

《全媒体客户中心管理》

图书基本信息

书名：《全媒体客户中心管理》

13位ISBN编号：9787546417031

出版时间：2016-8

作者：张艳

页数：263

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《全媒体客户中心管理》

作者简介

张艳（EchoZhang）：吉林大学管理硕士，先后就职于携程旅行网、中青旅、中移动12580、红孩子、苏宁云商等企业，现任蜜芽网服务副总裁。

具有20年客服中心管理经验。专注于企业自建呼叫中心的运营管理；参与并主导多家呼叫中心从无到有、迅速扩张的建设和管理。成功推动呼叫中心从分布到集中、从服务到营销、从单渠道到全媒体的转型。通过不断创新服务模式及管理手段、实现呼叫中心从成本中心向价值中心转型，将客服中心转变为企业差异化竞争的优势。2010年开始致力于电商平台客户服务体验设计及服务管理策略的研究、2011年开始尝试会员精准营销及全媒体互动营销、2014年创建母婴行业私人定制服务模式。

书籍目录

前言

“互联网+”时代背景下的客户互动管理

整合电子商务信息流

服务营销一体化

自助化与轻服务趋势

服务产品化与定制服务趋势

O2O服务模式打造 - 传统企业人力升级打造全民服务

远程服务与众包服务趋势打造轻平台业务模式

第一章 全媒体客户中心的优势与定位

第一节 全媒体客户中心优势与价值

第二节 全媒体客户中心定位

第三节 各渠道互动特点与差异

第二章 全媒体客户中心的建设与升级

第一节 传统呼叫中心如何转型

第二节 全媒体互动中心接入模块设计

第三节 全媒体可视化导航与路由策略设计

第四节 全媒体客户中心服务金字塔构建

第三章 全媒体客户中心的管理体系变革

第一节 服务管理体系的搭建

附录工具：案例跟踪表

第二节 服务界面与服务形象设计

第三节 语言风格设计-让你的团队和客户玩儿起来

附录工具《在线服务场景应答指导方式》

第四章 全媒体客户中心的组织变革与团队管理

第一节 全媒体客户中心组织结构与内部职能划分

第二节 全媒体客户中心人才能力匹配与塑造

第三节 全媒体客户中心培训体系搭建与培训实施

第四节 薪酬激励与绩效管理体的创新

第五章 全媒体客户中心的数字化管理

第一节 信息数字化管理 - 会员标签管理

第二节 运营数字化管理 - 全媒体客户中心指标设定与行业参考值

第三节 KPI指标影响因素分析与提升方法

附录：平台电商数据分析一览 - 量子恒道数据分析体系

第六章 全媒体客户中心的业务量预测与现场管理

第一节 全媒体客户中心业务量预测

第二节 全媒体客户中心排班

第三节 现场管理与远程服务管理

第四节 防患于未然的预警机制与力挽狂澜的危机化解应急预案管理

附录1：《全媒体客户中心预警工具表》

第七章 全媒体客户中心知识管理与自助服务能力推动

第一节 全媒体客户中心知识管理

第二节 智能化知识系统的构建与改造

第三节 智能机器人的应用

第四节 自助服务能力管理与提升

第八章 全媒体客户中心的品质管理与提升

第一节 全面质量管理认知

第二节 全媒体客户中心服务品质监控与提升思路

《全媒体客户中心管理》

第三节 智能质检设计与应用

第四节 “众筹”质检机制的建立

第五节 **惯培养与职场精英塑造

附录一：客户中心CSR与TSR好**惯培养《好**惯是让成功持续的关键》

附录二：Teamleadr每日工作辅导表

第九章 全媒体客户中心的客户体验管理

第一节 重新认识客户体验

第二节 客户体验的评估与提升方法

第三节 全媒体客户中心客户体验管理触点

附录1：客户体验触点设计工具

第四节 众目睽睽之下的服务应对 - 网络咨询与评价处理

第五节 舆情评价监控与处理

第十章 社会化媒体在全媒体客户中心的应用

第一节 微信公众号的建立与运营管理

第二节 粉丝经营与朋友圈经济在客户中心的应用

附录：粉丝经营接触场景及接触点

第三节 社群经营在客户中心的应用

第四节 微课堂在知识分享中赢得客户

附录一：全媒体客户中心关键指标参考

《全媒体客户中心管理》

精彩短评

1、基于作者多年呼叫中心管理经验写就的一本书，有较新的案例有实战经验，又有理论支撑，对于呼叫中心行业了解大有裨益

《全媒体客户中心管理》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com