

## 10 顧客關係管理之顧客服務與支援管理

### 學習評量

1. 何謂「顧客服務」？其有何內涵？
2. 如何建立顧客服務體系？
3. 請簡述「顧客服務生命週期」？
4. 何謂「服務品質」？何謂「內部服務品質」？
5. 何謂「客服中心」？對於「客服中心委外」您有何看法，並舉例說明之。
6. 請舉例說明，您對顧客抱怨行為的處理方法。
7. 請簡述體驗行銷下的服務場景？並舉例說明之。

### 模擬測驗

- ( ) 1. 下列有關「服務」的敘述，何者有誤？  
A. 有價值的 B.有形性的 C.不可分割性 D.異質性
- ( ) 2. Piccoli, Spalding and Ives (2001)描繪出顧客服務生命週期的階段，下列之排序何者正確？  
A.需求階段→取得階段→所有權已擁有階段→退出階段  
B.取得階段→需求階段→所有權已擁有階段→退出階段  
C.所有權已擁有階段→取得階段→需求階段→退出階段  
D.取得階段→所有權已擁有階段→需求階段→退出階段
- ( ) 3. 顧客關係管理的完整範圍，可包括三階段的建置過程，下列何者不是？  
A.電話客服中心 B. CTI 客服中心 C. CRM 客服中心 D. ERP 客服中心
- ( ) 4. 客服中心演進有五大階段，下列何者排序正確？  
A.交換機客服中心→ACD 客服中心→CTI 客服中心→CRM 客服中心→CEM 客服中心  
B.交換機客服中心→CTI 客服中心→ACD 客服中心→CRM 客服中心→CEM 客服中心  
C.交換機客服中心→CRM 客服中心→ACD 客服中心→CTI 客服中心→CEM 客服中心  
D.交換機客服中心→ACD 客服中心→CRM 客服中心→CTI 客服中心→CEM 客服中心
- ( ) 5. 「是業者在服務缺失後所採取的一連串「補強」(REINFORCE)措施，其中包括服務提供者為緩頰或修復其在服務遞送過程中，對顧客所造成的損害」。是下列何者的定義？  
A.服務品質 B. 服務補救 C. 服務疏失 D.顧客抱怨處理
- ( ) 6. 「Call Center」的中文所指為何？  
A.行銷中心 B.電話客服中心 C.顧客關係管理 D.有效顧客回應
- ( ) 7. 對企業而言，無論是針對原有顧客或是潛在的顧客，在何階段應致力於企業與產品良好形象之營造、市場需求的探測、產品的設計發展，以及與顧客互助關係的建立？  
A.銷售後續服務階段 B.銷售現場服務階段  
C.銷售前置服務階段 D.以上皆是

- ( ) 8. 企業在設計服務體系的建置時，應由哪兩大程序來看？
- A.產品研發與行銷廣宣      B.產品研發與服務設計  
C.服務傳遞與行銷廣宣      D.服務設計與服務傳遞
- ( ) 9. 「PZB 模式」服務品質的觀念性模式認為下列哪一項不是「服務品質」的基本主題？
- A.消費者對於服務品質的知覺，主要來自消費者期望與產品實際銷售價而來。  
B. 消費者對於服務品質的知覺，主要來自消費者期望與實際接受服務的比較而來。  
C.品質的評估包括了服務的結果及服務的傳送過程。  
D.對消費者而言，服務品質較實體產品的評估品質難以衡量。
- ( ) 10. 美國企業已瞭解到品質與服務是顧客滿意度的關鍵因素，什麼是企業開發顧客滿意度的首要步驟且必須成為組織文化的一部分？
- A.提供服務以滿足顧客的需求      B.改善對內部顧客的服務  
C.增加產品的附加價值      D.籌劃特定顧客中心
- ( ) 11. 在顧客抱怨的管理部分，為達到救火同時提升顧客滿意的效益，客服中心服務人員在接獲抱怨訊息時，最佳的立即反應為何？
- A.緊急事項的列入      B.同理關懷的表現      C.補償手段的實施      D.顧客情緒的緩和
- ( ) 12. 哪一項不是塑造專業的客服中心形象應有的做法？
- A.調整產品售價增加回饋贈品  
B.制定標準化的服務程序搭配感同身受的同理心  
C.單一化服務對個案服務的彈性授權  
D.堅持服務品質的正確性及一致性
- ( ) 13. 人們在從事服務行為時，所建構的環境，包含具體可見實體環境與抽象的社會環境，對於形塑顧客期望，區別公司品牌、達成顧客與員工目標、影響顧客消費經驗而言，扮演關鍵性角色，我們稱之為什麼？
- A.服務環境      B.服務場景      C.服務設備      D.服務背景
- ( ) 14. 企業要替顧客演出什麼樣的戲碼，才算是可以收費的「難以忘懷的體驗」？從顧客主動式或被動式參與服務的程度，和顧客與環境的關係是沈浸式或吸收式來歸類，將人類的經驗分成為哪四大領域的經驗？
- A.1.教育 2.知識 3.參與 4.藝術欣賞  
B.1.知識 2.體驗 3.娛樂 4.美學欣賞  
C.1.體驗 2.逃避 3.參與 4.互動關係  
D.1.教育 2.逃避 3.娛樂 4.美學欣賞
- ( ) 15. 在顧客服務管理的部分，主要涵蓋那些部分？(1)服務品質(2)服務體系建立(3)售後服務(4)滿意調查
- A.123      B.234      C.134      D.124
- ( ) 16. 有關「顧客服務管理」之敘述，下列何者正確？
- A.隨著網路經濟時代來臨，供應商與顧客間的關係越來越受重視。  
B.顧客購買的服務，自購買行為成立之後才開始。

C.售後後續服務，是企業與顧客最直接的互動機會。

D.售後服務部份並不包含抱怨管理，那是客服單位的事情。

( ) 17. 「服務品質」不具有下列哪一項特性？

A.無形性 B.可分割性 C.異質性 D.易逝性

( ) 18. 關於「售後服務」之敘述，何者錯誤？

A.顧客滿意度確認的部份，多半是由企業採取主動的方式

B.隨產品包裝內附問卷，利用填寫回饋贈品或者價卷是企業常用的滿意度確認方式

C.無論造成顧客不滿的原因為何，客服人員最佳的反應應是立刻做出賠償決定

D.最慎重的顧客滿意度確認方式為銷售人員親自前往訪問

( ) 19. 關於「顧客抱怨管理」之處裡原則，企業應遵循某些原則才能達到救火並同時提升顧客滿意度，下列敘述何者正確？

A.階段性售後服務完成後，應有後續的追蹤服務

B.為了彌補企業在顧客心目中的形象，較佳的方法是由銷售人員親自前往訪問

C.無論造成顧客不滿的原因為何，客服人員最佳的反應應是立刻做出賠償決定

D.在顧客服務的處裡程序中，客服人員表現出與顧客感同身受的同理心是非常重要的

( ) 20. 「服務」不具有下列哪一項特性？

A.無形性 B.不可分割性 C.可儲藏 D.變異性

( ) 21. 企業顧客服務中心委外是目前的趨勢，其模式不包含下列哪一種？

A.企業購買設備，人力部分委由專業客服公司外派及訓練

B.外包業者提供設備，企業自行招募客服人員

C.人員、設備及場地均全數委外

D.人員訓練、購買設備全由企業自行買單

( ) 22. 企業客服中心委外的優點不包含？

A.企業可減輕投資負擔，並專注本業之發展

B.商業機密掌握於客服中心手上

C.客服人員之專業訓練及素養可更深入

D.保持客服中心之運作，配合市場狀況迅速回應

( ) 23. 企業客服中心委外的優點不包含？

A.委外業務與企業內部流程之整合

B.商業機密掌握於客服中心手上

C.客服中心能否因應企業需求，彈性調整業務內容

D.企業可減輕投資負擔，並專注本業之發展

( ) 24. 顧客關係管理的完整範圍不包含下列哪一階段？

A.電話客服中心 B.電腦電話整合客服中心

C.CRM 客服中心 D.交換機客服中心

( ) 25. 企業應如何塑造專業的客服中心形象？

A.多樣性的服務程序 B.電腦電話整合客服中心

C.CRM 客服中心 D.交換機客服中心

- ( ) 26. 針對「服務場景」之敘述，何者錯誤？
- A. 人們在從事服務行為時，所建構的環境就是服務場景。
  - B. 較為抽象的社會環境則不列入其中
  - C. 服務場景之要素包含裝潢、設計與品牌
  - D. 服務場景對於消費者經驗而言，扮演關鍵性角色
- ( ) 27. Bitner 將服務場景分為三類，不包含下列哪一項？
- A. 自助式服務
  - B. 互助式服務
  - C. 固定式服務
  - D. 移動式服務
- ( ) 28. 體驗消費中最重要的因素即是\_\_\_\_\_因素。
- A. 口碑
  - B. 行為
  - C. 情緒
  - D. 期望
- ( ) 29. 消費者會因某一特殊事件，引發個人激烈的情緒，通常伴隨著心理與生理的反應，這樣的過程可稱之為\_\_\_\_\_
- A. 自助式服務
  - B. 互助式服務
  - C. 固定式服務
  - D. 移動式服務
- ( ) 30. 企業在為顧客創造難以忘懷的經驗時，須遵守的原則不包含？
- A. 不需要有體驗的主題
  - B. 去除與經驗主題不一致的角色
  - C. 將各種元素與材料融合成值得紀念的商品或服務
  - D. 充分運用五種感官的刺激
- ( ) 31. 網路客服可用的資訊科技包含？[複選]
- A. 客服 e-mail
  - B. 即時通
  - C. Line
  - D. Skype
- ( ) 32. 有關客服中心的策略涵意，下列哪些正確？[複選]
- A. 客服中心是企業對顧客的單一聯繫窗口
  - B. 客服中心是企業能讓顧客感受到價值的中心
  - C. 客服中心是企業蒐集市場情報、顧客資料的情報中心
  - D. 客服中心是維護顧客忠誠度的中心，並具擴大銷售基礎
- ( ) 33. 下列那些屬於 CTI 客服中心的範疇？[複選]
- A. 互助式語音(IVR)
  - B. 自動話務分配(ACD)
  - C. 來電螢幕顯示(Pop-up Screen)
  - D. 有效顧客回應(ECR)
- ( ) 34. 下列那些屬於 CRM 客服中心的範疇？[複選]
- A. 有效顧客回應(ECR)
  - B. 快速回應(QR)
  - C. 行銷自動化(MA)
  - D. 服務自動化(SFA)
- ( ) 35. 下列那些是常見的網路顧客服務工具？[複選]
- A. Line
  - B. Skype
  - C. 線上客服 e-mail
  - D. 網路自助服務
- ( ) 36. 當企業與顧客緊密接觸時，在原有產品上增加（提供）顧客想要的服務。這種服務關係可以有何作用？[複選]
- A. 創造差異化
  - B. 增加產品的附加價值
  - C. 可提高產品售價
  - D. 可據以籌劃特定顧客中心的發展