

## 「顧客服務管理」研讀指引

/ 陳世晉

「顧客服務管理」在很多人印象中，是屬於比較專業也比較深入的商業課題之一，因此往往會產生兩個極端的觀念，不是認為這個課題意義不大，因為服務本來就是很簡單的事，不然就是認為概念很深奧，不是當前工作所能應用，因此在選課或是閱讀教材之前都會有些距離感。這種感受其實每個初學者都會經歷，也有許多初學者因感受到苦比甜更多而卻步。

其實顧客服務是商業活動中創造銷售業績的一個相當重要的手段，也是維持顧客忠誠度的最重要環節，道理其實很簡單，因為好的顧客服務才有機會完整包裝出一個好的品牌形象，也才有辦法開發真正的潛在顧客與維持現有顧客，因此如果在商場上已經站穩位置的人，那就應該把重心放在經營現有顧客關係的基礎上，如果只是商場新手，那更應該在商品規劃之外，考慮到顧客服務的細節，因為好的顧客服務，可以帶來第二次買賣的機會和維持現有顧客的忠誠度。

由於顧客服務管理是促進銷售與維持客戶的主要方法之一，所以顧客服務的概念也從以往單純的「售後服務」概念，發展到現今由商業交易活動開始即運用的技巧，這種從銷售行為的「末端」觀念轉變成銷售行為的「主軸」觀念，不可謂變化不大，有鑑於此，讓學習者能在有系統的規劃下建立學習興趣，並進而一窺顧客服務管理的全貌，即是本課程之宗旨。

### 學習態度

一般人對顧客服務管理會有許多誤解，如同前述，不管是針對被服務的顧客、服務者本身與服務方式，或多或少都有誤解，在此說明並建立應有的學習態度。

## 一、在被服務的顧客方面

許多人會認為，「顧客至上」、「顧客永遠是對的」就是最好的顧客服務，因此身為一個消費者或是購買者，就會有一種「花錢的人權利最大」的觀念，也因此常提出相當多不合理的要求，忽略了一個消費者（顧客）本身應理解的部分，其實一個好的顧客已經不是如以往重視產品功能、價格低廉、品質堅實的傳統行銷訴求，隨著所得的增加與產品消費單價的提高，消費者開始重視銷售過程中的體驗感受，也會去理解應該如何在「付出」與「所得」中求得平衡，而讀者應該要能從中理解「平衡」概念如何操作與運用。

## 二、在服務者本身方面

許多業者或是站在第一線的顧客服務人員會使用「不滿意包換」、「無條件賠償」等方式提供服務，這是基於「顧客至上」的角度所做出的決策，事實上，如前所述，顧客服務的觀念已經從「售後服務」的角度轉變成銷售行為的「主軸」，亦即從業務人員接洽開始，之後商品交到顧客手上，到售後維修服務為止，真正影響顧客觀感的不僅是商品本身，其中的「業務態度」、「業務承諾」、「包裝完整度」、「訂價穩定程度」、「缺貨狀況」、「送貨效率」、「付款效率」、「維修效率」等，這些才是真正影響消費者觀感最重要的原因！這些觀念的養成，有賴於讀者用開放的心態配合實例與廣播教學的說明慢慢培養。

## 三、在顧客服務的方式方面

我們相信，沒有人會認為顧客服務不重要，但是我們也相信，真正瞭解顧客服務方法的卻也不多，顧客服務活動來自於服務者與被服務者之間的互動，因此如何設計顧客服務活動，搭配足夠的資訊工具、培養稱職的服務人員，就是整個服務方式建構上的組成要素了，要瞭解這些內容，還是要靠讀者細心閱讀教材，並比照生活中的經驗，相信可以有更深的體會。

由上述三個觀念的釐清可知，對於顧客服務管理的學習，應保持開放的態度，摒除過去錯誤



的認知，嘗試接受各種不同的挑戰，並從中磨練技巧，隨時準備面對需要服務時的挑戰。

## 學習方法

在本課程的學習方法上，主要應遵循理論建立、個案理解、生活對照三個步驟循環累積實力，如此才能完整吸收本課程所傳達的概念與技巧。

### 一、循序漸進，建立整體架構

顧客服務管理是一個商業交易從頭到尾的活動過程，基於這個觀點，本課程的設計也是基於一個完整的程序架構進行設計，教科書除了在第一章簡略說明顧客服務所面臨的一些問題與概念外，分別發展了幾個篇章，如為了充實相關基礎概念的「理論篇」、實務運作最常搭配各種工具與應用的「工具篇」、實務管理上的各種因應技巧的「技巧篇」，以及最後顧客服務管理應用與展望的「應用篇」等，整個篇章環節的概念由理論開始出發，到瞭解現今工具的應用與技巧的發展，到最後實務上B2B與B2C的整合運用皆有詳細說明，以使讀者能充分的掌握與運用！

### 二、參照個案與實例，理解正確觀念

由於顧客服務所強調的是雙方互動的過程，因此個案說明成為本課程不可或缺的部分。本課程的各種小型個案，均是由各教學委員精心篩選設計，一方面要能充分說明顧客服務理論上的各種觀念，另一方面又必須符合讀者在日常生活之中所見所得，以使學習者在閱讀時，發揮聯想力，融入生活行止中，達到觀念內化的效果。因此學習者不應只為了吸收理論而去瞭解個案，應該是看到個案的各種解決方法時，就應該聯想到自己日常生活所見情況，模擬練習，才能真正發揮理論與實務結合的效果。

### 三、日常生活運用，強化體驗與感受

顧客服務的環境隨處可見，餐廳用餐、商店消費等場合隨時可遇到，所以除了個案的參照與瞭解外，日常生活所見所聞亦是體驗顧客服務的好機會，由於課程內容篇幅有限，無法將所有技巧均運用各種個案充分表達，因此透過日常生活的體驗，就成了相當好的學習機會，例如關於顧客資料的分析與顧客經驗的建立等，如果不是從日常生活中接到信用卡服務電話瞭解真

實狀況如何處理，或是餐廳消費進行真實的服務體驗，我們無法具體瞭解課程中所說明的各種狀況。本課程所介紹的顧客服務方式與工具運用多達十餘種，為了能充分理解，日常生活體驗的練習是有必要的。

## 學習困難的解決之道

為了使學習者在學習過程中，能避免因遇到挫折而產生學習困頓的現象，建議學習者在面臨問題時，可參照以下方式解決問題。

### 一、務必收聽廣播教學

「顧客服務管理」課程之廣播教學節目設計已不同於以往，節目表達方式更加活潑，與觀眾的互動更強烈，在課程的說明上，則省略教科書已清楚說明的部分，而針對學習者真正想瞭解的內容，在短短三十分鐘內，由各教學委員提出個人經驗上精闢的見解，相信學習者對於教科書不足之部分，應該可以得到合理的答案。

### 二、參考書目之補充

在閱讀本課程教科書時，學習者難免會對某些主題產生特別的興趣，對於這個問題，學習者可參照教科書中每一章節最後之參考文獻，至圖書館或書局查詢更詳盡的參考資料，以解決特定專題上疑惑之問題。

### 三、「面授」或「學習如何學習網站」的運用與互動

若是在上述資料中仍然無法得到解答，可以透過「學習如何學習」網站請教駐版老師，駐版老師會盡力協助問題的解決。另一方面，學習者也可以透過面授機會，與面授老師溝通，取得面對面解決疑惑的機會，相信更能增進學習效果。

經由上述的說明，學習者應該能瞭解到，修習本課程所應具備的正確態度與認知、學習的方式及問題解決的途徑，當然，如同本課程在最後章節所提到的，除了具備各種顧客服務的知識外，落實顧客服務的精神是最重要的，因此學習者亦應注意內心的修煉。相信學習者如果能把握這些原則，應該能迅速進入整個課程所設計的內容中，學習者必定能成為一個成功的顧客服務專家。

(作者為本科目學科委員) 