

主题：会员体验

简介

虽然根据会员互动意见征集文件，我们了解到与 RICS 积极互动的会员占比不到 30%，但与 RICS 进行互动、完成基本服务和支持任务的会员占比要高得多。

举个例子，行业调查结果表明 85%的会员每年都会访问 RICS 官网。我们了解到，RICS 联系中心每月平均收到会员拨打的 9 千通电话和发出的 8 千封电子邮件。此外，约 2.5 万名会员每年会购买 RICS 的产品或服务。

但我们清楚，会员通过这些渠道获得的体验需要提升。接受行业调查的会员中，只有略高于 50%的会员表示对在与 RICS 互动或使用 RICS 的产品和服务时的体验感到满意。

对调查回复的信心分析也表明，到目前为止，客户服务和数字化体验是会员提供反馈时意见比较负面的两个最常见问题。对 RICS 不满意的会员指出的最常见理由包括：记录持续专业发展时很难访问网站以及与官网有关的其他问题。

电子邮件通讯使用的方式也明显存在问题，不少会员已选择不再接收除基本服务电子邮件外的其他任何邮件。最新的行业调查提到了这个问题，超过 70%的受访者表示，他们不会对来自 RICS 的营销电子邮件采取任何行动，而超过 60%的受访者表示，他们不会对来自 RICS 的所有电子邮件采取行动。

因此，RICS 必须做出重大调整，提升会员与我们互动时的体验。这些调整应包括会员与 RICS 核心互动的所有方面。例如使用网站、发送电子邮件给我们、给我们打电话以及在他们完成与维持专业资格相关的任务、访问内容以及使用产品和服务的时候。

目前的活动

2019 年，RICS 启动一项大型数字转型计划，旨在向会员和其他利益相关方提供专业性堪比所制定标准的数字化驱动体验。

该计划已成功对我们的核心基础设施作出重大调整，微软 Dynamics 365 部署之后，我们将很快实现对主要平台的重大转型。

对于一家像我们这样的组织，以恰当的方式管理数据非常重要。过去，我们的数据一致储存在多个遗留系统中，涉及多个不同的数据库。这引发了一系列问题，包括我们很难有效使用数据实现个性化沟通和获得会员洞见。

在我们推进数字化转型的过程中，这些问题已经解决。Dynamics 等现代软件的部署--叠加成为我们全新数字化体验一部分的内容和电子商务平台（下文有详细介绍）--将确保我们的系统得到充分整合，提供单一的信息来源。

大部分调整已解决关键的根本问题，为下一阶段的转型奠定基础，但尚未向会员和其他用户提供切实利益。

现在我们正在推进计划的下一个阶段。该阶段的重点是改变我们的数字化存在，即会员和其他用户通过各个渠道与 RICS 互动时获得的体验。这是我们数字化转型最关键的阶段，随着关键成果在 2021 年和 2022 年实现，会员和其他用户将可以切实感受到转型带来的好处。

过去 6 个月里，RICS 组织了一系列由员工、会员和其他关键利益相关方参加的探索研讨会，确定未来数字化驱动体验的关键组成部分。为此，我们详细分析了入会、续费、记录持续专业发展期间以及在评估标准和指南、购买产品和使用模板和申请表格时，会员与 RICS 互动的关键元素。我们还探索了研究贡献、互动社区、会员间互动、职业管理和身心健康支持等新互动领域。

除了数字转型计划外，我们近期首次成立了一个专门的全球会员互动团队，负责管理 RICS 收到的来自全球任何地方的所有电话和电子邮件。为明确起见，这并非在英国办公的一个中央团队，而是一个虚拟团队，员工位于全球各地，覆盖所有时区。不论他们在哪个地方办公，他们的工作方式都是一样的，使用同样的系统，团队架构也相同。

除了管理所有收到的通讯之外，该团队还负责主动沟通，包括续费和失效的会员活动。它向 APC 候选人和考官提供专门支持。

我们可以做什么

作为提升数字化体验项目下一个阶段的一部分，我们目前正在测试与会员和其他用户的需求有关的几个设想和假设。这些包括会员参与双向互动的意愿、探索从 RICS 接收通知的不同方式的偏好以及影响他们与其他会员交流沟通的方法。测试通过虚拟研究会进行，参加测试的人员包括来自多个主要市场所有职业阶段和执业领域的认证专业人士、候选人和潜在会员。

myRICS 是我们未来愿景的一个关键组件，目前正处于测试阶段。myRICS 是一个统一的门户网站，在会员和其他用户与 RICS 进行数字化互动时，向他们提供全面和无缝的体验。该门户网站提供个性化和保持登录的体验。了解每个用户的偏好和兴趣之后，用户对 myRICS 的使用效率更高。日常任务的流程将比较人性化，会员或其他用户在一个地方就能找到所需的一切。

我们承认，RICS 以前承诺过新网站将给会员带来好处，但这些好处并未达到会员的预期，没有从根本上提升他们的体验。在目前的数字化转型计划中，我们采取了不同的做法，聘请知名的专业外部合作伙伴，在项目范围界定和计划阶段就让会员充分参与进来。

向会员提供上述数字化体验，让基本任务的自助服务变得简单，这也有助于会员互动团队更高效地处理询问，将更多时间用于创造价值的活动，包括鼓励潜在专业人士接受培训以及对 APC 候选人和考官提供支持。我们已确定一些利用技术帮助该团队做得更好的机会。具体的范围界定工作目前正在进行之中。

问题

1. 过去 12 个月，您使用过以下哪些方式与 RICS 进行互动？请选择所有适合的答案。
 - a) 访问 RICS 官网阅读内容
 - b) 访问 RICS 官网完成某项任务
 - c) 阅读 RICS 电子邮件
 - d) 针对 RICS 电子邮件采取行动
 - e) 使用 RICS 产品
 - f) 致电 RICS 联系中心
 - g) 发送电子邮件至 RICS 联系中心
 - h) 在 RICS 社交媒体上发表评论
2. 与 RICS 互动或使用 RICS 产品和服务的时候，您对相关体验的满意程度如何？如有可能，请对上述每项互动形式给出回答；否则，请在下面的问题(i)中给出您的总体满足度。
 - a) 访问 RICS 官网阅读内容

- b) 访问 RICS 官网完成某项任务
- c) 阅读RICS 电子邮件
- d) 针对RICS 电子邮件采取行动
- e) 使用RICS 产品
- f) 致电RICS 联系中心
- g) 发送电子邮件至RICS 联系中心
- h) 在RICS 社交媒体上发表评论
- i) 总体满意度

3. 您对问题2的回答与互动体验的哪个方面有关？

[自由文本]

4. 如果过去12个月里，您通过电子邮件或电话联系过RICS，相关事由是什么？

[自由文本]

5. 您与RICS的数字化互动中，通过移动设备而不是笔记本或台式机的比例是多少？

- a) 0% - 25%
- b) 25% - 50%
- c) 50% - 75%
- d) 75% - 100%



6. RICS 门户网站提供完成日常任务的人性化方式，如果所有相关信息都通过这个个性化门户网站提供，您和 RICS 互动的可能性是否会提高？

7. 您是否还有有助于我们评估会员体验的其他意见？[自由文本]

如有可能，请用英语通过我们的 **iconsult 平台** 回答。如果您想用其他语言回答，请将填好的表单发送电子邮件至 **review2021@rics.org**