

房屋仲介業客戶服務系統之建立

周兒坤、楊明璧；邴傑民

E-mail: 8809509@mail.dyu.edu.tw

摘要

房屋仲介業是一個亦新興又古老的行業，其所銷售的標的不只是實質的物件，提供給買、賣雙方的「服務」更是其生存的重要要素。本研究以實務的經營層面，並運用相關學理，分析現有房屋仲介業之「客戶服務系統」現況，提出新的架構與準則，並且對於客戶服務系統之權責，提出新的觀念。其中最重要的研究結果有：一、客戶服務系統之定位：以往客戶服務系統只是為因應客戶訴怨的一種機制。但這種「被動式」的服務是無法提升客戶服務的品質。本研究建議應改取「主動」的服務，確切掌握客戶的心聲，以達到民之所欲，常在我心，這樣才能真正有效做到真正的客戶服務。二、客戶服務系統之範疇：傳統上，客戶服務系統是一種售後服務，而這種售後服務是在客戶在有抱怨後，組織才給予亡羊補牢，這對於整體的服務並無太大的作用。而客戶對於客戶服務的認知與感觸，卻是在於整個交易的程序。因此，客戶服務系統所應管轄的範圍因由傳統的售後客戶滿意調查，延伸到交易的主體?開發、銷售、代書。

關鍵詞：房屋仲介業；客戶服務系統

目錄

第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	3
第三節 研究範圍與對象	7
第四節 研究步驟	9
第五節 問卷與訪談設計	11
第六節 研究方法	12
第七節 研究限制	15
本章註解	16
第二章 文獻探討	17
第一節 房屋仲介業的定義	17
第二節 房屋仲介業的歷史	19
第三節 房屋仲介業經營體系	23
第四節 服務品質	26
第五節 房屋仲介業客戶服務	32
本章註解	39
第三章 房屋仲介業客戶服務系統之概念性架構	40
第一節 客戶服務系統現況與訪談資料	40
第二節 觀念性基礎架構	52
第三節 研究構面說明	53
第四章 客戶服務系統之建立	57
第一節 開發系統與銷售系統	57
第二節 代書系統	66
第三節 輔助系統	69
參考文獻	74
第五章 客戶服務支援系統	75
第一節 房屋仲介業的產業特性	76
第二節 教育訓練	80
第三節 員工激勵	87
本章註解	90
第六章 研究結論與建議	91
第一節 對於業界的建議	91
第二節 後續研究建議	99
參考文獻	100
附件：訪談問卷.....	104

參考文獻

1. 中文文獻 1. 太平洋房屋，太平洋房屋客戶服務系統標準化手冊，1997 2. 不動產市場雜誌，1998 不動產相關產業分析，1998 3. 中村卯一郎著，謝文龍譯，抱怨處理，遠流出版，1998 4. 住商不動產，交易流程說明書，1997 5. 住商不動產企劃室，成屋市場開發與經營研究，民82 6. 呂憲桐，房屋仲介服務品質之實證研究，政治大學企業管理研究所出版碩士論文，民79 7. 李雅雯，服務品質與消費者行為相關性之研究，大葉大學事業經營研究所出版碩士論文，民87 8. 邱惟明，顧客滿意、顧客不滿意與顧客轉移態度之研究，大葉大學事業經營研究所出版碩士論文，民85 9. 信義房屋、觀點市場研究顧問公司，房屋仲介形象定位研究報告，民84 10. 信義房屋，房屋仲介服務手冊，民85 11. 陳昭同，消費者購後不滿意反應類型之研究，東海大學食品科學研究所出版碩士論文，民82 12. 運籌廣告，太平洋房屋如何重回第一的寶座，民86 13. 運籌廣告，太平洋房屋如何重回第一的寶座，民87 14. 張金鶚，房地產交易制度之研究 仲介制度之探討，內政部營建署委託政治大學地政學系研究，民78 15. 翰軒出版社，房屋仲介公司對客戶權益應有之保障服務研究，民84 16. 衛南陽，顧客滿意學，牛頓出版社，民85 17. 闕河士，消費者抱怨行為及其影響因素，政治大學企業管理研究所出版碩士論文，民80 18. 蘇學恭，品質，有五種定義，生產力中心，民78