



# 2017 CRE & CSQS國際領袖高峰會香港國際創新博覽會



## 2017 Int'l CRE & CSQS Leadership Summit & Hong Kong Int'l CRE Innovation Expo



第一日國際領袖高峰會演講嘉賓及市場領袖合照。



第二日國際領袖高峰會演講嘉賓及市場領袖合照。

# CEO論壇：亞洲服務文化和顧客體驗創新 CRE領導力和CSR敬業度基準最佳實踐

## CEO Forum: Asian Service Culture and Customer Experience Innovation CRE Leadership and CSR Engagement Best Practices

2017年6月15日及16日，亞太顧客服務協會APCSC每年一度的盛會——「卓越顧客關係 (CRE) 與優質顧客服務標準 (CSQS) 國際領袖高峰會」(峰會)在香港如期舉行。本次峰會切合時代熱點，以「大數據創新顧客體驗，挖掘未來顧客關係忠誠度指數」為主題，內容涵蓋在全媒體時代發展未來的競爭力、亞洲服務文化和顧客體驗創新、大數據和社交媒體策略的持續發展、透過互聯網+和創新提高顧客忠誠度、CRE領導力和CSR敬業度基準最佳實踐以及有效服務提供和公眾服務創新方案等多個方面。峰會上還舉行了兩場CXO論壇及兩場CEO午餐論壇。

本次峰會吸引了眾多資深企業領袖和業內精英參與，群星璀璨。他們來自世界各地，從事不同行業，具有先進的知識理念和深厚的實踐經驗，為大家帶來了對卓越顧客關係服務的研究報告、實踐心得及最佳範例。他們的分享使得整個峰會精彩紛呈，高潮迭起。

### 大數據創新顧客體驗 挖掘未來顧客關係忠誠度指數

當今時代，數據已經滲透到現今每一個行業和業務職能領域，成為重要的生產因素。人們對於海量數據的挖掘和運用，預示着新一波生產率增長和消費者盈餘浪潮的到來。

亞太顧客服務協會主席朱剛岑先生(圖1)在主題演講中舉例分析了大數據在世界多個行業中的應用狀況以及當前存在的一些問題，指出必須加強數據應用來改善顧客在服務中的全程體驗，以進一步培養顧客的忠誠度。他還介紹了協會和香港科技大學合作開展的關於顧客滿意和忠誠指數的研究項目，希望未來能夠以忠誠指數來進一步推動香港這個國際化大都市的服務質素。



### 深入探討亞洲服務文化 需重視顧客全程體驗

來自澳洲的Telstra國際公司認為服務在如今社會已經成為一個關鍵的區分指標，因此提供一套標準一致的完善服務能夠使企業贏得顧客，並保持市場佔有率。為此該公司建立了一個強大的服務文化體系，保證員工理念相通，凡事把顧客放在中心。

在報告中，Telstra首席顧客服務官Michelle女士(圖2)全面回顧Telstra建立顧客服務文化的歷程，指出當前在亞太區不同文化和發展中的商業問題，所以必須要重視顧客在服務中的全程體驗。同時，她還分享Telstra服務文化體系是如何持續，並促使其成為業界標杆。



### 積極承擔企業社會責任 完美打造品牌深人民心

遠道而來的柬埔寨宏利保險是今年參賽企業中的一顆新星。柬埔寨宏利保險在亞洲最近幾年新進入的市場，於2012年6月28日開始運作。作為當地第一間全外資人壽保險公司，提供社會迫切需要的保障和財務前景。其行政總裁及總經理Robert Elliott先生在演講中分享了在發展中國家如何成功跨文化的履行企業社會責任，同時帶動顧客參與。通過企業社會責任和贊助活動捐贈幫助當地社區的發展，扶持社區發展，包括捐助兒童醫院、捐贈頭盔和自行車給弱勢群體和公立學校，贊助Angkor Wat國際半程馬拉松等公益項目。(圖3)



### 以患者為中心式服務 致力改善顧客生活質素

尚健維佳總經理Bertrand Gonet先生(圖4)在演講中以睡眠呼吸暫停患者為例，分享了如何以患者客戶為中心為他們提供長期優質服務體驗和線上服務創新，並取得業績。

尚健維佳今年獲得亞太顧客服務協會頒發「優質顧客服務中心認證」、「優質顧客服務國際標準二級認證」和「國際傑出顧客關係服務最佳實踐獎(醫療保健)」Gonet認為這些獎項肯定了他們以客為中心的服務承諾，和見證他們同事為此作出的努力，以達至提升顧客「優質生活」的最終目標。



# CRE國際領袖峰會：互聯網+ 社交媒體大數據 創新服務發展策略

## CRE Leadership Summit: Internet+ Social Big Data Innovate Service Strategy

### 高度重視顧客體驗文化 為企業品牌建設華麗轉身

AXA 香港認為顧客體驗具有重要的戰略意義。企業的品牌價值中應當包含美好和值得回味的顧客體驗。前線和後方的工作人員必須無縫銜接、密切配合，以保證給顧客提供難忘的服務體驗。顧客體驗主管Sudesh Thevasenabath先生(圖5)深入探討成功品牌的顧客服務和顧客體驗，並針對有效授權給前線員工，進行詳細的對比分析，讓大家深入理解兩者的關鍵差異。從內部實現以顧客為導向的文化，使顧客從他們的服務體驗中感知到企業以顧客為中心的文化。



### 互聯網時代借勢而行 零損耗轉化精準用戶

在互聯網時代，競爭環境瞬息萬變，資訊日漸扁平透明，媒介效能逐步遞減，企業越來越認知到顧客體驗在企業生命週期和產品生命週期中起到的決定性作用。對於企業和品牌的擁有者和創造者來說，充滿機會，也更具挑戰。如何應對互聯網衝擊借勢而行？如何減少投入轉化更多精準用戶？如何創造品牌在消費者心目中的心智模式？



### 公共服務行業創新服務體驗 主動承擔企業社會責任

香港電燈於1890年開始運作，是世界上建立歷史最悠久的公用事業公司之一，為香港島和南丫島超過575000個商業和居民用戶提供電力服務。該公司一直重視顧客服務素質，已經連續9年參加CRE-Award評獎。高級經理(客戶供電服務)陳順同先生(圖12)在演講中介紹了近年來的服務創新舉措，包括改進櫃檯服務照顧到特殊群體的需求、在線支付方面推陳出新，採取QR Code等多種措施方便用戶繳費。同時，為了支持環保，該公司還致力於推廣電力能源減少環境污染。正由於這一系列的出色表現得到公眾的認可，香港電燈今年再次蟬聯最佳公共服務(公用事業)獎項。



### 保障未來 全媒體顧客服務時代的生物識別科技

數字化時代，網絡世界容易受到攻擊，相關領域的詐騙風險也是成倍加大。通過先進的生物識別驗證解決方案保障公司安全，生物識別科技的平臺迅速地成長，被眾多銀行廣泛採用。Nuance Communications北亞區域的首席顧問Sasha Agafonoff先生(圖6)分享顧客使用後如何減少員工處理時間並顯著減少詐騙的發生。使用生物識別而免去密碼，改善顧客體驗，提供簡易驗證身份機制，並可選擇渠道和情境；保障未來的安全；通過聲紋識別來偵查和防止數字化時代的欺詐風險等最佳實踐。



### 用真誠打造品牌 以客為尊迎接各種挑戰

隨著「互聯網+」概念在服務行業的應用，眾多企業都不遺餘力地打造具有自身品牌特色的「互聯網+服務」，刷新顧客的服務體驗。海爾2016年1月16日青島海爾提出以54億美元現金收購通用(GE)電氣的家電業務相關資產，成為全球家電行業第一。縱觀其企業文化，從最初的「真誠到永遠」到今天的「人單合一」都是圍繞用戶需求而來。海爾海外電器產業有限公司海外服務總監王若生(圖10)在峰會上分享了海爾全新的互聯網+和社會化知識管理模式，以滿足使用者的體驗需求、展示客服的情感溫度為基礎，從而積極重塑顧客的服務體驗。正是以顧客為中心的這種理念帶領海爾在顧客服務的道路上不斷創新。



### 細分市場創新服務 以極致體驗提升顧客忠誠度

來自臺灣的遠傳電信股份有限公司高度重視顧客體驗。該公司個人用戶業務暨行銷事業群通路管理暨產品處副總經理袁與(圖13)在演講中分享了如何創新服務，給顧客帶來精緻的體驗。他們重視顧客群體的細分，設計很多具有特色的體驗店，風格各異，比如女性風、科技未來風、潮店、火車站附近7-11營業店等，並推出一系列服務創新舉措，比如：給手機做清潔消毒SPA，給顧客提供高檔飲用水等。他們的渠道管理也做得非常到位，Call Center、門店等各個渠道資訊打通，不會出現服務節節。同時他們非常重視人員培訓，對企業員工持續培訓，從這些方面都可以看出該企業在顧客體驗方面的追求。



### 大數據創新服務舉措 企業積極應對時代新興潮流

現在我們生活於充滿數據的世界，大數據已是不可逆轉的趨勢，亦是推動企業作出決策的重要元素。雖然大數據能提供取得競爭優勢的答案，但同時亦有潛在風險。最近有調查更顯示，不少公司在實行大數據的措施時更是挑戰重重。銀聯集團首席資訊科技總監盧志鵬先生(圖7)分享當中的挑戰，以及金融服務行業利用大數據的最佳實踐，並和大家介紹了大數據的「IMPACT」應用策略：identify 問題、master資料、provide意義、act on發現、communicate見解、track 結果、建議和心得。



### 探索以用戶為中心的體驗模式 積極打造個性化特色服務

以使用者體驗為中心，是聯想服務在體驗經濟新時代下的服務理念。為此，聯想服務在各方面服務能力上做出了很多探索，其中很重要的思路是從「以設備為中心」向「以使用者為中心」的轉變。「小新」是一款定位年輕人的互聯網筆記本產品。聯想服務消費和中小企業在線服務高級經理賀靜女士(圖11)圍繞小新特色服務的設計背景、理念思路和體驗差異進行深入的案例分享。小新特色服務圍繞產品使用者特性，深挖用戶需求和場景，在交付體驗、流程設計等方面進行了特色化升級，進而收到用戶的高度好評。



### 服務品質創造產品差異 企業持續提升市場行業地位

如今製造業的產品質量差異已經越來越小，在日本競爭比較激烈的市場，服務品質變得比以前更為重要。國際傑出顧客關係服務獎評審委員、日本HDI公司行政總裁山下辰巳先生(圖14)在演講中指出，管理層需要理解自家顧客中心和競爭對手相比的服務水準如何，以及他們在行業中的地位，而基準能夠幫助企業管理層和顧客中心持續不斷地進行提高市場行業地位。



# 創新博覽會創新顧客體驗實驗室商業戰略全渠道顧客個性化服務

## Innovation Expo Customer Experience Lab Business Strategy & Omni-Channel Personalized Service

一年一度的香港國際卓越顧客關係服務及創新博覽會今年的主題為：數碼、社交、移動、大數據、雲端，以及CRM、客戶聯絡中心、BPO、電子商務和保安。主辦單位香港及亞太顧客服務協會(HKCSA & APCSC)向表現優秀的創新企業隆重頒發「香港國際卓越顧客關係服務及創新博覽會創新獎」(博覽會創新獎)。

自2012年，香港國際博覽會創新獎的目的是為表揚在以為本的自由經濟中，尋找改善商業及顧客關係的創新方案、產品和服務。以成功的商業方案幫助其顧客，並進一步強化國際企業品牌，並為亞太區建立可持續的商業發展策略。APCSC主席朱剛岑先生聲明：「顧客體驗、參與、便捷、個性化已成為忠誠度的關鍵驅動因素。企業需要創新及擁抱有創意的方案，以提升整體顧客體驗和忠誠度。進一步整合雲端計算和大數據，企業可以為顧客提供個性化的產品和服務，提高顧客的滿意度及有效參與。」今年獲獎企業及

獎項：北京互聯信信息技術有限公司榮獲CRE創新顧客體驗實驗室外包服務  
專注外包客服解決方案 提供個性化服務解決方案  
作為顧客服務管理方面的全球領導者，Teleperformance已經持續40年為世界各地的顧客提供專業的外包客服解決方案。2017年，Teleperformance China互聯信進入中國市場也已經有10周年了，該公司不斷完善，提供包含語音、郵件、聊天、視頻、機器人應答與聊天、社交媒體等等的全渠道客戶

服務。該公司的CX-lab(客戶服務體驗研發中心)每年通過大量的研究與調研來瞭解各行各業用戶使用習慣，為顧客提供個性化的客戶服務解決方案。其行政總裁衛振雄先生表示：「我們很榮幸能夠獲得博覽會創新獎的『CRE創新顧客體驗實驗室外包服務獎』！在提供專業顧客服務的領域，我們一直在力求運用創新，做到更好。同時，我們也相信互聯信未來會秉承其一貫的宗旨，為更多的顧客提供更高水準、更優質的顧客服務。」



北京互聯信信息科技運營總監劉妮妮接受博覽會創新獎—CRE創新顧客體驗實驗室外包服務獎。



第一日CEO午餐論壇演講嘉賓(由左至右)：安盛香港顧客體驗總監Sudesh Thevasenabath、APCSC主席朱剛岑、Telstra International首席顧客服務官Michelle Shiers、北京互聯信信息科技總經理衛振雄、Nuance Communications首席顧問Sasha Agafonoff、CEO Luncheon Forum-Day 1 (Left to Right): Sudesh Thevasenabath, AXA Hong Kong, Jason Chu, Michelle Shiers, Telstra International Ltd, Veronique Liu, Teleperformance China, Sasha Agafonoff, Nuance Communications

