

# 数字化时代的客户体验管理与卓越厅堂服务

## 课程背景：

数字化浪潮下，很多网点存在以下问题：

- 不清楚如何提升网点数字化客户体验？
- 不清楚网点数字化客户体验应用案例？
- 不积善成德如何打造网点卓越厅堂服务？

## 课程特色：

- 有实战案例
- 有原创观点
- 有精彩解读

## 学员收获：

- 学习网点数字化客户体验管理提升方法。
- 学习网点数字化客户体验具体应用案例。
- 学习招商银行数字化客户体验成功案例。

**授课老师：** 坚鹏 中国银行业协会特聘讲师、银行数字化转型导师

**培训对象：** 需要学习数字化客户体验管理的职业人士。

**课程设置时间：** 6 小时

## 课程大纲：

### 一、客户体验解码

- 1、客户体验是什么
- 2、客户体验的层级
- 3、客户体验的战略管理
- 4、客户体验对银行的重要性
- 5、客户体验管理与客户关系管理

### 二、客户体验管理提升方法

- 1、银行客户体验管理的四大痛点
- 2、体验管理的投资回报：NPS 与银行业务增长
- 3、客户体验管理系统（CEM）解决的四类问题

- 4、客户体验管理的目标与基本架构
- 5、客户体验管理策略树
- 6、客户体验管理优化流程
- 7、客户体验监测指标体系模型与分类

### **三、客户体验管理案例研究**

- 1、客户旅程体验指标解构示例-财富管理
- 2、客户体验运营机制-专项整改示例
- 3、客户体验运营机制-旅程重塑示例
- 4、客户体验运营机制-靶向创新示例
- 5、某全国性股份制银行全旅程体验提升项目

### **四、招商银行客户体验管理案例研究**

- 1、招商银行数字化转型之知行果分析
- 2、招商银行重视两个体验——客户体验和员工体验
- 3、招商银行通过外部客户体验提升带动内部员工体验提升
- 4、招商银行推行“初心计划”提升客户体验
- 5、招商银行坚持以客户利益为中心

### **五、XX 客户体验管理系统功能介绍**

- 1、【设计-采集-分析-行动】，数据驱动的客户体验管理闭环运行框架
- 2、专业级问卷设计模块，覆盖各类调研所需
- 3、全渠道多触点投放，组合链路，高效采集
- 4、答卷奖励，有效提高回收率，促进二次消费及营销扩散
- 5、联系人管理：区分 BCE 三类联系人，智能沉淀，精准投放及分析
- 6、BI 仪表盘-动态视觉呈现，全局体验看板
- 7、行动落地：低分/危险词自动监测&分派处理，工单追踪，月报呈现
- 8、融入既有运营体系，让客户体验管理成为轻松、便捷的日常

### **六、客户体验管理发展趋势**

- 1、连接
- 2、实时
- 3、智能

## 七、数字化时代网点服务定位

- 1、数字化时代给网点带来的五大发展趋势
- 2、数字化时代给网点带来的新要求
- 3、明确网点服务三大定位
- 4、明确网点三大关系：服务与运营、服务与营销、运营与营销

## 八、网点服务常见问题分析

- 1、网点层面
- 2、分行层面
- 3、总行层面

## 九、招商银行打造卓越厅堂服务标杆研究

- 1、网点组织结构
- 2、网点营业厅岗位人员配置
- 3、零售客户分层服务体系
- 4、率先推出《小招服务宝典》
- 5、提高客户服务满意度的“点线面”方式
- 6、网点服务整合指引
- 7、提升客户体验
- 8、借力金融科技打造服务优势
- 9、招商银行标杆经验借鉴

## 十、打造卓越厅堂服务的三个层面的建议

- 1、网点层面的 21 条改进建议
- 2、分行层面的 13 条改进建议
- 3、总行层面的 5 条改进建议

## 十一、BLM 网点服务转型方法论介绍

- 1、BLM 模型整体介绍
- 2、王阳明心学知行合一理念解读：知—行—果—行—知
- 3、网点服务转型之知——差距与标杆分析、战略制定
- 4、网点服务转型之行——战略解码、战略执行
- 5、网点服务转型之果——结果分析与应用、迭代改进

## **十二、打造卓越厅堂服务带来的五大突破**

- 1、排队时间大幅减少
- 2、客户投诉大幅减少
- 3、运营价值大幅提升
- 4、服务价值大幅提升
- 5、网点价值大幅提升

## **十三、内容总结与行动计划**

- 1、内容总结
- 2、心得分享
- 3、问答与交流
- 4、行动计划

练习：根据工作中存在的问题和实际情况制定行动计划