指策略性管理顾客对某产品或某公司的整体经验的过程。

TAKT -> Formation

分析客户交互和决策数据，以了解客户的行为和动机。这些洞察力可以帮助企业根据业务目标确定并提供最佳客户体验，并实现端到端的营销流程自动化。

****Boxever****

总部位于爱尔兰的Boxever 公司推出其Boxever“个性化平台”， 其主要目标是旅游业。其基于云计算的平台允许旅游公司创建一个单一的客户视图，从而为客户提供更有效的营销。它的目标是通过单独针对客户来改进销售过程。如果人工智能可以在一对一的基础上定制交互过程，理论上它可以更有效地服务(并销售给)客户。

Boxever公司的方法承认竞争的关键部门是客户体验。如果零售商更加谨慎地满足客户的需求，将会在电子商务竞争中获胜。而使用智能软件比人工销售代表的成本要低得多。

国内：

亚信科技

创略科技

永洪科技

****医渡云****

****数据堂****

****Xmplus****

****What is CEM? And why CEM is suitable for ai to support?****

****Some CEM companys { data, advantages,****

没有CEM，联络中心就不得不耗费更多的时间和财力来收集和报告顾客的主要信息

CEM的目标是在各个客户接触点上（例如，销售人员，呼叫中心，代理商，广告，活动，收账人员，客户接待，产品使用手册和网站），产品、服务 以及一系列感受（例如，视觉，语气，味觉，气氛，细致入微的关怀与照顾）产生“利好因素”的综合产物，使客户关系最优化、客户价值最大化。CEM不是不顾 成本，把客户想要的所有东西都提供给他们，或者通过持续的高价格低成本的策略来增加利润，而是在不同种类的客户之间保持平衡。

CEM成功实施的评价标准在于根据对企业的价值贡献对不同的客户进行区别管理，更好地向企业最有价值的客户提供个性化和差异化的购买体验，以及在满意 度、保有率和忠诚度指标上的提升。这些转变也有可能源自对非价值客户的服务降低优先级；包括降低服务和满意度，降低保有率和忠诚度，甚至用提升费用或其他 方式“砍掉”这些“赔本客户”。

CEM必须竭力保证客户从购买中获得良好的感受，因而特别强调对客户不满意的补偿，比如某航空公司为某个等待移植器官而又延误了航班的旅客特 别租一架飞机；或者在感恩节商店已经售货一空的时候经理将火鸡亲自送到客人的家里；这些现象都以某种极端方式表现了尽其所能让客户体验到满意。

在如今激烈的市场竞争中，CEM将成为保留客户的关键因素，还能够为不同公司挖掘消费者的潜力，并根据他们的价值来满足客户的需求。它能够使服务与其价值相对应，识别销售时机并能有效管理消费者的不确定因素，以便于保留最有价值的客户。企业要想获得竞争优势，就必须注重每一次的交互过程中客户体验对于企业将来的利润和收益的作用与影响，并且要优化客户体验，确保跨渠道和跨市场营销的正常运作。