究
9. 客户接触点与客户通道
10. 峰终原理
11. 客户期望决定因素
12. 负面客户体验成本
13. 客户体验管理方法与步骤
14. 客户体验管理方法七步骤

15. 客户体验管理方法具体运用
16. 客户体验管理关键理念
17. 客户体验管理的运用
18. 客户体验价值链
19. 客户体验管理生态系统
20. 客户体验维度层次模型
21. 如何将客户体验管理与岗位结合
22. 案例：同行的三家企业不同的命运
23. 案例：一个县级企业是如做国家级标准的

## **第二部分：客户体验需求**

1. 客户体验数据收集分类
2. 客户体验数据收集方法
3. 竞争对手的渠道策略分析
4. 竞争对手产品策略分析
5. 竞争对手营销策略分析
6. 促销与动销分析
7. 投入产出分析
8. 客户需求：产品性价比
9. 客户需求：产品性能
10. 客户需求：营销政策
11. 客户需求：售前售后服务
12. 案例：宝洁公司利用市场调研击退雕牌
13. 宜家公司的人性化的卖场体验
14. 案例：O2O 的模式激活珠宝店
15. 案例：新零售如何销售高端产品
16. 案例：海尔日日顺商业模式更新
17. 案例：彩生活物业颠覆行业规则

## **第二部分 增加客户产品体验策略**

1. 互联网时代营销 6P 和 6C 的变化
2. 产品经营中常见的困惑
3. 产品的关注度与参与度
4. 好产品的核心三点
5. 客户的痛点、痒点和兴奋点
6. 苹果公司产品的三层次模型
7. 产品定位与运用
8. 多产品与单产品策略
9. 产品线的梳理的方法
10. 价格的本质是什么
11. 如何控制乱价
12. 如何卖价值
13. 生活中有多少“2”的设计
14. 产品设计的“风、神、雅、韵”
15. 工具：定价的方法
16. 工具：销量利润矩阵

17. 定制化产品+互联网的方法
18. 产品与市场的契合度
19. 产品线与营销资源匹配
20. 产品与客户群体的关系
  - 1) 产品与渠道网络
  - 2) 产品与传播模式
  - 3) 产品与售点的关系
  - 4) 产品推广与客户心智
21. 工具：产品月度营销指导书
22. 案例：终端门店的场景化营销
23. 案例：Tea-bank 的场景化营销
24. 案例：“小罐茶”的营销模式借鉴
25. 案例：苹果产品设计的三层次
26. 案例：劲酒的渠道变革带来的销量增长
27. 案例：故宫文创产业
28. 案例：仁为光电产品的推广
29. 案例：500 元一双的袜子如何卖？

#### 第四章：品牌推广体验的策略

1. 客户都到哪里去了
2. 营销的变化：移动化、碎片化、场景化
3. 人联网-天网/地网/人网的形成；
4. 契合新生代的消费习惯
5. 精准推送方案
6. 场景化的终端分析
7. 终端促销氛围营造十法
8. 找出高消费高转化用户
9. 提升购物体验
10. 购物分享
11. 复购率 VS 活动规模
12. 曝光率 VS 终端陈列
13. 客户体验感如何优化
14. 会员大数据体系下的营销
15. 微信营销：暧昧经济情感营销
16. 消费文化与网红
17. 终端促销与社群营销
18. 社群营销的兴起
19. 案例：线上和线下结合的场景营销
20. 案例：小米线下粉丝节
21. 案例：宝洁公司利用市场调研击退雕牌
22. 案例：可口可乐的终端生动化与 3A 策
23. 案例：章子怡婚礼上的无人机的启示
24. 案例：景田百岁山
25. 案例：美团网数据分析
26. 郭老板改变“网上座商”成功线上分销

27. 案例：五粮液邯酒的 O2O 促销方式：“一石六鸟”