

客服中心服務失誤與服務補救

潘素靜、張景旭

E-mail: 9901068@mail.dyu.edu.tw

摘要

客服中心近年來倍受各界重視，但服務品質一直受到質疑。為深入探索客服中心服務失誤的原因及服務補救類型，本研究採取主觀順序事件技術分析法方法(subjective sequential incidents technique, SSIT)，針對彰化地區大專院校之大學部、研究所及在職進修研究所的學生為對象，蒐集服務失誤的消費故事共16篇。整理後在「申請辦理」、「退換貨品」與「帳單糾紛」三個情節，發現有連續服務失誤、重複核對基本資料、服務禍延、推諉卸責、拒絕辦理、登錄不全、祕密行政、恐嚇威脅、配合指證等負面情緒的氣點特徵。在服務補救有口頭道歉、坦承失誤尋求幫忙、解釋失誤的理由、通知換貨、安撫顧客、補救失誤等類型。建議客服中心營運避免重蹈服務失誤，及讓消費者認可滿意的補救措施，提升客服業的服務品質。

關鍵詞：客服中心；服務失誤；服務補救

目錄

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		v 內容目錄	
vi 表目錄		viii 第一章 研究背景與目的	
1 第一節 研究背景	1	1 第二節 研究目的	1
2 第二章 文獻探討	4	4 第一節 客服中心	4
4 第二節 服務失誤	7	7 第三節 服務補救	7
16 第三章 研究方法	19	19 第一節 研究對象	19
19 第二節 研究假設	21	21 第四章 研究結果	21
27 第一節 氣點類別定義	27	27 第二節 服務情節氣點特徵	27
30 第三節 客服中心服務失誤與文獻比較差異	42	42 第四節 服務補救	42
50 第五章 結論與建議	53	53 第一節 結論	53
53 第二節 研究限制與建議	55	55 參考文獻	55
57 附錄A 案例故事	63	63 附錄B SSIT實力分析	63
67 附錄C 氣點摘要表	73	73 附錄D 情節類別摘要	73
77 附錄E 單一情節氣點特徵表實例	83		

參考文獻

尤曉雯(1997)，整合性客服中心的功能與建置，資訊與電腦，9，56-59。李振維(2000)，新一代電話服務中心，網路資訊，5，104-107。李若男(2007)，電信零售業服務失誤與服務補救 - 以自先控制感觀點探討，私立大葉大學人力資源暨公共關係學系未出版之碩士論文。林琬儒(2000)，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研究所未出版之碩士論文。林冠奇(2004)，航空公司客服中心服務品質與顧客滿意度之研究，國立成功大學交通管理學系碩士班未出版之碩士論文。周震平(2000)，總結篇 - Call Center目標管理及績效評估，通訊雜誌，78，104-105。胡金糸(2003)，電信服務業客服中心服務品質之研究 - 以A公司為例，國立中山大學企業管理學研究所未出版之碩士論文。施柏均(2000)，服務失誤、服務補救、顧客滿意與購買意願之探討 - 以行動電話服務業為例，國立臺北科技大學商業自動化與管理研究所未出版之碩士論文。廖森貴，施柏均(2001)，行動電話服務業服務失誤與補救之研究，臺北科技大學學報，34，1。張景旭，朱寶青，范垂爐，張馨華(2006)，服務失誤引起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，4，111-139。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，3，47-76。張景旭，朱寶青，陳佳欣(2007)，化妝品零售業服務失誤之研究 - 以顧客經驗管理點探討，關係管理研究，5，33-54。黃甘杏(2005)，服務品質、關係品質與顧客滿意度關係之研究：以台電中部客服中心為例，國立台北大學公共行政暨政策研究所未出版之碩士論文。黃至賢(2003)，客服人員的人格特質對其工作績效之影響，國立政治大學企業管理研究所未出版之碩士論文。鄭紹成(1987)，服務業服務失誤、挽回服務與顧客反應之研究，私立中國文化大學國際企業管理研究所未出版之博士論文。鄭紹成(2005)，服務行銷與管理：亞太案例。本土思維，台北：雙葉書廊。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未出版之碩士論文。郭美懿(2000)，從自有走向專業分工Call Center也吹委外風，通訊雜誌，76，34-36。蔡

易霖(2005), 客服人員教育訓練對員工績效與組織績效的影響 - 以金控公司銀行為例, 私立崑山科技大學企業管理研究所未出版之碩士論文。 李智淵, 任賢旺(2009), 客戶服務部的投訴管理, 客戶服務部工作流程, 台北:憲業企管問有限公司。 高幸如(2006), 服務失誤、服務補救與顧客後續行為意圖之關係研究 - 以銀行業為例, 私立龍華科技大學商學與管理研究所未出版之碩士論文 二、英文部份

Bitner, M. J., Booms, B. M., & Tetreault, M. S. (1990). The service encounter: Diagnosing favorable and unfavorable incidents. *Journal of Marketing*, 54(1), 71-85. Bitner, M. J., Booms, B. H., & Mohr, L. A. (1994). Critical service encounters: the employee ' s viewpoint. *Journal of Marketing*, 58(4), 95-106. Brendan B. R. (2001). Certifying Your Call Center Staff [Online]. Available: <http://www.callcentermagazine.com/> [2009, October 20]. Christo, B. (1997). An experimental study of service recovery option. *International Journal of Service Industry Management*, 8(4), 4, 110-130. Conlon, D. E., & Murry, N. M. (1996). Customer perceptions of corporate responses to product complaints: The role of explanations. *Academy of Management Journal*, 39, 1040-1056. Cleveland, B., & Minnucci, J. (2000). Developing the E-enabled call center: A strategic perspective. *Business Communications Review*, 30(10), 44-50. Eiglier, P., & Lovelock, L. E. (1977). Service As System: Marketing Implication in Marketing Consumer Services. Massachusetts: Marketing Science Institute. Gronroos, C. (1988). Service quality: The six criteria of good perceived service quality. *Review of Business*, 9(3), 10-13. Hoffman, K. D., Kelley, S. W., & Rotalsky, H. M. (1995). Tracking service failures and employee recovery efforts. *Journal of Services Marketing*, 9(2), 1-11. Hoffman, K. D., Kelley, S. W., & Rotalsky, H. M. (1995). Tracking service failures and employee recovery efforts. *Journal of Service Marketing*, 9(2), 49-61. Johnston, T. C., & Hewa, M. A. (1997). Fixing service failures. *Industrial Marketing Management*, 26, 452-467. Keaveney, S. M. (1995). Customer switching behavior in service industries: An exploratory study. *Journal of Marketing*, 59, 71-82. Kelley, S.W., Hoffman, K. D., & Davis, M. A. (1993). A typology of retail failures and recoveries. *Journal of Retailing*, 69(4), 429-452. Kotler, P. (1991). *Market Management Analysis, Planning and Control*. New Jersey: Prentice-Hall, Englewood Cliff. Maxham, J. G., & Netemeyer, R. G. (2001). A longitudinal study of complaining customers ' evaluations of multiple service failures and recovery efforts. *Journal of Marketing*, 66(4), 57-71. Meuter, M. L., Ostrom, A. L., Roundtree, R. I., & Binter, M. J. (2000). Self-service technologies: Understanding customer satisfaction with technology-based service encounters. *Journal of Marketing*, 64(3), 50-64. Smith, A. K., Bolton, R. N., & Wagner, J. (1999). A model of customer satisfaction with service encounters involving failure and recovery. *Journal of Marketing Research*, 36(3), 356-372. Tax, S. S., Brown, S. W., & Chandrashekar, M., (1998). Customer evaluation of service complaint experience: implications for relationship marketing. *Journal of Marketing*, 62(1), 60-76.