

4A270004 薛郁珊

案例：ikea

在 IKEA，我們希望能為大家帶來種類多樣、價格低廉並且設計獨特，且讓大多數人可以負擔的起的家具家飾品，為了實現這樣的想法，我們從產品設計、原料採購、生產製造，到在分店中的經營，都不斷在創新和尋求改善。

我們知道如果要提供顧客便宜、品質又好的商品，企業必須有效的管理成本及運用創新的製造方法，這也正是 IKEA 從瑞典斯莫蘭 (Småland) 起步至今，從未改變的信念，最有效的利用原料，尋找更經濟、更有效率及更有創意的製作或包裝方式，降低成本，回饋給大家！

- 我們提供價格低廉、購物方便，以及購物當天顧客即可帶回商品的服務。此外，最重要的是，當需要協助時，店內隨時有樂於幫忙、親切友善並訓練有素的 IKEA 員工提供完善服務。
- 在 IKEA 宜家家居，從客戶來店光臨到購物完成離開，包括接待櫃檯、兒童遊戲區、結帳區、退換貨服務台，以及顧客服務中心等，店內外都能提供盡善盡美的服務。
- 客服人員提供顧客詳盡解答，預防可能產生的後續問題。為期待消費者能再度光臨，我們需要確定客戶每一次與 IKEA 互動接觸的經驗都是愉快的，讓任何來到 IKEA 的顧客，不論是在購物過程中、或購物前後，都能發現我們的服務支援跟商品一樣，令人感到溫暖窩心；同時讓他們相信，不論有何疑慮，IKEA 都能提供圓滿的解決方式。

(1) 顧客期望:Ikea 外觀使用藍色與黃色兩種色調給人一種簡單輕鬆的感覺，會吸引我的目光且進去消費，內部擺設的氛圍也給人一種溫馨親切的感覺，舒適安心讓人很放鬆彷彿走進自己家裡，整體採用溫馨簡單路線，我想內部動線應該也會簡單明瞭清楚標示家具分類好讓消費者找到，當需要協助時，店內隨時有樂於幫忙並訓練有素的員工提供完善服務解決我們的疑問。

(2)顧客差距:進去 Ikea 我覺得雖然樓層有標示家具分類，但，動線有點複雜，如果初次進去的消費者可能會迷路，詢問問題時有些工作人員服務態度並沒有很友善加上空間太大有時找不到工作人員詢問，有些產品標示不清讓消費者搞錯價格或規格，會產生後續的問題。另外，我覺得 ikea 的體驗式行銷很好，因為大多家具店展示都會標示禁止觸碰等，但，ikea 可以讓我們親自拉拉看坐坐看體驗床沙發的柔軟度或這套家具如果放在家裡會是什麼感覺，體驗服務覺得不錯。

4A270907 邱念慈

案例：爭鮮迴轉壽司

爭鮮董事長陳津秋先生到日本學習，首先發現外帶壽司的商機，便引進來台灣，於1996年5月，成立爭鮮外帶壽司其前身是「壽司霸」(Sushi 霸)第一家店成立。爭鮮秉持著顧客至上的理念，物美價廉的信念經營餐飲，以迴轉自取方式呈現給大眾消費者，爭鮮在服務與食材上以「專業、精緻、舒適」方向經營，此外爭鮮訴求「均一價，每盤30元」，成為全台灣規模最大，最便宜的迴轉壽司，爭鮮迴轉壽司的環境多採取舒適典雅類，環境的舒適可以影響一個人的食慾，所以爭鮮把店面環境做到最舒適的程度，讓消費者到爭鮮消費不只是用餐，更是一種享受。而服務員的素質，也以最嚴格的訓練，訓練他們要做到三大條件，第一條件為對顧客保持微笑；第二條件為對顧客要隨傳隨到；第三大條件為處理速度要做到最快的效率。

(1) 顧客期望：我認為到爭鮮用餐時，服務人員可以微笑面對客人，讓來用餐的顧客都能以愉快的心情離開，與客人互動能有禮貌的問候，當看到正在翻閱菜單的客人，會立即主動上前詢問，點完餐後以最短的時間，將顧客所點的餐點送上桌，用餐環境保持乾淨舒適，餐點新鮮現做，讓顧客能吃得安心又健康，整體上希望能帶給人賓至如歸的感受。

(2) 顧客差距：實際上講求顧客至上，但只要在人潮多的顛峰時刻，服務人員忙著點餐出餐，當需要點餐時服務人員無法立刻到你面前替你點餐，必須等待一兩分鐘忙完上一位客人才會替你服務，因此在點餐速度上沒有達到所謂的「對顧客要隨傳隨到」，食材方面，許多壽司種類並沒有詳細列在菜單中，造成點餐時的不便，另外，用餐環境上，服務人員在收拾盤子擺放杯盤時過於吵雜，收桌時沒有考量到旁邊正在用餐的客人，也未達到本身在服務上所謂的「環境舒適」，因此，我認為實際上感受到的服務只達到滿分中的六十分而已。

4A270912 紀彥伶

案例：夢時代

- 貼心服務－融入顧客情境，以客為尊，提供超乎顧客期望的精緻貼心服務與生活提案，讓現在和未來的顧客滿意與感動，創造驚奇的顧客經驗與價值。
- 創新生活－以領先、創新、差異化來增加新的服務及商品組合，創新顧客新的生活價值與新需求，提升顧客的生活品質。

- 真誠共享—秉持真心誠意的服務態度，與顧客分享幸福生活的愉悅體驗。能真誠的面對現實，說真話，不斷的謀求改變與進步。工作夥伴也能分享企業成長所帶來的好處。
- 止於至善—夢時代核心工作價值觀，為不達十分完美境界，決不停止努力，發展出追求卓越的工作精神來服務顧客與進駐廠商。

夢時代是創造幸福與夢想的購物中心，將與顧客、消費大眾、進駐廠商等事業夥伴、工作夥伴、股東等相關權益人共同創造與滿足大家內心之渴慕，讓顧客悠遊在充滿幸福感的購物氛圍與生活提案中，在夢時代愉悅地找到幸福與實現夢想，提升消費者的生活品質。

夢時代將成為一個滿足大家需求、值得大家信賴與支持、真心喜愛的購物中心。

- (1) 顧客期望：我希望在夢時代可以買到心目中想要的東西，除了購物之外，也希望夢時代也能秉持著以客為尊的精神，真的能提供超乎顧客期望的精緻貼心服務，還有上述提到說真話，真誠共享夢時代的產品，這樣在夢時代體驗到的優質服務，以及買到想買的東西，才是真正完全的提升我們顧客的生活品質。
- (2) 顧客差距：夢時代很大，進駐非常多別家百貨沒有的廠商，商品應有盡有，我想買的東西基本上在這裡都買得到。而夢時代也提供滿完善的服務，也以客為尊，當我在逛店家時，店員都會主動來詢問是否需要幫忙，但也不至於有超乎我期望的服務，這點比較可惜。有關說真話這部分，雖然店員多多少少都會推薦一些自家的產品，有時還是會帶點浮誇的用語來推薦，畢竟百貨公司還是以利益為先，但我還真的有遇過說話非常實在的貴姐，不會一味推薦自家商品，還會建議我其他家選擇，這讓我感到非常訝異，也很開心能遇到這種店員。夢時代應有盡有，提供的服務也讓我滿意，所以每次來這逛街時都非常的愉悅。