

美容業能力標準說明
能力單元

1. 名稱	制定顧客服務管理策略
2. 編號	BEZZCN601A
3. 應用範圍	於美容行業，按所屬機構的使命及目標，制定有效的顧客服務管理策略，以滿足顧客需求，有利提升所屬機構品牌形象、增加利潤，及拓展機構業務。
4. 級別	6
5. 學分	12（僅供參考）
6. 能力	<p style="text-align: center;"><u>表現要求</u></p> <p>6.1 瞭解顧客服務管理</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 瞭解制定顧客服務管理策略之重要性 ◆ 瞭解顧客服務管理理論 <ul style="list-style-type: none"> • 全面顧客服務配套 • 服務市場概念，例如：市場機會 • 服務操作策略，例如：資源分配分析 • 全面服務傳遞配套 (Delivery Total Service Package) • 目標顧客區分 • 顧客服務與溝通管理組合 • 服務需求與供應策略 • 服務質素量度 <p>6.2 制定顧客服務管理策略</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 運用顧客服務管理知識，因應所屬機構的目標，制定有效的顧客服務市場組合策略 <ul style="list-style-type: none"> • 制定顧客服務管理計劃 <ul style="list-style-type: none"> ▸ 服務管理操作 ▸ 服務流程組合 (Services Process Matrix) ▸ 服務內容、配套、質素、價格定位 ▸ 顧客服務推廣策略

	<ul style="list-style-type: none"> ‣ 電子及網絡服務策略 ‣ 顧客服務溝通組合策略 • 訂立外在及內在服務管理邏輯策略，以改變所屬機構之服務文化 <ul style="list-style-type: none"> ‣ 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 ‣ 掌握顧客服務審核範圍，例如：顧客、員工、管理階層、外界等 • 根據已制定之服務質素尺度，找出服務不足之處，制定結構性質素改善之策略，以確立顧客服務質素保證 ◆ 審核顧客服務之投資，預計短期及長期之回報，以制定顧客服務策略 ◆ 制定長期顧客服務發展與環球顧客服務策略，例如： <ul style="list-style-type: none"> • 拓展本地顧客服務策略 <ul style="list-style-type: none"> ‣ 單一／多元化產品策略 ‣ 集中或地域多元化策略 • 特許經營 • 中國內地或海外顧客服務策略等
7. 評核指引	<p>此能力單元的綜合成效要求為：</p> <p>(i) 能按所屬機構之使命及目標，制定有效的顧客服務管理策略，以滿足顧客的要求；及</p> <p>(ii) 通過制定有效的顧客服務管理策略，以提升所屬機構品牌形象，增加利潤，拓展業務，有利公司長遠發展。</p>
8. 備註	