

基于用户体验的服务创新

——音视频技术在现代图书馆中的应用

演讲者：百音高科孙大钊



1 百音高科简介

2 基于客户价值的思维逻辑

3 以客户体验为中心的创新服务

4 音视频技术的应用

1 百音高科简介

2 基于客户价值的思维逻辑

3 以客户体验为中心的创新服务

4 音视频技术的应用

一种期待：书籍是记忆和想象的延伸

博尔赫斯：

那盲目的图书馆雄伟幽深，
我在其间奔忙却漫无目的。

百科辞书、地图册、东方和西方、
世纪更迭、朝代兴亡、
经典、宇宙及宇宙起源学说，
尽数陈列，却对我没有用场。

我心里一直都在暗暗设想
天堂应该是图书馆的模样



传统图书馆到现代图书馆的对比

区别：

- 前者是以馆藏为中心，被动为用户提供咨询与信息服务
- 后者是以用户为中心，主动的为具有信息素养的用户提供对广泛的物理、数字资源和服务的利用。



两种思维方向的发展趋势



读者需求变化的特点

⊕ 读者的不断变化

⊕ 读者的第一个变化是需要的多重性

⊕ 读者的第二个变化是需求的体验性

⊕ 读者的第三个变化是需求的复杂性

管理者思维与读者思维对比

两种思维模式对比

管理者的思维模式	读者的思维模式
研究与开发 成本 图书 效率 环境 服务 顾客关系管理 资源规划	需求 生活方式 工作方式 教育 家庭 愿望 口碑 社会化

市场化和服务能力意味着什么？

- ⊕ 问题1：我们的客户及服务对象是谁？
- ⊕ 问题2：我们的客户要什么？
- ⊕ 问题3：我们能提供给客户什么？
- ⊕ 问题4：如何保证客户一直选择我们？
- ⊕ 问题的关键：
 - ⊕ 当读者到信息之间只剩下一个鼠标距离的时候
 - ⊕ 我们应该关注的是技术、管理问题还是客户价值？



谁不会是时代的落伍者

- ⊕ 真正的领先者只专注于：
- ⊕ “产品” 领先 - 不断刷新最新技术和资源
- ⊕ 运作卓越 - 给顾客的是无可匹敌的服务便利
- ⊕ 贴近顾客 - 读者寻求的不是书，而是某一特定的体验和价值提升。

1 百音高科简介

2 基于客户价值的思维逻辑

3 以客户体验为中心的创新服务

4 音视频技术的应用

读者用户最需要的是什么？

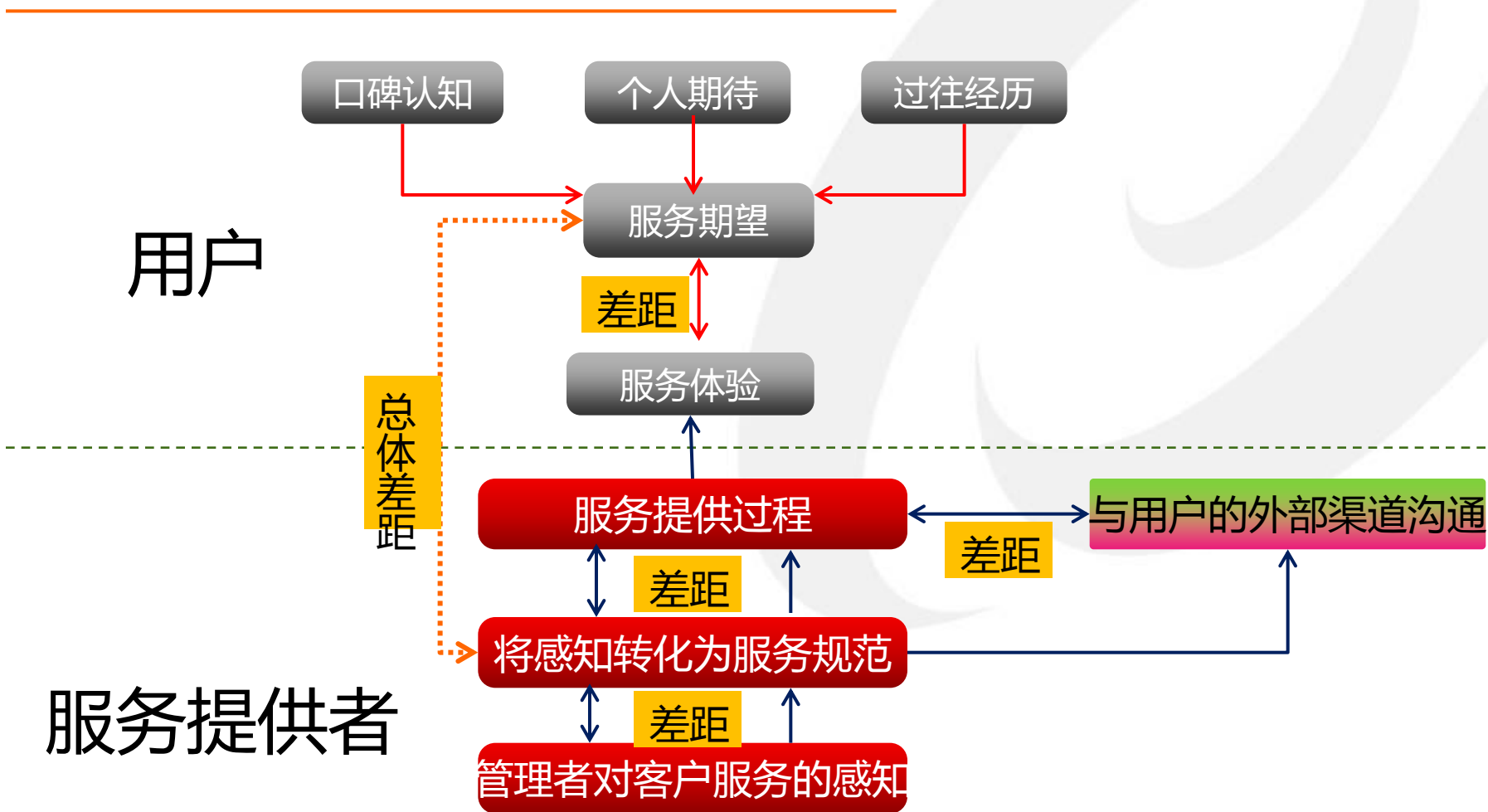
- ✦ **个性**：用户需要的是他们需要时的服务，他们需要的即时个性所需；
- ✦ **延续**：用户想利用一切新的技术和数据库，但许多人仍想保留所有的传统服务；
- ✦ **易用**：用户需要快捷和易于使用的服务。他们需要清晰和易于利用的网页，易于利用是从用户的角度而不是从我们的角度；
- ✦ **快捷**：用户需要一切最新的东西，他们现在就需要，他们不想等待；
- ✦ **体验**：许多用户需要一种象咖啡店一样的环境。

以用户为中心的服务创新

“以用户为中心”作为图书馆的基本服务理念：服务是图书馆的根本，是图书馆一切工作的灵魂。

- ⊕ 用户对图书馆服务不满意，用户采取的行动包括：永远不再来图书馆、向其他人口头传播对服务的不满、直接向图书馆提意见、向第三方机构（如报纸）提出意见。
- ⊕ 我们工作内在的复杂性必须向用户隐藏起来。对用户而言，必须要能简单地发现、使用和理解我们的资源。任何复杂的系统，无论其内容有多么好，都难以得到用户的有效利用。图书馆是为用户而创造的，而不是为图书馆自己而创造的。

服务满意模型



不好的用户体验

⊕ 不好的顾客体验是怎样的呢？

- 乘客遭航空公司冷遇
- 进入脏乱的快餐厅吃饭
- 网上购物往复多次未果
- 不能快速响应的服务需求
- 与服务人员吵架呕气

一个真实的案例

当图书馆对一个想看书的孩子说“绝对不行”

楼主: to208964 时间: 2013-11-12 22:53:00 点击: 98 回复: 4

只看楼主

给他打赏

阅读设置

楼主发言: 1次 发图: 0张

回复 收藏 分享 更多 楼主

——致丰台区青少年儿童图书馆的一封公开信

先复述一下事情的经过，亦即我提笔写这封信的缘由。

2013年11月9日，我带女儿去丰台区青少年儿童图书馆办读者卡，当日借书后离去。

书海震撼了一个平生首次踏入图书馆的孩子，出于新奇和朝拜之心，次日女儿要求再带她去图书馆。我提醒她已经用光借书名额，归还之前无法再借更多的书回家。女儿则坚持说她这次只去看书，晚上回来再读外借回来的几本，如此便有机会看到更多的书。无论这样的要求之中有多少孩子气的成分，身为长辈，大抵都找不出理由阻碍孩童的求知欲，何况阅览与借阅本就是图书馆最基本的两项功能，何况诸多先贤在她这样的年纪（六岁）已然饱读经典。于是，11月10日父女二人又来图书馆。

进一层藏书室，出示证件，说明来意，被一当班女性管理员断然喝止，称借阅名额已满便不可再踏入此室。我重申孩子只想来看一会儿书，并不外借。该管理员则以偌大房间中每位读者都足以听闻的高声叫嚣：“书借满了还想再进来看书，这绝对不行！”

我不禁问：“图书馆是纳税人的图书馆，每个人要来看书都是好事，也是权利，凭什么‘绝对不行’？”难道图书馆只是用来外借，却不准当堂阅览？但凡念过书的，都该有“图书馆是个既可以去借书，也可以去读书的地方”之常识，贵馆凭什么将图书馆基本功能删去一半？

管理员答：“不准在这儿看是我们的规定，因为读者太多，地方太小，装不下。”

我说：“你看阅览区，只有三个孩子在看书，剩下的书桌全部空着，绝非人满为患，为什么不准一个大老远赶来的孩子进去读书？”

投诉到图书馆领导那

作者: 老鬼十一 来自: Android客户端 时间: 2013-11-12 23:21:24

回复

嗯, 果然书读多变傻了0

作者: a375997311 来自: Android客户端 时间: 2013-11-13 03:01:00

回复

国营的东西都是这样。

作者: 丰台少儿图书馆 时间: 2013-11-18 13:47:56

回复

张先生你好,各位朋友好,我是丰台区青少年儿童图书馆的馆长,图书馆个别职工的做法,不仅违背了图书馆的工作规定,最主要的是伤了一个热爱读书的孩子和家长的心。同时,这也是我管理工作的失职。

事情发生以后,图书馆专门召开了紧急会议,不仅通报了此件事情,宣读了家长公开信,而且对当事人进行了严厉的批评教育

在这里我还想说,感谢张先生对图书馆工作提出的意见。您的做法让全体职工受到了教育,给我们的工作敲了警钟,最主要的是让我们的心灵受到了一次洗礼。

谢谢张先生对我们工作的批评鞭策,谢谢所有关注图书馆发展的朋友们的监督。今后我们一定引以为戒,坚决杜绝此类事情再次发生。我们要努力工作,为广大少年儿童做好图书阅览服务工作。用我们的爱心争得广大读者的信赖。

难忘的客户体验

- **新加坡航空公司**注重优质服务——让乘客有“飞翔的愉快经历”（**跪式服务**）
- **星巴克**让顾客体验美好的快餐经历（**体味星巴克咖啡**）
- **亚马逊网站**提供卓越网上订购服务（**美好的网上购物体验**）
- **宜家**——在逛累得时候在自己喜欢的布局的样板房中睡一会（**总能找到一件喜欢的**）

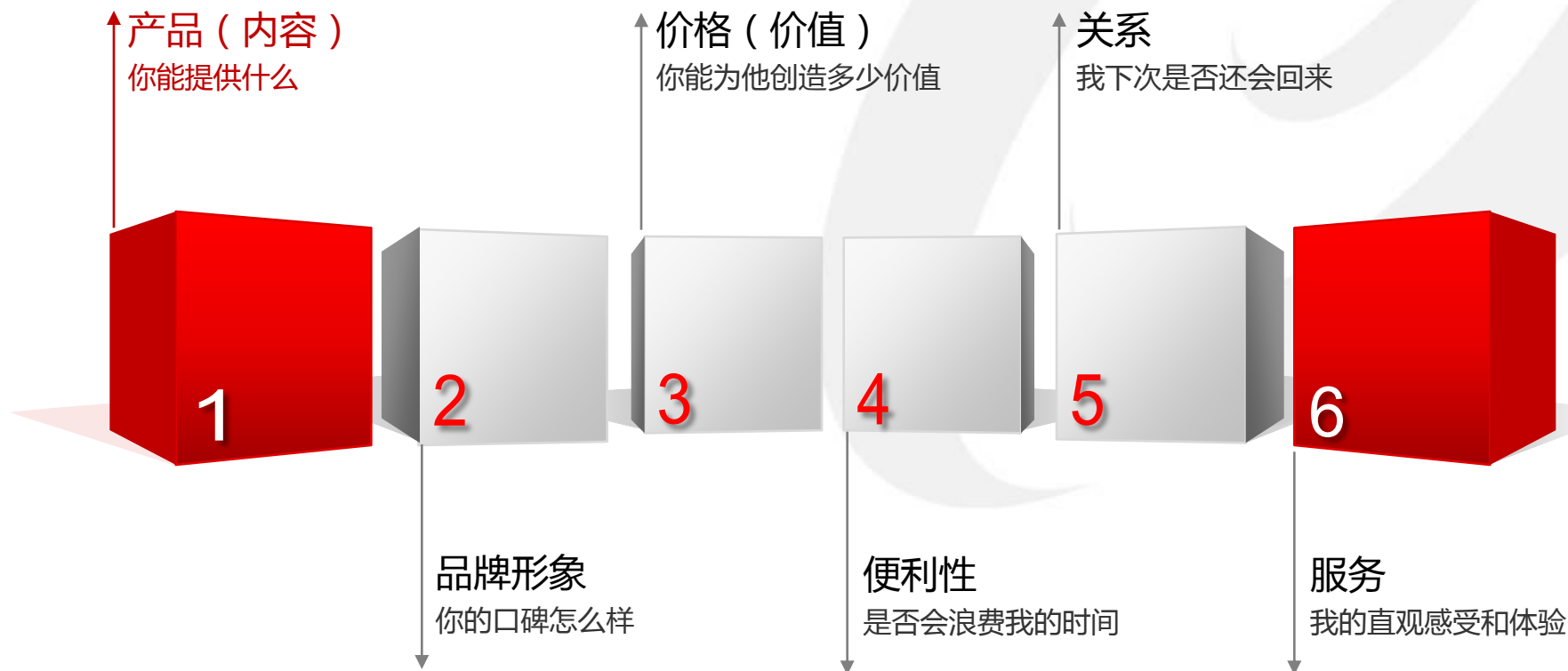
客户体验做到极致的新加坡航空



保罗·阿克评价星巴克

⊕ “绝大多数的公司把‘客服守则’搞得像经文魔咒似的，好像把守则在公司内部杂志上印个千百遍才比口头念诵来得正式。但是，我面前一位普普通通的员工，却向我们展示了客服守则在真实情况和真实的顾客面前的真实意义，即与顾客一对一地建立起融洽的关系，记住顾客的需求和偏好，为顾客营造出一份醇美而有意义的体验。

客户体验管理模型



如何构建创新的服务体验

第1步

分析读者用户的体验世界

第2步

建立读者用户体验平台

第3步

设计读者用户的品牌体验

第4步

建立与读者用户的接触

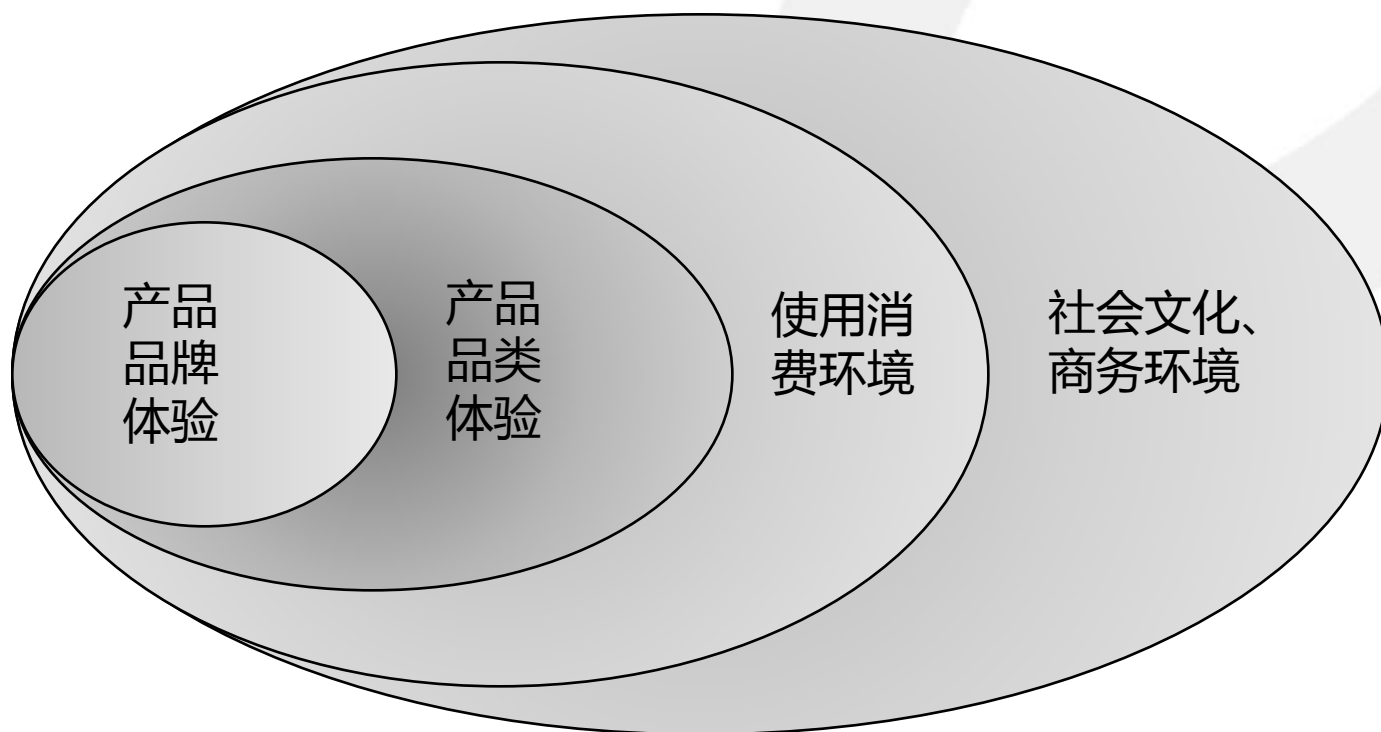
第5步

致力于不断创新

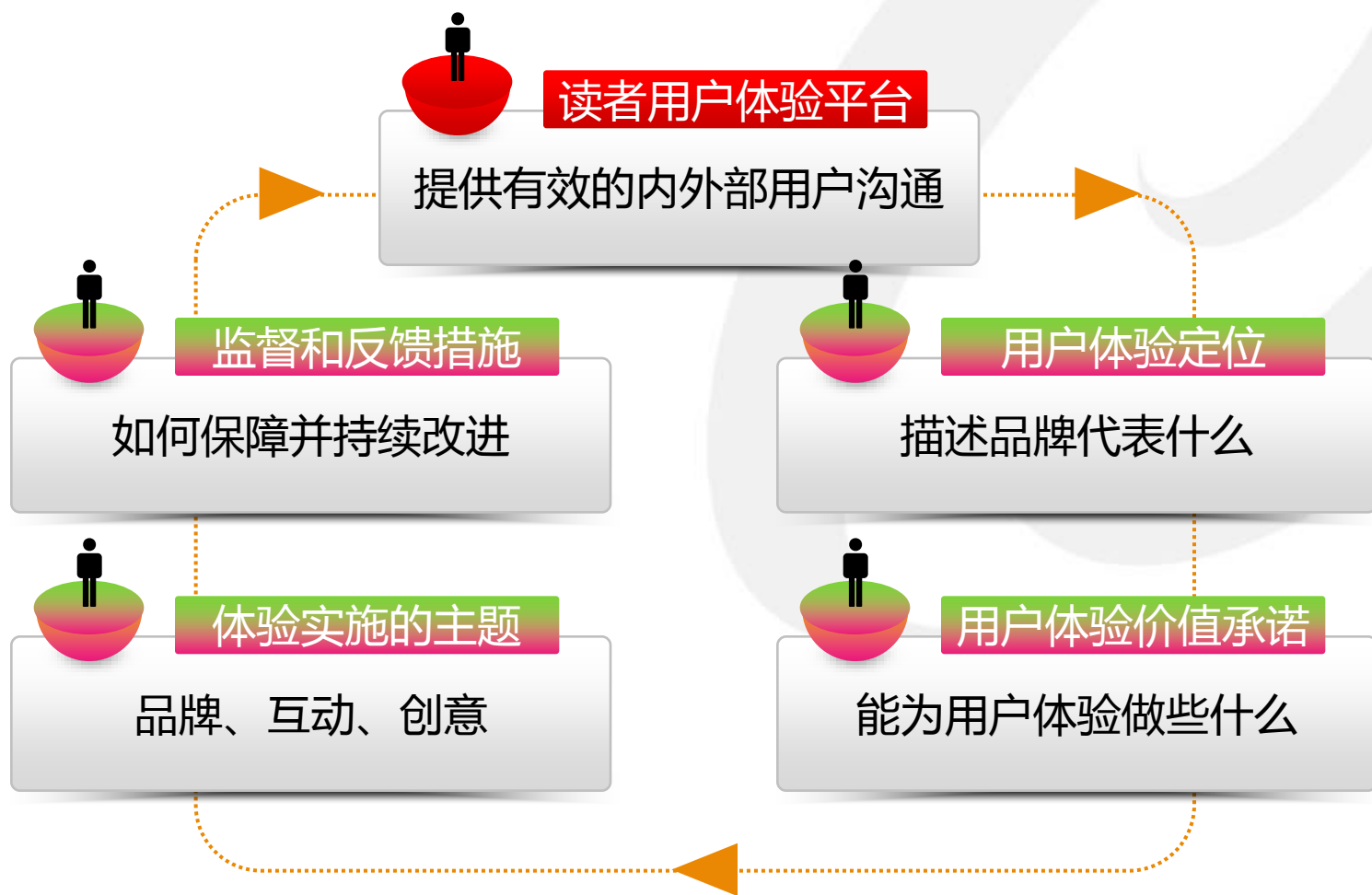
1、分离体验世界——顾客体验的4个层次

⊕ 社会文化消费矢量 (SCCV)

⊕ 以SCCV的方式是如何看待所提供的内容？

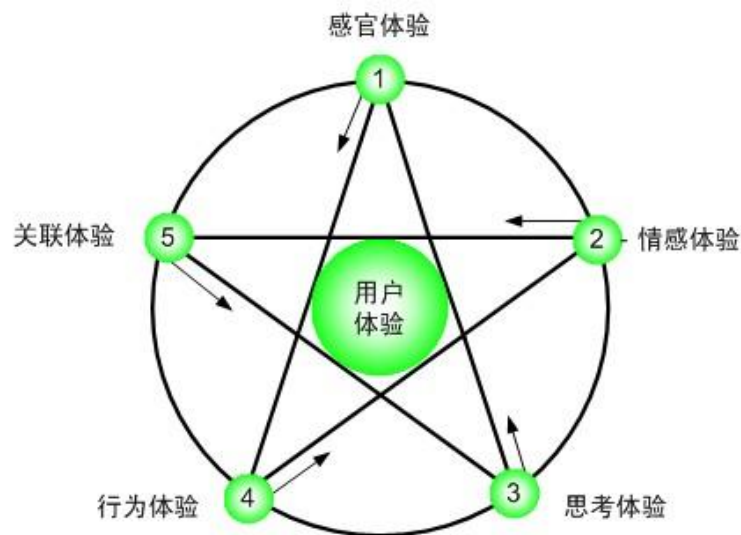


2、建立读者用户的体验平台



用户体验80%来源于感觉

- ⊕ 感觉可以分为外部感觉和内部感觉两大类。
 - ⊕ **外部感觉**是个体对外部刺激的觉察。
 - ⊕ **内部感觉**是个体对内部刺激的觉察。
- ⊕ 人的五种感觉在审美知觉中所发挥的作用是有很大区别
- ⊕ 重要性排序：
 - ⊕ 触觉→味觉→嗅觉→听觉→视觉



视觉 (Vision)

- ✦ 视觉是个体对光波刺激的觉察。是个体辨别外界事物的明暗、颜色等特性的感觉
- ✦ 视觉是人类最重要的感觉
- ✦ 在人类认识世界的过程中有80%左右的信息是靠视觉获取的
- ✦ 颜色具有色调、明度、饱和度三种特性



听觉 (Hearing)



- ⊕ 听觉是个体对声音刺激的觉察
- ⊕ 听觉的三个基本特性：
 - ⊕ 音调——声波的频率
 - ⊕ 音强——声波的振幅
 - ⊕ 音高——声波成分的复杂程度
- ⊕ 音乐可以直接影响人的生理活动和情绪活动
 - ⊕ 古希腊人认为：E调安定、D调热烈、C调和爱、B调哀怨、A调高扬、G调浮躁、F调淫荡
 - ⊕ 亚里士多德：C调最宜于陶冶情操



1 百音高科简介

2 基于客户价值的思维逻辑

3 以客户体验为中心的创新服务

4 音视频技术的应用

音频系统技术的应用

- 1 厅堂扩声（会议类、多用途类、场馆类、影院类）
- 2 专业扩声（现场演出、剧院、音乐厅）
- 3 节目录音（录音棚、电台、电视台、演播厅）
- 4 公共广播（广场、商场、机场、公园）
- 5 商业音乐（会所、酒店、咖啡厅、文化场馆）

音视频系统的不同专业表达形式

- ⊕ 1、建筑声学子系统（建声及装修设计）
- ⊕ 2、音响扩声系统（扩声设备选择及系统搭建）
- ⊕ 3、多媒体放映及显示系统（投影技术、放映、显示、大屏幕拼接）
- ⊕ 4、专业会议系统（发言讨论、投票表决、同声翻译、摄像跟踪）
- ⊕ 5、多媒体录播系统（现场监视、录制、视频直播、点播、组播）
- ⊕ 6、集中控制系统（灯光、设备、音响、信号切换系统）
- ⊕ 7、智能灯光系统（照明、效果、场景智能控制）
- ⊕ 8、幕布舞台机械系统（幕布、舞台机械）
- ⊕ 9、视频会议系统（基于软硬件的视频会议、协同办公）
- ⊕ 10、机房监视及管理系统（机房管理及现场监视）

商业音乐系统

商业 音乐系统

以完美的音质衬托环境
与周围环境的完美调和
为用户营造愉悦的心情
便于使用，品质可靠
音乐系统品质符合其本身定位



传统的PA公广系统



音视频技术在图书馆的应用



背景音乐



会议及多用途类



视听体验室



专项影音资料播放



专业展示应用



网络新媒体视听

广州图书馆



录音棚与听音室

- （1）多功能高清影院系统：9.2环绕声体验区，THX认证标准
- （2）VIP高清数码影音系统：7.1环绕声（含2.0 HIFI音乐）体验区
- （3）专业广播级监听系统：5.1环绕声体验区
- （4）专业多媒体录音系统：2.0 立体声 工作及体验区
- （5）自助录音体验系统：2.0立体声或1.0*2双单声道体验区

依据从古到今的阅读方式，对阅读区做了以下划分，并分别做了功能定位，
以下是各区中多媒体展示的大致定位：

- （1）口耳相传体验区——杏林讲学场景复原互动体验与甲骨文知识区
- （2）抄本阅读体验区——简帛抄读与纸本抄读互动体验区
- （3）印本阅读体验区——活字印刷术互动体验区
- （4）现代阅读体验区——数字阅读互动体验区

台湾国立公共资讯图书馆

- ⊕ 多媒体视听中心
 - ⊕ 咨询检索区
 - ⊕ 视听欣赏区
 - ⊕ 语言学习区
 - ⊕ 建议摄影棚
- ⊕ 数位体验/休闲/影音中心
 - ⊕ 数位体验中心
 - ⊕ 数位休闲中心
 - ⊕ 数位影音中心
- ⊕ 多媒体推广影展
 - ⊕ 主题影展



华东理工大学图书馆

✦ 徐汇校区高清多媒体视听室

✦ 3D影音播放

✦ 多媒体资料放映

✦ 奉贤校区视听播放区

✦ FM调频发射，手机接听，可以收听各种外语频道节目，名家讲座等



台湾国立交通大学图书馆

⊕ 视听欣赏室

⊕ 50个座位的多媒体资料视听服务

⊕ 音乐演奏区

⊕ 数码乐器的即时演奏，音乐吧



结束

*Thank
You!*

