

餐飲業顧客經驗與服務藍圖

施惠純、張景旭、范垂爐

E-mail: 324849@mail.dyu.edu.tw

摘要

體驗經濟時代來臨，為顧客創造一個難忘的消費經驗，須仰賴服務遞送藍圖的有效設計，以具有高接觸特性的餐飲業為例，服務工作者如何透過經驗線索設計服務藍圖，使顧客留下深刻的印象，並且創造顧客再次上門消費的意願就變得非常重要。本研究從消費者的經驗中去了解在消費的過程中整個經驗的脈絡線索，以張景旭、張馨華（2006）提出的主觀事件順序技術法(subjective sequential incidents technique, SSIT)來分析顧客經驗歷程，藉由分析歸納法充分掌握顧客情緒經驗的延伸模型。並以此顧客情緒延伸模型為基礎，嘗試建構一個顧客經驗導向的服務藍圖。

關鍵詞：顧客經驗管理、服務藍圖、主觀順序事件技術、顧客經驗

目錄

中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		v 內容目錄	
vi 表目錄		vii 第一章 緒論	
1 第一節 研究背景與動機	1	1 第二節 研究目的	1
2 第二章 文獻探討	4	4 第一節 顧客經驗管理	4
5 第二節 服務藍圖的相關研究	10	10 第三章 研究方法	10
18 第一節 研究設計	19	19 第二節 研究對象	19
28 第四章 研究分析與發現	31	31 第一節 餐飲業主觀服務藍圖各階段模型	31
31 第二節 餐飲業顧客導向的服務藍圖	45	45 第五章 結論與建議	45
55 第一節 管理意涵	56	56 第二節 研究限制與建議	56
57 參考文獻	57	57 參考文獻	58

參考文獻

- 一、中文部分 王石番(1992)，傳播內容分析法:理論與實證，台北:幼獅書局 任維廉，呂堂榮，林佛諭，蔣子萱(2008)。應用服務藍圖於服務流程管理—以B2B路線貨運業為例，品質學報，15(5)，337-353。李銓，陳慧如，黃旭男(2004)。以服務藍圖建構國家公園解說服務流程，觀光研究學報，10(3)。孫路弘(1996)，餐飲服務品質管理，觀光研究學報，2(1)，79-91。馬青雲(2008)。連鎖餐飲業服務品質、滿意度及忠誠度之研究—以鄧師傅滷味為例，國立高雄應用科技大學觀光餐旅研究所未出版碩士論文，台北。張景旭，張馨華(2006)。服務經濟轉型下的「重要事件技術」爭議與對策:「主觀順序事件技術」之提出，關係管理研究，3，49-76。產業發展與民營化報告書(2010, June 4)，行政院經濟建設委員會。陳柏宏(2009)。餐飲業服務品質對顧客滿意與顧客忠誠之研究:以臺中市異國餐廳為例，東海大學食品科學研究所未出版碩士論文，台北。陳澤義(2010)。服務管理(3版)，台北:華泰文化，456-460。劉元安，謝益銘，陳育慧(2006)。探索餐飲業之體驗行銷 星巴克咖啡公司之個案研究，人類發展與家庭學報，9，60-68。蔡金川(2009)，2009前瞻產業系列座談會—美食國際化報告書，行政院經濟建設委員會。謝玲娟(2009)。連鎖餐飲業教育訓練成效評估與服務品質之研究-以中式速食業為例，輔仁大學餐旅管理研究所未出版碩士論文，台北。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)。Druck, P. (2004)，彼得·杜拉克的管理聖經(齊若蘭譯)，台北:遠流，(原文於1954年)。Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2003)，體驗經濟時代(夏業良，魯煒譯)，台北:經濟新潮社，(原文於1999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. (2004)，顧客經驗管理(顧淑馨譯)，台北:中國生產力中心，(原文於2003年出版)。二、英文部分 Abbott, L.(1955).Quality and Competition, New York : Columbia University Press. Andreassen, T. W. (1998).Antecedents to satisfaction with service recovery. European Journal of Marketing, 34(1), 156-175. Berkley, B. J. (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. Bitner, M. J., Booms, B. H., & Tetreault, M. S. (1990). The service eecounter: Diagnosing favorable & unfavorable incidents. Journal of Marketing, 54(1), 71-84. Carbone, L. P. ,Haecel, S. H. (1994) .Engineering Customer Experience. Marketing Management, 3 (3) , p8-19. CHUANG, PAO-TIAO莊寶鵬 (2007) ,Combining Service Blueprint and FMEA for Service Design.The Service Industries Journal,27(2),91-104. Edvardsson, B. & Mattsson, J. (1993) .An Experienced-Based Measure of Service Quality, The Service Industries Journal, Vol. 13, No. 4 (October 1993), pp. 289-306 , PUBLISHED

BY FRANK CASS, LONDON Flie?? S. & Kleinaltenkamp, Michael (2004) . Blueprinting the service company Managing service processes efficiently. *Journal of Business Research* 57 . 392 – 404 Haeckel, S. H.,Carbone, L. P. & Berry, L. L. (2003) .How to Lead the Customer Experience.2003 EBSCO Publish,20-23. Helkkula & Kelleher (2010) . Circularity of customer service experience and customer perceived value . *JOURNAL OF CUSTOMER BEHAVIOUR*,9(1), 37-53. Holbrook, M. B. (1994) . The Nature of Customer Value:An Axiology of Services in the Consumption Experience. In *Service Quality:New Directions in Theory and Practices*,edited by R.Rust and R.L.Oliver,Sage,CA:Newbury Park,pp.21-71 Kingman-Brundage, J. (1989) , The ABCs of service system blueprinting, *Designing a Winning Service Strategy*, edited by Bitner, M. and Crosby, L., AMA, Chicago, 30-33. Kingman-Brundage, J. (1991) , Technology,Design and Service Quality. *International Journal of service Industry Management*.2 (3) .47-59. Kingman-Brundage, J., George, W. R.& Bowen, D. E. (1995) . “ Service logic ” : achieving service system integrationInternational. *Journal of Service.Industry Management*, Vol. 6 No. 4, pp. 20-39 Law, E. (1998) .Concetualizing visitor satisfaction management in heritage settings:an exploratory blueprinting analysis of Leeds Castle.Kent.*Tourism Management*, 19(6), 545-554. Lovelock, C., Patterson, P. and Walker, R., 2001. *Services Marketing: An Asia-Pacific Marketing*, 8(4), 307-316. Meyer, C. & Schwager, A. (2007) .Understanding customer Experience.*Harvard Business Review*,117-126. Patterson, A., Hodgson , J. & Shi, J. (2008) . Chronicles of ‘ customer experience ’ :the downfall of Lewis ’ s foretold , *JOURNAL OF MARKETING MANAGEMENT*, 2008, Vol. 24, No. 1-2, pp. 29-45 Pires, G., Stanton, P., & Stanton, J. (2004) .The Role of Customer Experiences In The Development Of Service Blueprints. in *Proceedings, ANZMAC*, Wellington, New Zealand. Polonsky, M. J. & Garma, R. (2006) .Service Blueprinting:A Potential Tool for Improving Cause-Donor Exchanges. *Journal of Nonprofit & Sector Marketing*, 16(1/2),1-20 Shahin, A. (2010) .Service Blueprint:An Effective Appraach for Targeting Critical Service Processes - With a Case Study in a Four-Star International Hotel. *Journal of Marketing Research*, 2(2),1-16. Shostack, G. L.(1987). Service positioning through structural change. *Journal of Marketing*,51, 34-43. Wolfenden, P. J., & Welch, D. E. (2000) .Business Architecture:AHolistic Approach to Defining the Organization Necessary to Deliver a Strategy.*Knowledge and Process Management*, 7(2),97-106.