



《数智化时代的客户体验管理》

课程纲要

讲师：王晓东

课程纲要

【课程名称】 《数智化时代的客户体验管理》

【课程背景】

数字化时代的到来，企业数智化转型必将从以产品和渠道为中心转向以客户体验为中心的经营。转型过程中，企业也会遇到各种难点与机会共存的挑战：

- ◇ 如何识别、选择、转化、发展和维系客户关系进行数字化全过程管理？
- ◇ 如何构建连接、交互、服务、营销和经营的客户能力？
- ◇ 如何有效识别数字化客户？
- ◇ 如何洞察客户的行为和价值？
- ◇ 如何与客户发起数字化互动？

数智化技术以不可逆转的进程变革着商业社会，驱动着行业创新和重新布局，不断创造出新的业务、产品和市场，客户资产成为影响市场价值的关键因素之一，企业必须在产品创新和客户经营两个方面都表现出色才能在数据智能时代脱颖而出。

《数智化时代的客户体验管理》课程是紧跟企业数智化转型，管理者对客户体验进行整体规划的迫切需求而设计的课程。课程一方面将数智化与体验如何结合的关系用案例，讨论，故事等方式进行转化理解，另一方面对如何实施，具体工具等内容，通过现场演练等方式帮助理解如何落地实施。

【课程收益】

- 运用客户体验工具，驱动提升体验的改进行动
- 应用数字化运营体验知识，提升体验绩效
- 建立关键场景的体验运营框架，打造优质客户服务
- 构建客户视角的体验旅程，创造个性化的客户体验
- 理解以体验为中心的组织战略，为组织升级转型做好准备

【课程时长】 1-2天（6小时/天）

【课程对象】

1. 企业中高层管理者。
2. 对课程内容有兴趣学习的人员。

【课程大纲】

第一部分：体验与数字化

1. 体验经济与数字化时代的到来
2. 数字化客户时代的三大驱动力
3. 数字化的演进与发展
4. 数字化客户管理的基础
5. 数字化的客户画像
6. 企业画像的意义

案例分享：乐高的故事

第二部分：拆解客户体验

1. 为什么客户体验至上
2. 客户体验的特点及层次概念模型
3. 客户体验与客户满意
4. 以体验为中心胜于以客户为中心
5. 数字化环境的体验特征；数字化体验的 5S 原则
6. 智能化体验

第三部分：客户体验管理及其框架

1. 客户体验管理的概念
2. 客户体验管理框架
3. 客户体验的影响因素
4. 客户体验的十个方向

第四部分：数字化客户体验管理探索

第一节：理解你的客户：预测客户行为

1. 客户洞察分析的 SMART 方法

2. 客户群体类型划分
3. 三种典型的分析模型
4. 传统客户数据分析与数字化客户数据分析的区别

第二节：卓越体验如何设计与转化

1. 实现体验：设计体验历程
2. 数字化环境下客户旅程与传统环境下客户旅程的差异及客户互动策略
 - 改进接触点
 - 体验设计最高原则
3. 数字化时代下的全渠道连接；四个核心要素
4. 线下转化与数字化转型剖析
5. 数字化营销转化工具
6. 典型的数字化用户转化模式

第三节：客户忠诚计划的作用

1. 忠诚计划的四个价值目标三个驱动因素
2. 数字化忠诚计划的特征
3. 忠诚计划带给客户的三个关键感知
4. 衡量忠诚计划运营成功的五个方面

第五部分：以体验为中心的组织战略

1. 五步转变为以体验为中心
 - 第一阶段：以客户为导向的组织
 - 第二阶段：以历程为导向的组织
 - 第三阶段：以客户为中心的组织
 - 第四阶段：以体验为导向的组织
 - 第五阶段：以体验为中心的组织
2. 从线性模型到环状模型：以体验为中心之环
3. 以体验为中心的组织的核心行为
4. D4Me：设计有意义的体验
5. 有意义体验的设计方法

小组课程总结及讲师答疑