

# 基于用户感知的服务管控与体验提升

## 课程背景：

随着行业技术的不断发展与创新应用，企业与用户的互动方式和沟通行为发生了很大变化，服务已经从传统的渠道越来越多的覆盖到全媒体渠道，面对服务渠道和服务方式的变化，我们该如何设计服务流程、优化服务体验、管控服务质量就成为了摆在管理人员面前一个重点问题。

- 如何基于良好的用户体验规划与设计服务流程？
- 如何与用户进行有效的互动？
- 如何才能带给用户最好的体验？
- 如何才能超出用户的期望？
- 各渠道服务质量如何管控？
- 如何优化服务体系，协调各渠道之间的关系

## 本课程亮点：

- 杨茂林老师在 2015 年-2022 年分别在北京、上海、广州、深圳、成都、香港、杭州举办过 20 多期与本课程相关内容的公开课和 100 多期内训课程，每一期课程后都基于客户及学员提出的新需求不断完善，尽量贴近当下客户中心服务管理的最新需求。
- 本课程的开发正式基于这样的机制迭代而来。
- **以往课程学员主要反馈：**课程实用性强、实战易用、互联网思维与运营相结合、体系化讲解用户感知管理、服务管控、服务体验提升的方法和措施，与实际工作息息相关。

## 课程收益：

培训完结后，学员能够掌握：

- 服务管控方法
- 服务体系的搭建
- 服务管控的关键与方法
- 用户体验的管理
- 渠道运营与管理实操

**课程对象：**客户服务部门管理人员、核心骨干员工

**课程时间：**2 天

## 课程大纲：

单元	大纲	内容	效益
单元一	服务管控新要求	1、服务的变化 2、互联网时代客户行为变化 3、用户感知管理的“新战场” 4、服务体验的新要求 -用户视角 -费力度 5、服务质量管控的新要求、新方法	1、让学员明确互联网时代服务管控的新要求 2、认知客服在企业提升用户感知中所承担的角色

<p>单元二</p>	<p>服务管理体系搭建</p>	<p>1、服务体系的四个层面 2、互联网时代服务体系的搭建 -服务渠道 -服务模式 -服务工具 3、用户分层 4、基于用户感知的服务设计</p>	<p>了解并掌握服务管理体系的设计与搭建</p>
<p>单元三</p>	<p>用户体验管理</p>	<p>1、一切以用户体验为中心 -客户痛点分析之 Kano 模型 -客户爆点梳理之九宫格 -客户之声 VOC 的管理 -大数据下的小数据应用 2、时间是互联网时代服务体验的关键点 3、服务体验的设计与管理 4、服务体验与大数据 -客服中心大数据 -全渠道数据贯通</p>	<p>了解并掌握互联网时代下用户体验的关键点</p>
<p>单元四</p>	<p>服务体验提升</p>	<p>1、用户体验时代的到来 (1) 马斯洛需求理论 (2) 产品时代 4P 理论 (3) 服务时代 4C 理论 (4) 用户体验时代 4S 理论 2、一切以用户体验为中心的流程设计 (1) 紧抓用户需求的痛点思维 (2) 以用户为中心的用户思维 (3) 寻找用户兴奋点的爆点思维 3、基于用户感知的服务体验 (1) 快：如何提升服务速度 (2) 简单：以用户的角度处理问题 (3) 答案一致：知识的统一管理 (4) 服务态度：员工管理 (5) 有趣：新渠道的新服务方式 案例：小米、京东如何提升服务速度 案例：联想如何打造有趣的服务体验 案例：广发银行的服务体验 案例：惠氏良好服务态度带来满意度与服务营销业绩提升 4、服务体验步骤与方法 (1) 体验方法 (2) 客户体验计划七步骤</p>	<p>用户体验管理与提升方法</p>
<p>单元五</p>	<p>质量管理与运营的变化</p>	<p>1、运营变革的基础 -“人”的变革 -“系统”的变革 -“阵地”的变革 2、运营管理的变化 -管理复杂程度 -服务质量评估 -渠道融合 -人才缺乏</p>	<p>质量管理及运营的变化与具体做法</p>

---

---