**《客户体验》课程培训班**

**学习费用：2980元 学习地点：上海 学制：1天**

常年开班，获取最新开班时间或内训报价，咨询：400-061-6586

**课程目标：**

1. 系统了解客户体验的理念和方法
2. 了解企业为了开发潜在客户、深化现有客户关系、保留老客户，应该建立怎样的客户体验主题、品牌体验以及员工胜任模型
3. 在企业里实施客户体验，应该重点关注那些环节
4. 了解CEM应用系统的设计思路

**参训对象：**

总经理、市场总监、销售总监、客服总监、CRM主管等中高层领导

**课时：**6 课时

**课程大纲**

第一篇 客户体验 原理篇

第一单元 什么是客户体验

1. 客户体验的目的和基本思想
2. 客户体验（CEM）和客户关系管理(CRM)的关系
3. 客户体验可以改变企业

第二单元 客户体验的框架

1. 对于客户体验的再认识
2. 客户体验的层次概念模型
3. 客户体验管理及其框架的构建

第三单元 客户体验的主题

1. 客户体验主题识别的原则
2. 如何提高客户体验的主题（十种客户体验主题）

第四单元 客户体验驱动的品牌设计

1. 什么是品牌体验？
2. 品牌体验的行成过程及其价值分析
3. 品牌传播与品牌体验的关联？

第五单元 客户体验驱动的员工胜任特征模型

1. 什么是员工胜任特征模型？
2. 如何构建员工胜任特征模型？
3. 如何应用员工胜任特征模型？

第六单元 客户体验的信息化

第二篇 客户体验 案例篇

第一单元 北京移动

关注民生，关注客户感知的客户体验

第二单元 太平人寿

即时满足、充分满足，全国通服务

**课程结束**

**-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------**

**《O2O客户体验》报名回执表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 公司名称 |  | | | | | | | |
| 联系人 |  | 职务 |  | 联系电话 | |  | | |
| 公司地址 |  | | | | | | 邮编 |  |
| E-mail |  | | 传真 | |  | | 参加人数 |  |
| 报名人姓名 | 性别 | 职务 | 办公电话 | | 手机 | | E-mail | |
|  |  |  |  | |  | |  | |
|  |  |  |  | |  | |  | |