

職能單元代碼	TRM3R0182v2
職能單元名稱	提昇顧客服務經驗
領域類別	休閒與觀光旅遊/休閒遊憩管理
職能單元級別	3
工作任務與行為指標	<p>一、提供高品質的服務給顧客</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 確定並釐清顧客喜好、需求和期望【註1】 2. 向顧客【註2】建議合適的產品與服務來滿足他們的需求 3. 在服務過程中預測顧客喜好、需求和期望 4. 迅速地提供符合喜好的產品與服務 5. 提議附加產品與服務【註3】，並提供額外量身設計的服務與產品 6. 提供服務前檢查是否有滿足顧客的特殊需求 7. 提供專業和個人化的服務以達到有品質的服務經驗 8. 與團隊成員和合作廠商【註4】聯繫，確保有效率地提供服務 9. 和團隊成員分享顧客資訊以確保服務品質 <p>二、積極主動地應對需處理的服務問題</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 確認產品和服務的內容，以即時回應顧客問題，並採取措施以解決問題 2. 面臨產品或服務的延遲提供時，定期向顧客更新處理情形，並適時向顧客提供建議 3. 視個人權限和組織策略主動地補償服務不周的問題【註5】 4. 定期對組織內部提供關於顧客服務問題的回饋意見，並提出檢討與改善建議 <p>三、解決顧客投訴</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 運用提問技巧來確認和決定投訴【註6】的性質、可能原因和細節...等 2. 適時運用溝通技巧【註7】來協助客戶釐清問題與處理方式 3. 詢問顧客，採取迅速動作來解決投訴及避免問題升級以讓顧客滿意 4. 提供適切之反饋，並向內部提供對投訴的反饋意見，以避免未來重複發生 5. 反省及評估投訴與解決方案，以改進未來問題發生時的應

	<p>對方式</p> <p>四、建立顧客關係</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 視個人權限和組織策略，提供<u>加值服務</u>【註8】以增加業績 2. 維護顧客檔案【註9】以提昇服務經驗 3. 建立關係，提供回流客個人化的服務 4. 根據顧客檔案提供量身設計的產品與服務
<p>職能內涵 (K=knowledge 知識)</p>	<p>一、提昇顧客服務經驗和正面溝通的原則與效益</p> <p>二、透過服務經驗預測顧客喜好、需求和期望...等</p> <p>三、糾紛排解方法</p> <p>四、員工和顧客的反饋意見對於改善服務的重要性</p> <p>五、針對特定行業：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 服務業人員應達到的專業服務標準 2. 服務業面對顧客應有的態度和特質 3. 公認的服務標準和禮儀 4. 不同的顧客服務需求和期望 5. 顧客忠誠計畫的類型 6. 顧客資料庫的基本特性和運用 <p>六、針對特定組織：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 提供服務和解決客訴的指定反應時間 2. 顧客服務政策和程序，包括處理投訴...等 3. 所提供的促銷服務
<p>職能內涵 (S=skills 技能)</p>	<p>一、下列溝通技能：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 藉由觀察、提問和主動聆聽來判定顧客需求與偏好 2. 與團隊成員和合作廠商討論服務不周的問題 3. 調查獲取資訊，釐清不清楚的地方，並充分地理解顧客的投訴 <p>二、下列主動性和商業技能：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 提議額外的服務與產品 2. 主動補償服務不周的問題 <p>三、下列讀寫技能：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 閱讀和理解政策和程序 2. 記錄在顧客服務資料庫 <p>四、計算產品和服務的成本，評估利潤及考慮補償顧客的成本的</p>

	<p>計算技能</p> <p>五、確認和解決麻煩的服務狀況和解決顧客投訴問題的技能</p> <p>六、負起顧客服務成果的自我管理技能</p> <p>七、和團隊成員分享顧客資訊以確保有效率地提供服務的團隊合作技能</p> <p>八、使用管理顧客檔案與促銷活動的電腦和資料庫...等的科技運用技能</p>
評量設計參考	<p>一、評量之關鍵面向/能力證明之證據：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 在不同的場合中提供專業和個人化的顧客服務以符合各種顧客的期望 2. 與各種類型的顧客進行溝通，以提供全面品質的服務經驗，包括有特殊需求的顧客 3. 在指定時間內解決麻煩的服務狀況和客訴 4. 證明了解服務業人員應達到的專業服務標準 5. 在營業結束前和指定的反應時間內完成服務，讓所有顧客有效地得到服務 <p>二、評量所需情境與特定資源：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 實際或模擬的旅遊招待或活動產業客服情境 2. 管理顧客檔案和促銷活動的電腦和資料庫 3. 目前的商業客服政策和程序，包括客訴處理...等 4. 能與受評者互動的顧客 <p>三、評量方法：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 利用角色扮演直接觀察受評者，以評量以下能力： <ol style="list-style-type: none"> (1) 判定不同的顧客服務需求和期望...等 (2) 聯繫團隊成員以確保有效率地提供服務 (3) 提議附加產品與服務 (4) 利用促銷服務來增加回流客業績 (5) 解決客訴 2. 使用問題解決的習題，讓受評者可以找出麻煩的服務狀況的原因，並建議解決方法 3. 進行口頭或書面提問，以評量受評者對以下的了解程度： <ol style="list-style-type: none"> (1) 服務業人員應達到的專業服務標準 (2) 顧客忠誠計畫的類型

	<p>(3) 客服策略和程序</p> <p>4. 評量證據作品集以及受評者工作場域績效的第三方報告</p>
說明與補充事項	<p>【註1】顧客喜好、需求和期望：可能透過方法判定，例如主動聆聽、觀察、提問、辨識非口語的徵兆...等；可能包括：協助、安慰、禮貌、同理心和支持、緊急協助、友善、新體驗、迅速的服務、特殊要求、物有所值、標準方案的調整...等；可能與某些條件有關，例如年齡、性別、之前的認知、社會和文化特徵、特殊需要...等。</p> <p>【註2】顧客：可能包括外部顧客（例如：企業對企業、公司、電子商務、政府、線上、媒體、零售商...等）、內部顧客（例如：同事、經理、團隊成員、其它部門、分公司或地區的職員、主管...等）、新顧客或常客、訪客...等。</p> <p>【註3】附加產品與服務：可能包括不是顧客要求，但經判斷是適合顧客的產品（包括：其它目的地、額外的旅遊行程或郵輪之旅、提昇用餐經驗的雞尾酒和利口酒、活動和研討會的協調服務、顧客在目的地停留時間內的活動、節慶和娛樂節目的入場券、目的地的主要景點的入場券、額外的食物餐點（例如主餐、甜點和起司拼盤...等）、當地嚮導服務、可選用的餐點和用餐體驗、可選的旅遊行程、行李費用預支、飛機餐點預支、起飛前座位預選、私家車接送服務、代替平常的交通方式、特別優惠或全套式旅程、參加活動的專業造型、退房後行李置放、旅遊保險、住宿或班機升等、搭配餐點的葡萄酒或精品啤酒...等）。</p> <p>【註4】合作廠商：可能包括住宿業者、景點、汽車出租業者、娛樂場所、活動規劃業者、導遊、餐廳、旅遊和郵輪業者、旅遊批發業者、交通運輸業者...等。</p> <p>【註5】補償服務不周的問題：可能牽涉到考量（組織的財務限制、此交易的利潤...等）、代表顧客和合作廠商協調以降低費用或獲得額外服務、提供部份或全部服務（免費、以較低的費用...等）、提供未來參加的優惠券、較便宜的附加產品、小禮物、在服務期間的特殊關注、下次參加的特殊顧客服務...等。</p> <p>【註6】投訴：可能包括顧客的產品和服務沒有達到預期、難處理</p>

	<p>或要求高的顧客、投訴或糾紛惡化、標價或報價錯誤、其他團隊成員或合作商沒有處理特殊要求、誤會或溝通不良、服務或產品問題或瑕疵...等。</p> <p>【註7】溝通技巧：可能包括能清楚發言、易懂、使用適當的語言、方式和口氣、主動聆聽、詢問問題以取得資訊、釐清不清楚的地方以及充份地了解需求、在遵守組織政策的同時對顧客的問題表達同理心、非口語溝通及辨識非口語的徵兆、改變措辭並重覆表達問題、要求與說詞以確認顧客被正確理解、使用適合不同社會和文化族群的溝通技巧...等</p> <p>【註8】增值服務：可能包括生日禮物、顧客忠誠計畫、時事通訊、電子郵件通知 (例如銷售、新產品線、提醒將近的特別節日，例如母親節和情人節...等)、銷售禮券、優惠券...等。</p> <p>【註9】顧客檔案：可能包括生日和紀念日、顧客提供的反饋意見、產品和服務體驗的詳細資料、姓名和聯絡資料、喜好和期望 (例如最愛的產品、房間、額外要求和特殊需求...等) ...等。</p>
--	--

更新紀錄
2020年修訂職能內容。