

17382_「服務業全通路轉型之策略思維」系列課程 - 第三集 課程摘要

本摘要由 Gemini AI 協助生成，僅供參考

1. 適合對象與能力門檻

- 適合族群：
 - 上班族與企業主（一代/二代）：希望建立個人或企業人脈價值、提升顧客深化經營能力的管理者。
 - 行銷與業務銷售人員：需要學習客戶分級分群、解析跨世代需求（如 XYZ 與 Z 世代）並掌握精準溝通技巧的專業人員。
 - 團隊 **Leader** 與中高階主管：欲增進團隊共好、同心領導與跨世代職場溝通力的領導者。
- 能力門檻：入門。課程從基本觀念、圖卡工具（如職涯成長學習輪）及實務案例切入，無需複雜的前置專業背景即可學習。

2. 課程核心大綱與架構圖

- 章節架構：
 - 章節一：累積人網價值與顧客關係管理（**CRM**） — 介紹三網合一（天網、地網、人網）、科特勒 STP 行銷、XYZ/Z 跨世代客戶特質、三宅一生/宅經濟趨勢，以及 CRM、KYC 與 RFM 資料庫模型。
 - 章節二：分級分群與會員體驗經濟 — 拆解客戶分級（一對一/80-20 法則）與分群（一對多）、養成消費習慣工具（九格集點卡），以及會員經濟（如 Amazon）、點數經濟與體驗經濟實務。
 - 章節三：團隊共好的領導溝通力 — 透過團隊共好輪、同心領導輪 與有效溝通輪，解讀彼得·杜拉克「聽出未說出口的話（肢體/同理）」、同理心語言練習與「人生八有」心法。

3. 必備前置知識清單

- 基礎商業與顧客服務概念：對基本的銷售、服務與顧客互動流程有初步認知。

- **無須特定工具軟體**：課程著重於溝通心法、團隊領導與客戶管理思維，無需特定軟體技能。

4. 專有名詞與概念辭典

- **三網合一（天網、地網、人網）**：天網為線上平台，地網為線下門市/場域，人網為核心的「顧客關係管理」與人脈價值。
- **KYC（Know Your Customer）**：深入認識與瞭解顧客，掌握顧客背後深層的真实需求與動態（Insight）。
- **RFM 模型**：衡量顧客資料庫的三大神奇指標，包含 Recency（最近一次消費）、Frequency（消費頻率）與 Monetary（消費金額）。
- **三宅一生**：後疫情時代的宅經濟型態，指「宅在家、宅在辦公室、宅在網」的一日生活配備。
- **人生八有**：職場與經營顧客的八大修養（有品、有格、有料、有容、有用、有趣、有心、有情）。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：顧客關係管理（CRM）專員、團隊領導與溝通管理師
- **主要工作任務/能力指標**：
 - **顧客分級分群與經營能力**：能運用 RFM 與 KYC 模型精準進行市場區隔、設計會員/點數體驗經濟與培養顧客消費習慣。
 - **團隊領導與跨世代溝通能力**：能運用同心領導輪與同理心傾聽技巧，凝聚團隊共識並解決跨世代職場衝突。