

# Research on Customer Relationship Management (CRM) applied to school administration-The case of school bus management

紀明輝、梁文耀

E-mail: 9222551@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

In the depressing economy of Taiwan at this moment, parents almost can not afford the expensive tuition of private schools for their children, which causes private schools to confront intense competitions is quite obvious. But how to make the schools' characteristics stand out by applying the concept of 『Customer Relationship Management』 to improve the quality of teaching and school administration, particularly for school bus management of pick-up students, is the key to raise their satisfaction and enhance students' willingness of study. Building interaction with customers helps to raise their satisfaction with school management and recruitment process. Moreover, applying knowledge-based strategy to school administration creates more valuable relations with customers for school. In doing so, teaching quality and customers' needs stay on the top priority. This research was based upon school management efficiency and effectiveness, which can be improved along with the theory of the execution techniques of customer management and information technology. To sum up, this paper mainly discussed how to transfer customers' needs to school operating standard to meet their requirement and winning their recognition from information technology that the school applied.

Keywords : Customer Relationship Management, School administration, School Bus management.

## Table of Contents

第一章 諸論	1	1.1 研究動機	1	1.2 研究目的	1	1.3 研究範圍與限制	3	1.4 研究流程	3
第二章 文獻探討	6	2.1 學校面對招生的衝擊	6	2.2 教育行銷與關係行銷	9	2.3 顧客關係管理之理論	15	2.4 顧客關係管理的架構	18
2.5 顧客關係管理與校務行政關係	37	第三章 顧客關係管理應用於校務行政運作架構	39	3.1 觀念性架構	39	3.2 顧客關係管理導入校務行政的步驟	40	3.3 顧客關係管理整合校務行政的應用模式	43
第四章 個案研究	57	4.1 學校簡介	57	4.2 個案學校校車管理行政簡介	57	4.3 顧客關係導入校車系統之運作	58	4.4 導入顧客關係管理實證研究	63
第五章 結論	81	5.1 結論	81	5.2 後續研究與建議	82	參考文獻	83	附錄一 校車乘車滿意度問卷調查表	90

## REFERENCES

1. 安迅資訊 (NCR), 『客戶導向時代的企業智慧腦』, 資訊與電腦, 第240期, 頁50-33, 民89.
2. 安迅資訊 (NCR), 『整合企業經營策略與顧客關係管理』, 電子化企業經理人報告-電子化顧客關係管理, 第5期, 頁20-25, 民89.
3. 江志正, 『策略管理在學校經營上的應用』, 臺中師院學報, 11期, 民86.
4. 余慕蕓、李可琪, 『網路客服中心的應用與管理』, 電子化企業:經理人報告, 民89.
5. 呂玉娟, 『客戶資料倉儲-企業維繫顧客關係的智慧腦』, 能力雜誌, 第524期, 民88.
6. 呂清祿, 『銀行業客戶關係管理系統之處理機能與成功建置因素之實證研究』, 私立淡江大學資訊管理研究所碩士論文, 民91.
7. 李繼來, 『儘速修訂私校法』, 中央日報, 文教焦點, 民國90年8月24日.
8. 吳文憲, 『如何提高職校行政效能』, 技職月刊47期, 民86.
9. 吳文宗, 『資料倉儲和ERP的重要關係』, 資訊與電腦, 第240期, 民89.
10. 吳明璋、陳俊明、韓文斌合著『企業e化策略與實務』, 商周出版公司, 民89.
11. 林青海著, 『知識管理與教育發展』, 元照出版公司, 民91.
12. 林義堡, 『運用資訊科技推動顧客關係管理』, 電子化企業經理人報告-電子化顧客關係管理, 第5期, 頁35-42, 民89.
13. 林信忠, 『資料發掘技術應用於健保醫療技術稽核之研究』, 元智大學管理研究所, 碩士論文, 民88.
14. 林震岩、賴宏誌主編, 『電子商務贏的經營策略』, 華泰文化事業公司, 民90, 台北.
15. 洪彩雲, 『私立高職面臨的衝擊與增加競爭力的策略』, 商業職業教育季刊85期, 民91.
16. 徐小均, 『資料倉儲大未來-關係管理科技』, 資訊與電腦, 第240期, 頁65-67, 民89.
17. 許錫芬, 『ERP廠商進入CRM市場全力佈樁』, 電子時報, 民88.
18. 夏載, 『安迅資訊系統公司剖析資料採礦在顧客關係管理』, 電子化企業經理人報告, 第17卷, 民90.
19. 高家斌, 『非營利組織市場導向與組織績效之研究-以企業文教基金會為例』, 國立臺灣師範大學社會教育研究所碩士論文, 民90.
20. 陳義鴻, 『提升私立高職學校經營競爭力』, 商業職業教育月刊81期, 頁12-17, 民90.
21. 陳文

華,『運用資料倉儲技術於顧客關係管理』,能力雜誌,第527期,頁132-138,民89年. 22. 黃政傑,『職校招生不足問題及因應之道』,技術及職業教育雙月刊,第62期,民91. 23. 張在山譯, Kotler, P. and Andreasen, A.R原著,『非營利事業的策略性行銷』授學出版社,民80. 24. 張月鳳,『策略性資料庫行銷應用於信用卡市場之實證研究』,國立臺灣大學國際企業研究所,碩士論文,民90. 25. 張廣熙,『以行銷與管理的角度切入CRM』,數位時代雜誌,專刊2號,巨思文化股份有限公司,民90. 26. 張慶賀、沈肇基,『淺談資料倉儲』,資訊與教育雜誌84期,民90. 27. 張銀富著,『學校行政-理論與應用』五南文化事業公司,民91. 28. 湯堯著『學校經營管理策略』五南圖書出版公司,民89. 29. 彭曉瑩,『師範校院教育行銷現況、困境及發展策略之研究』,國立台南師範學院國民教育研究所碩士論文,民89. 30. 鄭燕祥著,『學校效能及校本管理發展的機制』,心理出版社,民90. 31. 蓋浙生著,『教育經營與管理』,師大書苑有限公司,民91. 32. 遠擎顧問公司,『顧客關係管理深度解析』,台北:遠擎,民90. 33. 楊東麟、洪銘傳,『資料探勘在資料倉儲的應用』,資訊與教育雜誌84,民90. 34. 劉煥深,『從ERP、SCM、CRM到電子商務』,文魁資訊股份有限公司,民91. 35. 廖宜恩、李盈潔,『資料探勘在網際網路上的應用』,資訊與教育雜誌84,民91. 36. 蔡子安,『私立職校行銷之探討』,技術及職業教育雙月刊,第35期,民85. 37. 盧坤利,『台灣地區企業採用顧客關係管理系統之影響因素研究』國立台灣大學商學研究所碩士論文,民89. 38. 藍中賢,『結合模糊集合理論與貝氏分類法之資料探勘技術-應用於健保局醫療費用審查作業』,元智大學資訊研究所資訊管理組,碩士論文,民89. 39. 鄭彩鳳,『學校行政-理論與實務』麗文文化公司,民89. 40. 資通電腦,『資料倉儲系統簡介(上)』,資訊與電腦,第194期,頁124-129,民85. 二、國外文獻 1. Berry, L.L., "Relationship Marketing, Emerging Perspective on Service Marketing", American Marketing Association, pp.25-28 1983. 2. Berry, L.L., and Parasuraman, A., "Marketing Service Competing Through Quality", New York: The Free Press, 1999. 3. Berry, L.L., "Relationship Marketing of Services-Growing Interest, Emerging Perspectives", Journal of the Academy of Marketing Science, No.23, pp. 236-245, 1995. 4. Christian, G., "Relationship Marketing: strategic and tactical implications", Management Decision, 1996. 5. Chaudhuri S., and Dayal U., "An overview of data warehouse and OLAP technology", ACM SIGMOD Record, pp. 65-74, 1997. 6. Dragoon, A. Jane's adventure in CRM land. CIO. 2000. 7. Fayyad, U. M., "Data Mining and Knowledge Discovery: Making Sense Out of Data", IEEE Expert, Vol. 11, No.5, pp.22-23, October 1996. 8. Holden J, "CRM shouldn't hurt", Sales and Marketing Management, pp.29-30, Feb 2001. 9. Inmon, W. H., Imhoff, Claudia, and Sousa, Ryan, "Corporate Information Factory", N.Y.: John Wiley and Sons, Inc., 2001. 10. Kalakota, Ravi and Marcia R, "E-Business: Roadmap for Success", Addison-Wesley, 2000. 11. Kotler, P., "Kotler on Marketing: How to Create, Win and Dominate Markets", New Jersey Carla Bolte, 1999. 12. McGarr, M. S., "Competition Stirs in Customer Relationship Management Market", Electronic Commerce World, pp.36-41, January 2000. 13. Michael, J., "Data Mining Techniques for Marketing, Sale, and Customer Support", Wiley, 1997. 14. Morgan, R. M., and Shelly D. Hunt, "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing", Journal of Marketing, Vol.58, pp.20-38, 1994. 15. Ott J, "Successfully development and Implementing Continuous relationship management", eBusiness executive report, pp. 26-30, Nov, 2000. 16. Pivotal Co., "Electronic business relationship management", Pivotal Co. Business Report, pp.39-45, Oct, 1999. 17. Kotler, P., Marketing for Nonprofit Organization, 2nd, Engiewood Cliffs, N. J. :Prentice-Hall, 1982. 18. Robinson, R., Customer relationship management, Computerworld. Aug, 2000. 19. Shani, D., and Chalasani, S., "Exploiting Niches Using Relationship Marketing", Journal of Consumer Marketing, No.9, pp.33-42, Summer 1992. 20. Shahla, B., "Changing the game: CRM in the e-world", IBM Co., February 2001. 21. Shortell, S.M. and Zajac E.J., "Perceptual and archival measures of Miles and Snow's strategic types: a comprehensive assessment of reliability and Validity", Academy of Management Journal, Vol.33, No.4.1996. 22. Stone, M., and Woodcock, N., "Relationship Marketing", London: Kogan Page, 1995.