

**汽車業 《能力標準說明》 能力單元**

「共通能力」職能範疇

名稱	制定顧客服務管理策略
編號	108798L6
應用範圍	於汽車銷售及售後服務的顧客服務管理工作地點，從業員能夠根據機構的使命及目標，制定顧客服務管理策略，以滿足顧客需求，有利提升機構品牌，拓展業務。
級別	6
學分	9 ( 僅供參考 )
能力	<p>表現要求</p> <p>1. 應具知識(顧客服務管理知識)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 掌握顧客服務管理策略對整個機構之聲譽、業績及利潤之重要性</li> <li>● 掌握顧客服務管理策略理論，例如： <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 全面顧客服務配套</li> <li>○ 服務市場概念，如：市場機會</li> <li>○ 服務操作策略，如：資源分配分析</li> <li>○ 全面服務傳遞配套 (Delivery Total Service Package)</li> <li>○ 目標顧客區分</li> <li>○ 顧客服務與溝通管理組合</li> </ul> </li> <li>● 瞭解服務需求與供應策略</li> <li>● 瞭解服務質素量度</li> <li>● 瞭解顧客服務管理不同的策略</li> </ul> <p>2. 應有表現(制定顧客服務管理策略)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 運用顧客服務管理理論及掌握汽車市場顧客的特性，制定有效的顧客服務市場組合策略之大方向 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 指引下屬制定整套顧客服務管理計劃，預算及其他支援要求，例如： <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 服務管理操作</li> <li>■ 顧客服務硬件管理</li> <li>■ 顧客服務教育</li> <li>■ 顧客服務推廣，例如組織車迷會</li> <li>■ 銷售及維修部之配合</li> <li>■ 內部員工培訓</li> <li>■ 硬件及人力之部署</li> <li>■ 指引下屬訂立外在及內在服務管理策略，以改變機構之服務文化</li> <li>■ 改變機構組織或系統的策略，例如：招聘、培訓、獎罰、僱員投入等</li> <li>■ 顧客服務溝通組合，包括電子及網絡服務</li> <li>■ 指引下屬制定顧客服務審核範圍，包括：顧客、員工、管理階層、外界等</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>● 指引下屬制定服務質素尺度，找出服務不足之處，要求結構性質素改善之策略，以確立顧客服務質素保證</li> <li>● 指引下屬制定顧客服務供應管理策略以應付額外的工作要求，例如舉行大型車展</li> <li>● 指引下屬制定顧客服務預算</li> <li>● 審核及在機構整體資源中提供恰當支援</li> </ul>

## 汽車業 《能力標準說明》 能力單元

### 「共通能力」職能範疇

	<ul style="list-style-type: none"><li>• 利用呈交之報告及數據，評估顧客服務運作效益及對整個機構的影響</li></ul>
評核指引	此能力單元的綜合成效要求為受評人： <ul style="list-style-type: none"><li>• 能夠掌握機構之使命及目標，制定有效顧客服務管理策略，滿足顧客的要求，並維護機構之聲譽，保障機構的業績及利潤。</li></ul>
備註	