

移动创新：客户期望悄然变化

仅仅提供客户服务已不能再满足客户要求。良好的客户体验已成为新的目标。

在如今互联无处不在的移动环境中，管理客户的端到端体验至关重要。2013年9月，《哈佛商业评论》(*Harvard Business Review*) 中一篇题为“客户体验的真相”(The Truth About Customer Experience) 的文章指出，打造完美的单一接触点（如客户服务）不再像过去那样可以显著推动商业价值。现在，客户体验已成为衡量满意度和帮助提高收入的新途径。客户体验是指“通过多个接触点和多种渠道长时间积累的体验”。

这股客户体验浪潮目前正在兴起，并快速席卷各行各业。互联网销售团队开始走出去，以全新的个性化方式敲开潜在客户的大门。客户服务代表仰赖移动解决方案获取新信息，并通过电话、短信、电邮和视频会议，实时解答客户的问题。利用新的移动解决方案，医疗专家能在恰当的时间，获得恰当的信息。这样一来，从住院处到手术室的工作效率都可以得到提升。

很明显，互联可前所未有地将人员、流程、数据和事物联系在一起，对业务转型产生极大的影响。

下一波移动潮流

很多企业都已通过无线网络（Wi-Fi 和蜂窝网）实现了员工和设备的互联。现在，到访客户也越来越希望能享受安全连接，比如浏览 LinkedIn 新闻、查看电邮、上网查找信息，或使用某种应用。这为企业带来的益处是，他们现在能够利用消费者的无线连接作为渠道，来了解消费者的具体位置和行为，并可以通过有效方式来使用这些信息。

下一波移动潮流将不仅仅是提供互联网连接这么简单，它需要组织能够利用智能基础设施来创造无处不在的个性化体验。通过基于位置的服务，企业将在以下方面获得无限的潜力：拉近客户关系、促进客户接洽、建立品牌忠诚度，并在安全的管理型环境中创造新收入流。组织可以获得的优势有：

- **提供基于情景和位置的内容** - 企业可对连接到其无线网络的客户使用“地理围栏”应用。这些应用可以跟踪客户位置变动，并在客户进入特定位置或区域时，向客户发送内容和产品信息。例如，零售商可以识别位于某个特定部门或某个显示屏附近的客户，并通过 Web 浏览器、应用，甚至短信，向其发送产品宣传信息。这些定制信息可以储存起来，以便用于未来的宣传活动，或在客户再次来店时使用。
- **获得基于 Wi-Fi 的高级位置分析数据** - 将基于位置的原始数据转换为强大的分析数据，从而在客户进入特定建筑或 Wi-Fi 功能范围时，更好地估计客户的移动模式。例如，若机场需要区分抵港和离港旅客，可通过了解航站楼空侧与陆侧之间的移动规则，来推断出这一信息。通过分配更多这样的逻辑标签，即可用一种安全的受控方式，来监控旅客常走的路线，甚至根据航班延误和取消情况，来预测旅客的移动行为，从而提高效率并避免堵塞。

以成功为目标

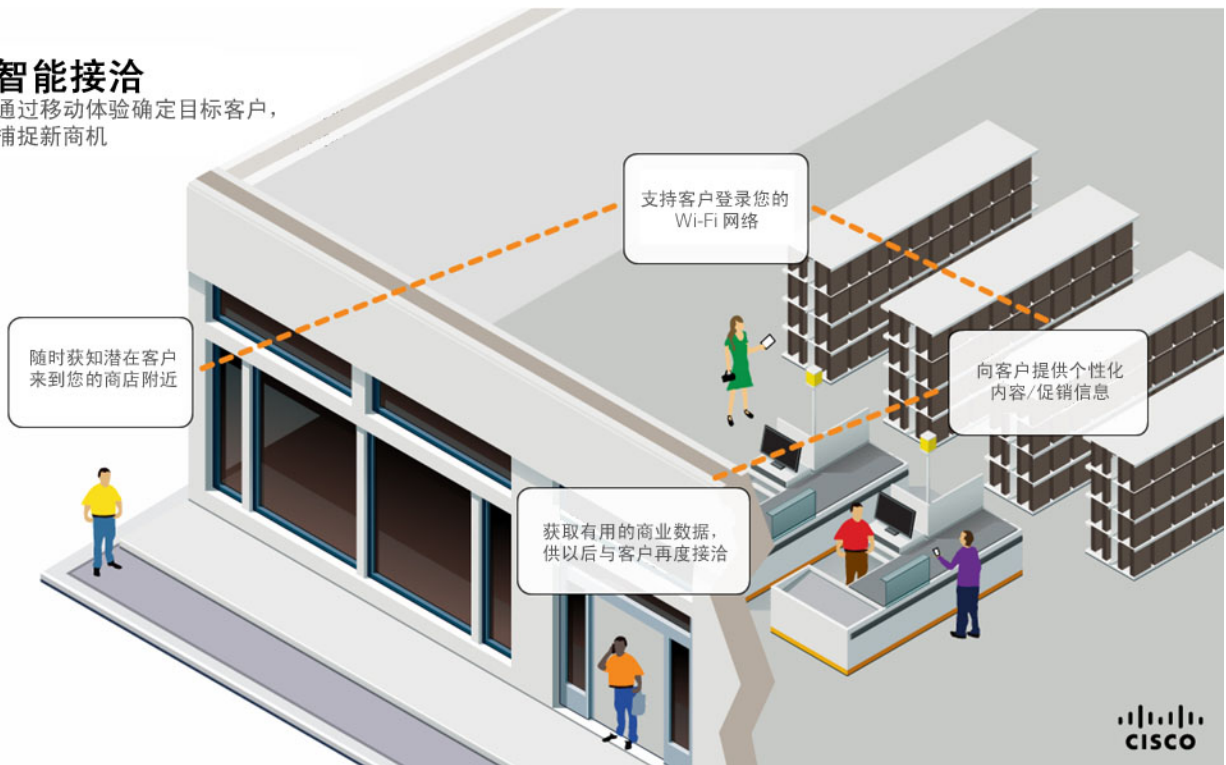
为客户提供 Wi-Fi 是一种推广组织品牌的途径，因此打造完美的体验至关重要。面向客户的移动解决方案应考虑以下几点：

- 一个接入点可能会有多个客户（特别是在旺季），因此务必要重视容量和性能。
- 随着客户在会场中到处走动，移动要求会越来越高，因此移动解决方案应采用更高密度的接入点，并且支持快速漫游（可在接入点之间透明地过渡）。
- 移动解决方案应能尽快发现和解决射频干扰等问题。
- 移动体验应具有吸引力，因此应针对视频、富媒体和互动性进行优化。

- 通过实时忠诚度计划吸引客户** - 利用从网络世界获得的反映客户偏好和趋向的精细分析，缩短网络生活与现实生活之间的差距。比如，如果客人在住宿期间使用酒店的应用，酒店可以根据客人的个人资料和历史记录为他们提供特价或优惠。您所能做的远不止这些。您可以将客人的喜好（从客人偏好的房间温度到最喜爱的客房餐点）记录下来，以便在其下次光顾时，为其提供更好的服务。
- 增强会场体验** - 无线基础设施可以增强客户或最终用户的亲身体验。例如，“路线搜寻”应用提供的互动地图能帮客户和游客更快找到目标，并获得更多与特定位置相关的信息和服务。博物馆可以在游客的智能手机上提供展品互动地图，并在游客走到特定展品位置时，为他们提供展品的相关信息和多媒体资料。另外，焦点感知移动性（结合了传统的 GPS 位置感知功能和移动用户手机所指位置的数据）可以为多个用户提供基于位置的会场内分享功能，它也将影响新一轮用户体验革命。在音乐会或体育比赛场馆中，来宾可以在观看盛事的同时，彼此进行社交分享。而对企业而言，则可以实时统计观众的反应和行为。

智能接洽

通过移动体验确定目标客户，
捕捉新商机



如表 1 所述，这些新兴的移动功能可用于各行各业，满足侦测、连接和吸引客户的需要。

表 1. 移动性在不同行业中的应用

行业	侦测	连接	吸引
零售	了解店内不同时间的客人数量；协助进行员工规划和排程，以确保不会浪费宝贵的资源。	鼓励购物者使用店内门户登录 Wi-Fi 网络，帮助他们更好地了解每层楼所售的商品。	根据用户位置向其设备提供特定内容，从而大大提升访问体验，或为用户提供有针对性的促销信息。
运输业	优化地铁、机场、铁路或公交网络客流，疏导交通瓶颈地段的乘客。	旅客可以通过登录 Facebook 和接收 Wi-Fi 连接，实时查看运力调度情况。	旅途中导航信息会在旅客转入新的交通链时向旅客发送通知，或在旅客转机时向他们告知航站楼中的行动路线。
教育	<ul style="list-style-type: none"> 发现学生聚集和人群拥挤的地方。 当可能出现过度拥挤时，基于位置的服务会发出警报。 	学生能在校园中的任何地方加入 Wi-Fi 网络，查看学校地图和其他重要信息。	通过基于位置的信息和情报提供个性化校园导览，为学生和游客提供诸如主要设施、秘闻轶事等信息。
酒店业	了解人们集中活动和集中消费的地点（例如餐馆、酒吧等）。	客人可以利用会场中的门户连接 Wi-Fi 网络，查看附近餐馆、班车时刻表、商场等信息。	通过移动设备为客人提供有针对性的信息或促销信息，例如会议日程安排。
城市规划	优化本地服务，并就交通堵塞或交通事故向当局发出警报。	市民能通过社交渠道登录当地 Wi-Fi 网络，从而更好地了解其所在地区的设施和服务。	基于位置的服务为社区成员提供设施和其他地点的实时街道导航。

实现互联移动体验的智能方法

组织要努力满足新的客户体验要求，与此同时，移动设备的数量正在逼近全球人口数。在这种背景下，企业必须通过有线、Wi-Fi 和蜂窝网提供[智能体验](#)，同时保证网络性能不打折扣。要实现这一目的，可以利用[互联移动体验 \(CMX\)](#) 和[小型蜂窝](#)打造一个能以安全高效的方式接触客户的架构。这两项解决方案无论搭配使用还是单独使用，都可以提供最符合业务需求的定制解决方案。

MGM Resorts 便是利用这种全面的方法，为每一位客人提供更加身临其境的个人体验。MGM Resorts Bellagio 应用以 Cisco® Wi-Fi 网络和 CMX 解决方案为依托，它不仅帮助客人搜索酒店的设施和服务（餐饮、购物和娱乐），而且利用基于位置的服务提供前往酒店内设施的路线导航。

另外，为了提高客人满意度、满足会议中心客户需求，并创造新的创收机会，思科还与 MGM Resorts 的服务提供商 Mobilitie 和另一家应用合作伙伴协力，将移动应用、情景感知服务和无线连接体验融合在一起。

企业如需着手应对移动功能的未来，这套工具和服务组合必不可少。思科移动互联网技术事业部首席技术官 Paul Mankiewich（也是小型蜂窝技术的[大思想家](#)）表示：“用户体验必须是无缝的，让用户感觉不到自己使用的是 Wi-Fi、获许可的小型蜂窝、宏蜂窝，乃至某些未来的蓝牙连接。”像[思科互联移动体验 \(CMX\)](#) 这样的自定义网络解决方案可以提供最佳用户体验。

移动功能的未来

随着移动功能的快速扩展，今天的移动方法比过去更加全面。组织必须想方设法为客户提供更多服务，以便充分利用移动功能的巨大进步。这可以通过能够开拓新业务模式并创造更佳体验的高性能、高智能解决方案来实现。

未来的移动功能绝不会仅限于手机和平板电脑。任何能移动的物体都能成为连接点（小汽车、公交车、火车、飞机，乃至通过卡车运往全国各地的大宗货物中的某一件消费者商品）。可穿戴技术的出现也将改变我们对移动功能的看法。智能手表、互联眼镜和电子纹身是近期的一些创新，它们正在改变互联的定义。

针对这些新的互联物体，思科首席未来畅想官 Dave Evans 说：

“创造价值的实际上不是“物体”，而是人员、流程、数据和事物之间的互联，或者说万物互联。”毫无疑问，这些新设备和新物品会向更加互联的方向发展，通过将它们连接在一起即可创造价值。组织应如何利用这些新的互联机会打造更好的客户体验呢？

将来，我们可能会看到患者和医疗救生人员使用佩戴式移动设备进行互联。我们还可能会看到教育工作者在课堂上更多地使用移动设备，更轻松地将面对面教育与网上教育相结合。

适用于 Facebook Wi-Fi 的互联移动体验 (CMX)

客户只需登录 Facebook 就能轻松快捷地免费使用 Wi-Fi。此解决方案可利用思科无线网络、基于位置的分析功能和 Facebook 的人口统计资料，帮助组织更好地了解自己的消费者。

无线网络的社交登录功能是如何改变客户体验的？例如：

- 餐馆可以根据客人 Facebook 上的“简介”部分或其他“关注”的主页，得知客人偏好的食物类型。
- 零售店可以看到客户是否“关注”了竞争对手的 Facebook 主页，并可以相应地调整促销内容。
- 酒店可以利用客人在网上分享的基于位置的信息提供个性化的营销活动。

总结

您如何才能通过移动功能增强身临其境的客户体验？

制定全面的移动战略是将未来展望变成现实的关键。这种方法所需要的，将不仅仅是往常那样开展业务。从使用基于位置的移动性服务，到提高移动员工的能力，正确的策略能让您在未来几年赢得回报。

更多详情

有关思科移动解决方案的详情，请访问 <http://www.cisco.com/go/mobility>。



美洲总部
Cisco Systems, Inc.
加州圣何西

亚太地区总部
Cisco Systems (USA) Pte.Ltd.
新加坡

欧洲总部
Cisco Systems International BV
荷兰阿姆斯特丹

思科在全球设有 200 多个办事处。地址、电话号码和传真号码均列在思科网站 www.cisco.com/go/offices 中。

思科和思科徽标是思科和/或其附属公司在美国和其他国家或地区的商标或注册商标。有关思科商标的列表，请访问此 URL：www.cisco.com/go/trademarks。本文提及的第三方商标均归属其各自所有者。使用“合作伙伴”一词并不暗示思科和任何其他公司存在合伙关系。(1110R)