

因素（如社会-人口因素、专业类别、年龄、住址）推动的。基于态度的西欧地区城市出行市场的细分也让我们能够根据推动商业产品发展的不同需求，以及对价格的敏感性，发现有趣的结果。这些发现使我们能够开始战略性思考如何提高对目标细分市场（客户和非客户）的吸引力，并确定可以改进商业性能的关键杠杆。



图 5-11 涵盖整个交通的行为和态度分割

资料来源：理特管理顾问公司。

虽然客户体验项目应该专注于“解决基本问题”，但它们也应该确保整体的一致性，并创造出超出预期的“惊人效果”。在打造卓越客户体验方面表现出色的出行解决方案运营商，通过使用三个关键杠杆，推出了这类项目：

（1）这是基于洞察和理解客户行为的方法，而不是由先入之见驱动的方法：倾听并真正理解！

（2）将这些价值作为企业转型的推动者坚实地嵌入到组织中。

（3）回顾治理、方法和资源，以及它们对组织、流程、人力资源、内部文化和管理方法的转换，例如，定义正确的关键绩效指标（Key Performance Indicator,KPI）来监控变化情况（更敏捷和即时的 KPI 等）。

### 5.2.3 履行事项 4: 打造卓越的客户体验

对于出行解决方案提供商来说，打造卓越的客户体验至关重要，因为它允许