
未来企业互联网电子化服务发展方向

主讲人：武威

培训对象：省公司部门总经理/副总经理

培训时长：2天

课程收益

掌握行业内外优秀企业电子化服务运营特点，理清未来发展方向

课程大纲

第一章：中石化互联网电子化服务体系案例剖析

一、案例背景——关于中石化

二、案例分析——商业挑战

三、转型着眼点

四、商业与技术创新

1、中石化物资采购电子商务网站大的上线运行

2、采销模式根本转变

3、从封闭到开放

4、“油中感谢”客户增值服务业务的开通

五、转型结果

六、对行业产生的影响

七、结论

第二章：电子商务与服务的关系

一、服务是电子商务的基石

1、电子商务的机遇要靠优质的服务去把握

2、客户的选择标准将会集中于服务

3、电子化交易呼唤人性化服务

4、服务是维护客户忠诚度的基本条件

5、服务是增强员工凝聚力的重要因素

二、适应电子商务发展的服务要求

1、快速响应

2、满足个性化需求

3、独特的网站设计

4、一流的客户服务提供者

第三章：改进电子商务服务的措施

一、加强员工培训，重视向员工授权

1、高素质的员工必须依靠系统、全面的培训

2、正确的授权

二、想方设法留住老客户

1、不断提高产品和服务的质量

-
- 2、价格优惠
 - 3、感情投资
 - 4、优质服务

三、正确对待客户的投诉

- 1、应把客户的投诉看作争取留住更多客户的机会
- 2、虚心倾听客户的抱怨
- 3、真诚地向客户道歉
- 4、牢记“客户不一定是正确的，但你最好当他们是正确的”
- 5、不要随意责怪员工

四、营建客户服务文化

- 1、满意的客户是企业生命力的源泉
- 2、满意的利润来自于满意的客户
- 3、要真心诚意成为客户的朋友
- 4、员工是公司的内部客户

第四章：电子化服务

一、电子化服务的优势

- 1、方便客户享受服务
- 2、降低服务成本
- 3、提高客户服务水平

二、电子化服务的实现方式

- 1、自建方式
- 2、外包方式

三、电子化服务策略

- 1、提高网站的有效性
- 2、为访问者提供及时、个性化的信息服务
- 3、运用“80/20”法则
- 4、及时跟踪
- 5、合理使用自动化技术

第五章：电子商务发展中的服务创新

一、服务观念创新

- 1、客户至上
- 2、用心服务
- 3、全员服务
- 4、服务就是效益

二、服务机制创新

- 1、服务运作机制创新
- 2、服务监督机制创新
- 3、服务激励机制的创新

三、服务特色化创新的判断标准

- 1、是否有利于维护客户的利益
- 2、是否有利于企业的发展
- 3、是否有利于员工服务水平的提高

