

美髮業體驗行銷與服務藍圖

許雅惠、張景旭、朱寶青

E-mail: 324800@mail.dyu.edu.tw

摘要

顧客重視美好的體驗，企業需要提供難忘的服務經驗，才能在激烈競爭中生存。本研究以SSIT法分析美髮業顧客所提供的「經歷美髮消費之顧客印象深刻的經驗故事」，發現許多形成顧客對服務正、負面印象的線索，探討這些線索的關係後，進一步將彼此有相關聯性的線所歸納為「模型」。本研究整理出正面和負面經驗故事各8個模型，並將模型的環節進一步區分為：互動區、顧客生活圈及顧客內心區三種層面，以顯示影響顧客體驗經驗的範圍及原由，這些模型依美髮服務各階段排列則組成「美髮業服務藍圖」。運用顧客主觀觀點的經驗故事推導的服務藍圖可以掌握完整而連續的顧客經驗，且服務員能直接複製其中經驗或避免失誤，不需再自行推論。

關鍵詞：美髮業、顧客經驗管理、服務藍圖

目錄

第一章緒論 第一節 研究背景與動機 第二節 研究問題與目的 第二章文獻探討 第一節 顧客經驗管理的相關研究 第二節 服務藍圖的相關研究 第三章研究方法 第一節 研究原則 第二節 研究對象 第三節 研究對象基本資料分析與效度 第四節 分析步驟 第五節 評定者間相互同意度與信度 第四章研究分析與發現 第一節 美髮服務各階段正面情緒經驗模型 第二節 美髮服務各階段負面情緒經驗模型 第三節 情緒經驗模型在藍圖中的表現方式 第四節 美髮服務顧客經驗藍圖與工作藍圖之運用 第五章結論與建議 第一節 結論 第二節 研究限制與建議 參考文獻

參考文獻

- 一、中文部分 行政院主計處(2010, September 20), 國民所得統計, [線上資料], 來源: <http://www.dgbas.gov.tw/ct.asp?xItem=27053&ctNode=497>[2010, September 20] 行政院主計處(2010, September 20), 臺灣地區歷年就業業之行業, [線上資料], 來源: <http://win.dgbas.gov.tw/dgbas04/bc4/manpower/year/t12.htm>[2010, September 20] 行政院主計處(2010, September 20), 工商及服務業普查資料查詢系統, [線上資料], 來源: <http://ebas1.ebas.gov.tw/icsweb/main.asp>[2010, September 20] 王石番(1992), 傳播內容分析法:理論與實證, 台北:幼獅書局。 王清生(2010), 美髮業之服務失誤與服務補救:主觀服務遞送藍圖取向之研究, 大葉大學人力資源暨公共關係學系未出版之碩士論文。 王雅欣(2009), 美髮業服務失誤與服務補救:員工觀點與顧客觀點之比較, 大葉大學人力資源暨公共關係學系未出版之碩士論文。 李國銑(1996), 影響台灣連鎖體系經營型態之選擇因素-以便利商店連鎖、速食連鎖、美髮美容連鎖為例, 國立東華大學企業管理研究所未出版之碩士論文。 陳弘慶(2006), 年全國大專運動會參與者之涉入程度、體驗行銷、滿意度及忠誠度之相關實證研究, 運動休閒管理學報, 4(1), 14-33。 張景旭, 朱寶青, 張馨華, 范垂爐(2006), 服務失誤之引發事件與員工回應不當行為之研究-以顧客經驗管理為取向, 關係管理研究, 4, 89-110 黃宜純(2003), 美容與美髮沙龍店長專業分析研究, 國立台灣師範大學人類發展與家庭研究所未出版之博士論文。 鄧瑞祥(2006), 美容美髮業消費生氣故事之生氣歷程模式探討 - 關鍵事件分析法與敘說分析法之比較, 大葉大學人力資源暨公共關係研究所未出版之碩士論文。 蔣禮倫(2008), 美髮服務業服務失誤與服務補救 顧客經驗管理取向之研究, 大葉大學人力資源暨公共關係學系碩士在職專班未出版之碩士論文。 謝清秀, 詹慧珊(2006), 美髮從業人員工作倦怠之研究, 建國科大學報, 25(3), 71-94。 Carbone, L. P. (2005), 顧客經驗管理(許梅芳譯), 台北:培生教育出版集團, (原文於2004年出版)。 Schmitt, B. H. (2000), 體驗行銷(王育英譯), 台北:經典傳訊出版社, (原文於1999年出版)。 Schmitt, B. H. (2006), 顧客經驗管理(顧淑馨譯), 台北縣:中國生產力中心, (原文於2004年出版)。
- 二、英文部分 Berkley, J. B. (1996). Analyzing service blueprints using phase distributions. *European Journal of Operational Research*, 88, 152-164. Bitner, M. J., Ostrom, A. L., & Morgan, F. N. (2008). Service blueprinting- A practical technique for service innovation. *California Management Review*, 50(3), 66-94. Brakus, J. (2001). A theory of consumer experiences. Unpublished dissertation, University of Missouri, Columbia. Brundage, K. J. (1991). Technology, design and service quality. *International Journal of Service Industry Management*, 2(3), 47-59. Brundage, K. J., William, R. G., & David E. B. (1995). Service logic: achieving service system integration. *Journal of Service Management*, 6(4), 20-39. Chuang, P. T. (2007). Combining service blueprint and FMEA for service design. *The Service Industries Journal*, 27(2), 91-104. Fitzsimmons, J.A., & Fitzsimmons, M.J. (1999). *Service management- operations, strategy, and information technology*(2nd ed.). New York: Irwin/ Mc Graw-Hill. Flie?, S., & Kleinaltenkamp, M. (2004). Blueprinting the service company Managing service processes efficiently. *Journal of Business Research*, 57, 392-404. Helkkula, A., & Kelleher, C. (2010). Circularity of customer service experience and customer perceived value. *Journal of Customer Behaviour*, 9(1), 37-53. Higié, R. A., & Feick, L. F. (1989). Enduring involvement: Conceptual and measurement issue. *Advances in Consumer Research*, 3(16), 690-696. Kiska, J. (2002). Customer experience

management. *CMA Management*, 76(7), 28-30. Kotler, P. (2003). *Marketing management (7th ed.)*. New Jersey:Prentice Hall. Laws, E. (1998). Conceptualizing visitor satisfaction management in heritage settings-an exploratory blueprinting analysis of Leeds Castle. *Tourism Management*, 19(6), 545-554. Leonard, L. B., Lewis, P. C., & Stephan, H. H. (2002). Managing the total customer experience. *Journal of Personal Selling & Sales Management*. Li, J. M., Yang, J. S., & Wu, H. H. (2008). Improving service quality and organisation performance through human resource practices. A case study. *Total Quality Management*, 19(9), 969-985. Martinich, J. S. (1997). *Production and operations management- An applied modern approach*. New York: John Wiley & Sons, Inc. Pine II, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy . *Harvard business review*, 76(4), 97-105. Pires, G., Stanton, P., & Stanton, J. (2004). The role of customer experiences in the development of service blueprints. *Australia and New Zealand Marketing Academy Proceedings*. Polonsky, M. J., & Garma, R. (2006). Service blueprinting: A potential tool for improving cause-donor exchanges. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 16. Shahin, A. (2010). Service blueprinting: An effective approach for targeting critical service processes – With a case study in a four-star international hotel. *Journal of Management Research*, 2(2), E9. Shostack, G.L. (1984). Designing services that deliver, *Harvard Business Review*, 62, 133-139. Shostack, G. L. (1985). Planning the service encounter. *Lexington, Massachusetts*, 1-23. Wolfenden, P. J., & Welch, D. E. (2000). Business architecture- A holistic approach to defining the organization necessary to deliver a strategy. *Knowledge and Process Management*, 7(2), 97-106. Tateson, R., & Bonsma, E. (2003). Shopping garden: Improving the customer experience with on-line catalogues. *BT Technology Journal*, 21(4), 84-91.