

服務行銷

期中報告

組員

4A270098 陳桂蘭

4A270901 顏汝恩

4A270904 楊惠真

4A270913 蔡襄琴

班級:四技企管四甲

指導老師:林育理

摘要

服務產業比比皆是，許多開發出的產品、理念最後都必須經由人員的解說服務下才能讓消費者完成購買的行為，因此服務業管理扮演著壓軸以及不可或缺的角色。就如同一個再好的品牌產品，如果管理者沒有制定出一套好的銷售模式以及訓練銷售人員，消費者可能因此卻步降低購買欲望，甚至對品牌失去信心，從這個角度就能看出服務管理的重要性。

本組提出以專業櫃台服務人員(以下簡稱櫃姐)為例子，針對日常生活中自身遭遇到的情況案例提出分析討論，探討身為顧客的我們在接受服務之前的服務期望以及之後的服務認知，透過親身經歷分享櫃姐在提供服務這方面與顧客接受到的服務，兩者之間感受等差異。



圖片來源：自由時報

舉出以下四個實際遭遇案例:

■ 案例一

最近百貨公司周年慶活動開跑，我到某化妝品專櫃逛逛。一走進去逛時，幾位櫃姐忙著招呼客人(穿著打扮較成熟)，其中 A 櫃姐看了我一眼但也沒向前詢問我想找什麼產品，可能我還是學生穿著打扮上比較平凡，我心想著我關係我自己逛逛也挺自在的，有問題再詢問櫃姐。我看到一款眉筆蠻喜歡的，想試用看看，我走去找 A 櫃姐詢問，她也只是冷冷地說可以啊，然後沒有任何要幫我服務的意思(其他品牌專櫃的櫃姐都會親自幫客人做試用解說的服務)，當時那位 A 櫃姐也沒有再忙其他事，只是站在鏡子前放空。

後來我又找了另一位 B 櫃姐詢問，她非常仔細地幫我解說作介紹，還幫我挑了幾款適合我的眉筆做試用，於是我決定買了幾款化妝品。最後結帳時，看到那位態度不佳的 A 櫃姐親切招呼一群打扮貴氣的女客人，雖然我只是學生，購買力比不上社會人士，但是我詢問試用完依然有購買你們的產品，因為我蠻偏愛這個品牌，只是我覺得櫃姐對每個顧客都要有親切真誠的服務態度，我也清楚你們有業績的壓力，但也不能以貌取人，憑著外表穿著打扮挑選消費購買力高的客人，感覺自己有些受到歧視，即便買到了自己喜歡的東西，心裡也不那麼好受。

- **顧客期望：我非常喜歡該品牌，所以我樂於購買他們家的產品，選購產品遇到問題時，櫃姐可以幫我做試用及介紹，幫助消費者找到適合自己的產品。**
- **顧客感知：遇到問題時我非常誠懇地向櫃姐詢問，但是她的態度並非和善。如果她對每位客人都是一樣的態度就算了，後來櫃姐看到另一群打扮貴氣的女客人後態度大轉變，臉上充滿笑容地服務。一個專業的櫃姐，怎麼能憑藉顧客的外表來決定給予的服務態度？讓我對這家品牌的偏愛度大打折扣。**

■ 案例二

有次和家人逛百貨公司的時候，到某櫃購買刷具，詢問櫃姐是否有刷具組合，櫃姐只拿了一支腮紅刷，給我看，我有點疑惑，問她說：只有這種的嗎？她的回答是，只有這種的，因為我想要攜帶方便的，所以又詢問了一次是否有攜帶方便的，她就不說話，回頭又找，說：要攜帶方便只有伸縮的哦！（又拿了一支）那支伸縮的我還是覺得有些大，我記得之前有看過小支一點的，又繼續問她真的沒有在小一點的嗎？櫃姐又重複說一次：要好攜帶就只有伸縮的哦！之後我自己去展示櫃看看，還真的看到一支跟她第一次拿給我看的刷子毛量一樣，只是是短柄的刷子，而且價錢也有差異。

雖然我只是個學生，購買的金額較少無法和 VIP 客戶相比，但我也是個消費者，一開始說只有一種，再繼續詢問下又拿出另一種，覺得櫃姐這樣的工作態度給人的感覺不是很好，這會影響我下次是否會再次消費的意願。

- **顧客期望：到專櫃消費，向工作人員詢問產品，原本以為工作人員會積極的幫我介紹我需要的商品種類，或推薦我熱賣的款式或是近期有什麼優惠活動，讓我對這個品牌留下好的印象，下次還會想來消費。**
- **顧客差距：工作人員對我的態度非常冷淡，我問一項，工作人員就拿一項，並沒有向我推薦其他符合我需求的產品，每問一次就覺得我好像一直再找工作人員麻煩，這感覺真的很差，這會影響我下次是否還會繼續購買這個牌子的意願。**

■ 案例三

某天下課，我和朋友去百貨公司某專櫃試穿鞋子，那間鞋子因為進口靠櫃所以價格都會比較高，因此很多人都會在網路上找代購，但因為尺寸問題常常有人會前往實體店面試穿鞋子，那天我也踏入了那間店，當時只有一位服務人員及一位顧客，但是跟我比起來那位顧客看起來就比較像是有購買能力的人，也有可能人員不足所以無法是當地給予協助，但是那時候進到專櫃沒有立刻主動詢問需求，反倒是我們自己找鞋子來試穿，穿了之後也是我們主動詢問尺寸才回答，當然要試穿適當尺寸時，店員還有一點疑慮，感覺就是覺得我們又是個試穿後不購買的消費者，但我們還是問了也請對方拿給我們試穿。

在期間也不見店員過來跟我們介紹，或是詢問我們的意見給予幫助，就有點覺得備受冷落的感觉，有時候去試穿是因為有需求，所以去選擇試穿更適合自己的尺寸要來做選購，但如果都是因為外在的穿著而備受冷落或是感受到不尊重，不僅沒了業績也破壞到該品牌的商譽，畢竟消費者去到了百貨公司都是希望櫃上的服務人員可以提供他們專業的知識及服務品質來對待他們，但當所受到的都是服務人員的不屑及鄙視，則會讓人產生顧客差距。

- **顧客期望:**想說此品牌現在深受年輕人的歡迎，公司在培訓員工時也會挑選親切又主動提供服務的員工，可以口條清晰態度溫和的介紹產品，產生讓消費者購買的動力，也能使得我更了解自己適合哪種款式的鞋子。
- **顧客差距:**進到店裡因為已經有服務的客人，因此我在旁邊等待，但是進去也沒有打招呼或是要我自己先看看主動詢問我的要求，還是我自己去找鞋子拿鞋子，然後試穿，並沒有主動問候及提供服務，試穿了也只是看看並沒有在近一步詢問，總感覺被當成空氣一樣。

■ 案例四

某日我與家人在某百貨週年慶時，選擇去逛知名某專櫃，卻讓我們遇上服務態度極差以臭臉對待我們的專櫃小姐，該店員上前招呼詢問我們的目的是要送禮用還是自家用？我先微笑回答她「謝謝，我想先看看就好」，沒想到店員卻突然變臉為臭臉轉頭就走進倉庫裡，隨之從倉庫裡拿出抹布和清潔劑，開始跟在我後頭，一開始我以為她只是要做基本清潔，但我們發現只要有我們走過或看過的玻璃櫃，那個地方就馬上被她擦拭清潔，讓我們覺得非常不被尊重，滿肚子氣，與家人決定客訴該品牌櫃姐，事後我也接獲該公司客服來電聯繫，表示這件事經過調查後發現是純屬該櫃姐的個人行為，除了道歉之餘在再三強調未來公司內部會加強員工服務訓練，並沒有告知我該櫃姐有何處罰。

- **顧客期望：**因我是該品牌的忠實顧客，每次消費時都期望能夠找到符合我們所需要的產品，期望專櫃小姐都能夠耐心介紹且極力滿足我們的需求，雖然這一次我們只是路過看看櫃上產品，但透過櫃姐解釋並了解產品也會提高我們想購買的動力，儘管這一次我不需要，但下一次需要時就會立刻想到來購買該產品，因為喜好該品牌也信任該品牌所帶來的服務會讓我們滿意。
- **顧客差距：**。此次經驗遇見的櫃姐態度極差，影響到品牌形象，讓我認為此公司對於專櫃人員的服務訓練或者視察專櫃人員的服務態度這部分欠缺規劃，讓顧客遭遇到不優質的服務，原本是該品牌的忠實顧客，非常信任此品牌所提供的產品，也使用的非常滿意，卻因為服務上的不滿意讓我對該品牌產生極大的不滿與失望，而喪失對此品牌的喜愛及對品牌出現不良的印象。

心得分享

- 案例 1 心得：很多人覺得進入服務業的門檻比其他行業的門檻低，但是一個品牌的服務品質絕對會影響產品銷售量。站在顧客的立場，我們當然希望服務人員可以真誠地為我們解說，顧客不但能有被尊重、重視的感覺，又能對產品更進一步了解，購買力相對也有提高的趨勢。我現在也有打工，一樣從事服務業，「微笑、您好、謝謝」是最基本的語言，我也學會主動了解顧客的需求，從寒暄交談之中更能獲得顧客的信賴。假設買賣雙方角色互換，大家都希望能得到親切、值得信賴的服務，所以更要降低顧客差距，這也是服務管理重要的一環。
- 案例 2 心得：經過多次的觀察，與新聞上的報導，有些工作人員會因為顧客的穿著或者因為是學生，在態度上會有相當大的差異！雖然不是花錢就是大爺，就要受到最好的待遇，但我認為不管身分是什麼、穿著如何，工作人員還是應該表現出應有的態度，平等的對待每位消費者，讓消費者覺得這次消費是個愉快的經驗，增加下次還會繼續購買這個牌子的意願！
- 案例 3 心得：不管如何基本的問候應該要出現，不能以表或是身分以貌取人不提供服務、介紹產品，如果消費者都這樣被對待的話，那不只消費者不會購買產品還會對此品牌大打折扣，每位消費者都應該獲得平等的對待，這才是服務的最基本。
- 案例 4 心得：因本身也是從事服務業的工作，能夠切體會到在服務到不佳客人時，自我心情上會遭受到影響，但無論如何在工作場所上，身為該品牌的業務或櫃台服務員都應該以顧客為尊的態度，工作時就是代表該品牌，應學習控制自我情緒以及加強待客之道，且身為服務業者應該以公平的服務態度去招待每一位客人，替該品牌創造好效益及好名聲。