

The study of Enterprise Operating Performance affected by Customer Service Center (CSC)

黃貞琇、王學銘

E-mail: 9416146@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The business environment is changing fast, due to the high development of information technology, the raising of consumer consciousness, the trend of globalization and the innovation of enterprise operating. All of these make service quality to be more and more important. Originally, to establish professional "customer Service Center" were from some companies which make consume products in Taiwan. During the time about 1985, many enterprises especially the international trade company facing serious competitive situation, they realized that the customer services was the very important tool to obtain the purchasing orders. The Customer Service Center is the closest part to contact the customers to win new customer, hold the old customer and implement mutual communication with customers. By the Customer Service Center, the enterprise can more focus on the activities of service, it's the best way that lead the enterprises to understand the situation of market and keep the customer relationship. The study will apply to the GAO Model by five dimensions: Product and Service quality, Customer satisfaction, Quality Systems and Employee involvement, Organization benefits, Competitive. We send questionnaire to three different type companies in order to approve the adequacy. Consequently, we found that in organization benefits dimension (include three index: the cost, the floating ratio of employees and the employees satisfaction), all of these three industries do not implement it well. In general, Customer Service Center should try to increase diversification to make more benefit for enterprise.

Keywords : Customer Service Center ; Service quality ; Customer relationship management

Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書 iii 中文摘要 iii 英文摘要 v 誌謝 vi 目錄 vii 圖目錄 ix 表目錄 xi 第一章 緒論 1 1.1 研究背景 1 1.2 研究動機 4 1.3 研究目的 5 1.4 研究流程 6 第二章 文獻探討 8 2.1 顧客關係管理之探討 8 2.1.1 整體顧客服務體系 10 2.1.2 顧客關係管理與顧客服務中心相關性之探討 14 2.1.3 服務介面 19 2.2 顧客服務中心整體面 22 2.2.1 顧客服務中心系統的發展 25 2.2.2 顧客服務中心的人員層面 34 2.2.3 客服中心的角色定位 39 2.3 服務品質 45 2.3.1 服務品質之組成因素 50 2.3.3 顧客服務中心品質稽核 69 2.4 國、內外相關文獻之探討 72 2.4.1 國內相關文獻之研究 72 2.4.2 國外相關文獻之研究 75 第三章 研究方法 77 3.1 研究架構 77 3.2 研究設計 78 第四章 問卷訪談與資料分析 90 4.1 個案一、高科技產業 E寬頻電信股份有限公司 90 4.2 個案二、製造業 P電器業 98 4.3 個案三：服務業 T客服科技股份有限公司 106 4.4 個案之客服中心B2B與B2C比較 118 第五章 結論 120 5.1 研究結論 120 5.2 研究建議 124 5.3 對後續研究學者之建議 126 參考文獻 127 附錄：訪談之問卷 134

REFERENCES

1. 天下雜誌(2004),
2. 李占文 (2001), 客戶服務中心建置初期委外服務之研究 以金融業為例, 中原大學資訊管理研究所。
3. 李明德、曾俊欽 (2003), 科技客服:客服中心系統建置。台北市:培生教育出版集團。
4. 李政忠 (1999), 服務業顧客服務中心之管理機制之比較研究, 國立臺灣大學商學研究所。
5. 果芸 (2002), 引領電子商務起飛的Call Center, 資訊與電腦, p.38。
6. 吳欣穎 (2000), 企業導入顧客關係管理之研究, 國立台北大學企業管理學系。
7. 林幼青 (2003), 客服中心委外服務之個案研究, 國立政治大學企業管理學系碩士班。
8. 林琬儒 (1999), 電話服務中心之服務品質分析:以中華電信障礙服務為例, 國立中山大學資訊管理學系研究所。
9. 吳永智 (1999), 建構高階主管品質資訊系統(EQIS)之規劃參考模式的初期先導研究, 國立臺灣大學工業工程學研究所。
10. 吳耀明 (2001), 電信服務事業顧客關係管理之研究, 國立中山大學企業管理學系研究所。
11. 姜至晏 (2003), 創造顧客滿意之管理模式, 台灣高科技企業與傳統製造業之實證研, 朝陽科技大學工業工程與管理系碩士班。
12. 柳萬傑 (2001), 台灣地區大型服務業採用顧客關係管理系統(CRM)影響因素之研究, 國立交通大學經營管理研究所。
13. 高子欽 (2003), 魅力客服:客服中心的人員管理。台北市:培生教育出版集團。
14. 侯明佑 (2002), 客服中心運用於顧客關係管理、關係行銷及服務品質之實證研究-以B銀行企業金融部門為例, 國立成功大學高階管理碩士在職專班。
15. 翁翠媛 (1988)網際網路服務品質構面之探討 - 以專業財經資料庫為例, 國立台灣大學商學研究所碩士論文。
16. 陳巧佩 (2001), 企業導入顧客關係管理決策之研究, 國立政治大學企業管理學系。
17. 陳明德 (2002), 以資訊處理觀點探討顧客關係管理之成效 - 以中華電信為例, 朝陽科技大學企業管理系碩士班。
18. 陳秀津 (2000), 台灣地區連鎖業追求卓越與其績效關聯性之研究, 彰化師範大學商業教育學系在職進修專班。
19. 陳信宏 (2000), 客戶服務中心規劃與發展之研究, 暨南國際大學資訊管理學系。
20. 陳雅芳 (2001), 健保局中區分局推行TQM之案例分析 以國品獎為架構, 中原大學工業工程研究所。
21. 曾世忠 (2003), 效率客服:客服中心的程序規劃。

台北市:培生教育出版集團。 22. 黃怡音 (2003), 服務品質對顧客滿意度及忠誠度之研究-以信用卡客服中心為例。 23. 黃兆春 (2002), 企業卓越與靈活經營之研究-以台灣製造業為例, 東海大學管理碩士學程在職進修專班。 24. 曾幸怡 (2001), 客服中心之營運模式建立及執行規劃, 國立清華大學科技管理研究所。 25. 張世清 (2003), 行動電話業客服話務預測之研究-以某客服公司為例, 元智大學資訊管理學系碩士班。 26. 張俊榮 (2001), 顧客關係管理參考模式之研究, 國立台北科技大學商業自動化與管理研究所。 27. 張瓊云 (1999), 托兒所所長領導型式、托兒所組織氣氛、保育人員組織承諾與服務機構組織績效關係之研究--以台北市為例, 中國文化大學兒童福利研究所。 28. 楊珮伶 (2001), 企業整體顧客關係管理運作模式之研究, 國立政治大學資訊管理學系。 29. 劉厚儀 (2000), 以網際網路技術為核心之模組化多功客服中心系統設計, 國立清華大學工業工程與工程管理學系。 30. 廖錦瑜 (2003), 客服中心委外服務之研究-交易成本之分析, 國立政治大學企業管理學系碩士論文。 31. 遠擎管理顧問公司編 (2001), 顧客關係管理深度解析: Customer relationship management insight. 台北市:遠擎管理顧問。 32. 謝宏恩 (2002), 顧客關係管理於固網產業之應用-以國際電話業務為例, 實踐大學企業管理研究所。 33. 橫南陽 (1996), 顧客服務系統規劃。台北市:牛頓出版股份有限公司。 34. 盧坤利 (2000), 台灣地區企業採用顧客關係管理系統之影響因素研究, 國立臺灣大學商學研究所。 35. 謝朋芳 (1999), 誰讓顧客微笑了 - 探討顧客服務的成功因素, 突破, 168期, pp.20 36. 藍弘凱 (2003), 無店鋪零售顧客服務中心作業特性之研究, 國立臺灣大學商學研究所。 37. 藍德聖 (2000), 客服中心 - 作業協調和顧客管理, 國立臺灣大學商學研究所。 38. 羅伯特 史派特、派屈克 麥西卡 (1998), 顧客服務心, 台北市:智庫文化出版。 39. 羅珊 德西羅 (2002) 活力客服: 打造人性化的客服中心, 子鳳、李瓊芬譯。台北市:經濟新朝社出版。 英文文獻 1.Achim Walter, "Relationship Promoters, (1999), Driving Forces for Successful Customer Relationships. 2.Alan Miciak, Mike Desmarais, (2001), Benchmarking service quality performance at business-to-business and business-to-consumer call centers, The Journal of Business & Industrial Marketing, vol.16 (5), pp. 340-354. 3.Bradshaw, D., (1999), Next Generation Call Centers-CTI, Voice and the Web, Ovum Pty Ltd. 4.Chris Rygielski, Jyun-Cheng Wang, David. Yen, (2002), Data mining techniques for customer relationship management, vol. 24, pp. 483-502. 5.Colin Armistead, Julia Kiely, Linda Hole and Jean Prescott, (2002), An exploration of managerial issues in call centers, Managing Service Quality, Vol.12, pp246. 6.David Bradshaw and Colin Brash, (2001), Managing customer relationships in the e-business world: how to personalize computer relationships for increased profitability, International Journal of Retail & Distribution Management, pp. 520-529. 7.Gaby Odekerken-Schro, Kristof De Wulf, Patrick Schumacher (2003), Strengthening outcomes of retailer—consumer relationships. 8.Garvin, D. A., (1984), What does 'product quality' really mean?, Sloan Management Review, 26(1), pp. 25-43. 9.Gronroos, D., Strategic, (1983), Management and Marketing in Service Sector, Marketing Science Institute. 10.Gronroos, C. (1984), A Service Quality Model and Its Marketing Implication, European Journal of Marketing vol.18, p36. 11.James R.Evans William M. Lindsay,(2002), The Management and control of Quality, p118. 12.Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L.,(1991) Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale, Journal of Retailing, vol.67, pp.420-450 13.Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L.,(1991), Understanding Customer Expectations of Service,Sloan Management Review, p43. 14.Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L.,(1988), SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality,Journal of Retailing, vol.64, pp.12-40. 15.Parasuraman, Zeithaml & Berry, (1985), A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research, Journal of Marketing, vol.49, pp.41-50. 16.Tsily Friedman, (2001), Call center management: Balancing the numbers, Industrial Management. vol 43(1), pp.6-11. 相關網站 1.中華民國品質學會: <http://www.csq.org.tw/index8.htm> 2.國家品質獎: <http://nqa.csd.org.tw> 3.國家優良案例楷模: <http://edu.cpc.org.tw/Q2002/q-ward/index.htm> 4.歐洲國家品質獎: <http://www.efqm.org> 5.天下網站: <http://www.cw.com.tw> 6.台灣客服發展協會: <http://www.tccda.org.tw>