

《全渠道服务运营管理》

课程背景：

随着互联网不断发展，企业与客户的互动方式和沟通行为发生了很大变化，用户与企业之间的沟通渠道越发呈现出多元化的趋势。用户寻求服务的方式正逐步从传统线下渠道转向线上渠道，而人工智能的出现，也让智能服务进入了客服领域。

但是，该如何做好全渠道服务设计与运营，成为了当下各大企业客户中心管理人员关注的重点，也存在很多的困惑，具体包括：

- 什么是全渠道？
- 如何选择服务渠道？
- 全渠道服务体系该如何设计？
- 全渠道服务的标准该如何设计？
- 如何通过全渠道服务，提升用户体验？
- 全渠道用户体验管理的关键点是什么？
- 如何利用大数据，有效的提高智能化服务水平；
- 如何在经营成本日益高涨的环境下，达成最佳的成本和用户体验平衡；

本课程亮点：

- 杨茂林老师在 2015 年-2020 年分别在北京、上海、广州、深圳、成都举办过 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、体系化讲解全渠道服务的关键环节、与实际工作息息相关。

课程收益：

培训完结后，学员能够掌握：

- 全渠道服务体系的搭建
- 渠道的选择与设计
- 全渠道服务标准的建立
- 全渠道用户体验的管理
- 全渠道运营与管理实操

课程大纲：

第一部分：全渠道服务体系

单元	大纲	内容	效益
单元一	全渠道服务体系搭建	1、服务体系的 4 个维度 2、全渠道服务体系的搭建 -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 5、如何打通全渠道	了解并掌握服务体系的搭建
单元二	全渠道服务标准的建立	1、服务标准与各渠道的关系 2、服务标准 -线下渠道 -线上渠道	掌握不同渠道的服务标准

		-智能渠道	
--	--	-------	--

第二部分：渠道设计

单元	大纲	内容	效益
单元一	线下渠道	1、线下渠道的不可替代性 2、线下渠道与线上渠道的如何互补 -线下渠道的优势和劣势 -线上渠道的优势和劣势 -线上线下如何互补 3、线下渠道运营的关键点 -绩效考核体系 -绩效考核指标	明确各线下服务渠道的重要性与运营重点
单元二	线上渠道	1、当服务遇到互联网 -互联网时代客户行为变化 -互联网发展对服务方式的挑战 -为什么用户选择线上渠道 2、线上渠道与服务分流 -PC端 -移动端 -智能端 3、线上渠道运营的关键点	掌握线上服务渠道的运营方法
单元三	智能服务渠道	1、客服行业发展趋势与面临的挑战 2、人工智能进入客服行业 3、智能服务的角色定位决定运营 4、智能服务体系的搭建与设计 5、智能服务运营管理 6、数据分析与评价体系	掌握智能服务渠道的定位于搭建方法

第三部分：全渠道运营与管理

单元	大纲	内容	效益
单元一	全渠道用户体验关键点	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、全渠道用户体验关键点 -线上渠道体验关键点 -线下渠道体验关键点 -智能渠道体验关键点	了解全渠道用户体验的关键点
单元二	全渠道用户体验具体做法	1、用户对服务体验的新要求 -简单、极致、速度、安全、专属、社交 -全渠道思考与建议 2、服务体验的设计与管理 3、决定用户满意的三要素 4、好、多、快、省、轻 5、服务体验与大数据 6、服务体验与小数据	通过本单元的学员，掌握如何进行全渠道服务体验管理
单元三	运营的变化	1、运营变革的基础 -“人”的变革 -“系统”的变革	全渠道运营的变化与具体方法

		<ul style="list-style-type: none">- “阵地”的变革 <p>2、运营管理的变化</p> <ul style="list-style-type: none">- 管理复杂程度- 服务质量评估- 渠道融合- 人才缺乏	
--	--	--	--