

職能單元代碼	PIC4R2119v2
職能單元名稱	提升顧客服務滿意度
領域類別	個人及社會服務 / 個人照護服務
職能單元級別	3
工作任務與行為指標	<p>一、提供顧客高品質的服務</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 確定並釐清<u>客戶偏好</u>【註1】、需求和期望。</li> <li>2. 向顧客建議合適的產品與服務以滿足其需求。</li> <li>3. 在服務過程中，預測客戶的偏好、需求和期望。</li> <li>4. 迅速提供符合的產品與服務。</li> <li>5. 提議附加價值服務，並額外提供量身設計的服務或產品。</li> <li>6. 在交付前，檢查是否有滿足顧客的需求。</li> <li>7. 提供專業和個人化的服務，以達到高品質的服務經驗。</li> <li>8. 與團隊成員和合作廠商聯繫，確保有效率地提供服務。</li> <li>9. 和團隊成員分享顧客資訊，以確保服務品質。</li> </ol> <p>二、積極主動應對難處理的服務問題</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 在提供給顧客之前即確定產品或服務的問題，並立即採取措施解決問題。</li> <li>2. 預測產品或服務可能的延遲，並定期向顧客更新進度。</li> <li>3. 向顧客建議替代產品。</li> <li>4. 視個人權限和組織政策，主動補償服務不周的問題。</li> <li>5. 持續對內部提供關於服務的回饋意見，並提出改善建議以避免顧客失望。</li> </ol> <p>三、解決<u>客戶投訴</u>【註2】</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 運用提問技巧來確認和決定客訴的性質、可能原因和細節。</li> <li>2. 評估對顧客的影響。</li> <li>3. 運用<u>溝通技巧</u>【註3】處理客訴。</li> <li>4. 敏銳、禮貌和謹慎處理客訴。</li> <li>5. 找出解決客訴的方法。</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>6. 考量<u>組織限制</u>【註4】來決定解決客訴的選項方案，並迅速分析和決定最佳方案。</li> <li>7. 詢問顧客，迅速解決客訴及避免問題擴大，以讓顧客滿意。</li> <li>8. 運用技巧將客訴做為展現高品質顧客服務的機會。</li> <li>9. 向內部提供對投訴的回饋意見，以避免投訴重複發生。</li> <li>10. 反省及評估客訴與解決方案，以改進未來問題發生時的應對方式。</li> </ol> <p>四、建立客戶關係</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 視個人權限和組織策略，提供<u>促銷服務</u>【註5】以增加回流客業績。</li> <li>2. 維護顧客檔案，以提昇服務經驗。</li> <li>3. 建立關係，提供回流客個人化的服務。</li> <li>4. 根據<u>客戶資料</u>【註6】，提供量身設計的產品與服務。</li> </ol>
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<ol style="list-style-type: none"> <li>一、組織顧客服務政策和程序</li> <li>二、提昇顧客服務滿意度和正面溝通的原則與效益</li> <li>三、瞭解顧客偏好、需求和期望</li> <li>四、糾紛排解方法</li> <li>五、員工和顧客關係管理</li> <li>六、專業服務標準原則</li> </ol>
職能內涵 (S=skills 技能)	<ol style="list-style-type: none"> <li>一、溝通協調能力</li> <li>二、閱讀和理解政策及程序</li> <li>三、計算產品和服務的成本</li> <li>四、評估利潤及考慮補償顧客的成本</li> <li>五、解決顧客投訴問題能力</li> <li>六、資訊科技應用能力</li> </ol>
評量設計參考	<ol style="list-style-type: none"> <li>一、評量證據 <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能在不同的場合中提供專業和個人化的顧客服務，以符合顧客期望。</li> <li>2. 能與各種類型的顧客進行溝通，以提供全面品質的服務經驗。</li> </ol> </li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. 能在一定時間內解決麻煩的狀況和客訴。</li> <li>4. 能了解服務人員應達到的專業服務標準。</li> <li>5. 能在營業結束前和指定的反應時間內完成服務，讓顧客得到滿意的服務。</li> </ol> <p>二、評量情境與資源</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 準備實際或模擬的客服情境。</li> <li>2. 提供管理顧客檔案的電腦和資料庫。</li> <li>3. 提供目前的商業客服政策和程序，包括客訴處理。</li> <li>4. 安排能與受評者互動的顧客。</li> </ol> <p>三、評量方法</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 利用角色扮演方式直接觀察受評者解決客訴之過程。</li> <li>2. 評量者提供模擬情境，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。</li> <li>3. 進行口頭或書面提問，以評量受評者對服務人員應達到的專業服務標準、顧客忠誠計畫的類型以及客服策略和程序。</li> <li>4. 檢視受評者提交的證據作品集，由主管與同事提供受評者工作場域績效的報告。</li> </ol>
說明與補充事項	<p>【註1】 客戶偏好：需求和期望，通常可透過主動聆聽，觀察，提問，辨識非口語徵兆等方式判定；可能與年齡、性別、先備知識、社會和文化特徵及特殊需要等相關。</p> <p>【註2】 客戶投訴：如難處理或要求高的顧客；客訴或糾紛惡化；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3】 溝通技巧：如能清楚發言，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，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；改變措辭並重覆表達問題，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4】 組織限制：如成本和預算；提供解決方法的彈性；自己解決投訴的權限；政策和程序；此筆交易的利潤；組織內的最終職責等。</p> <p>【註5】 促銷服務：如生日禮物；顧客忠誠計畫；簡訊；電子郵件通知：銷售、新產品系列、提醒即將到來的特殊節日，如母親節和情人節、銷售禮券、優惠券等。</p> <p>【註6】 客戶資料：如生日和周年紀念日；提供意見和回饋；產品和服務體驗的詳細資料；姓名和聯繫方式；喜好和期望，例如喜歡的產品、房間、額外需求和特殊需求等。</p>
--	--

更新紀錄
2022 年修訂職能內容。