



服務行銷

期中報告

指導老師：林育理

企電三甲 4A31B008 蔡心琦

4A31B037 邱雯安

4A31B045 翁苡銜

4A31B903 蔡璿豪

● 顧客期望：上閣屋

小時候曾經去用餐過，餐後覺得很滿意，其菜色豐富、食材新鮮、補餐速度快，印象中當時每位用完餐的顧客都是笑著走出去的，於是時隔多年後的母親節，與家人討論完畢後決定選擇到上閣屋慶祝，想要再次體驗兒時的感動。但...遺憾的是，用餐完畢後不但沒有找回兒時的感動，反而把原本美好的回憶破壞了。

● PZB 服務品質觀念模式

- ✓ 服務缺口一，顧客知識的缺口(Customer Knowledge)：

高檔的海鮮以及豐富的菜色，附有多樣化的選擇，並且其廣告宣稱有贈送干貝，配合節慶另有四人同行一人免費的活動。

- ✓ 服務缺口二，品質規格的缺口(Quality Specification gap)：

廣告宣傳單以及網路上官方網站的圖片菜色豐富，看起來十分可口美味，但是實際拜訪用餐卻發現其應該要充滿食物的盤子卻是空的，例如：大草蝦天婦羅裡只剩油炸的碎屑、經典明爐櫻桃烤鴨盤上只剩骨頭，贈送的干貝也表示數量有限已贈送完畢，而切牛排的砧板也非常平坦。

- ✓ 服務缺口三，服務傳遞的缺口(Service Delivery gap)：

前來收費的服務員態度不佳，其服務員該有的基本禮貌，以及主動為客人解決問題及排除顧客不滿的誠意完全沒有，甚至結帳完畢沒有任何的謝謝光臨或是基本送客禮儀就走掉了，留下在現場發愣的客人。

- ✓ 服務缺口四，外部溝通的缺口(External communication gap)：

餐廳對外宣稱是豪華餐點不限供應的吃到飽餐廳，但是實際拜訪後只感受到是汽水喝到飽，大部分的餐點不是僅有空盤就是限量必須搶奪。

- ✓ 服務缺口五，消費者的觀感其期望缺口(Service quality gap)：

消費者透過曾經用餐的經驗以及查詢網路上其官方網站的介紹，透過看起來十分豐盛美味的照片以及文字宣稱的豪華餐點，抱有其美好的期望前去用餐，但實際用餐後卻發現大部分皆與其官方網站介紹相反，或許擁有越高的期望就會有更大的失望，但其實際上用餐完畢後的感受，不管是餐點或是服務，接讓人非常失望。

➤ 結論：



圖片來源

雖然其形象包裝很重要，但華而不實的宣傳及餐點與服務，只會讓人感覺被欺騙，甚至使消費者不買單，只會造成反效果，而最終此餐廳也已歇業收場。