

零售業 《 能力標準說明 》 能力單元

「顧客服務」職能範疇

名稱	制定顧客服務管理(CSM)策略
編號	105087L6
應用範圍	此能力單元適用於零售行業內負責制定政策的人員。這能力的應用涉及批判性地分析及評估能力。能夠按機構的使命及目標，制定有效的顧客服務管理策略，以滿足顧客需求，有利提升機構的形象，拓展機構的零售業務。
級別	6
學分	6 (僅供參考)
能力	<p>表現要求</p> <p>1. 對顧客服務策略的知識</p> <ul style="list-style-type: none"> • 瞭解制定顧客服務策略之重要性 • 瞭解顧客服務管理理論，例如： <ul style="list-style-type: none"> • 全面顧客服務配套 • 服務市場概念，如市場機會 • 服務操作策略，如資源分配分析 • 全面服務傳遞配套 • 目標顧客的區分 • 顧客服務與溝通管理組合 • 服務需求與供應策略 • 服務質素的量度 • 瞭解競爭對手 / 行業的服務水平 / 標準，以作比較 <p>2. 制定顧客服務管理策略</p> <ul style="list-style-type: none"> • 運用顧客服務管理專業知識，因應機構的目標，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，例如： <ul style="list-style-type: none"> • 服務管理操作 • 服務流程組合 • 服務內容、配套、質素、價格定位 • 顧客服務推廣策略 • 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，如招聘、培訓、獎罰、僱員投入等 • 掌握顧客服務審核範圍，如顧客、員工、管理階層、外界人士等 • 根據既定之服務質素尺度，尋找服務不足之處，制定結構質素改善之策略，以確立顧客服務質素保證 • 審核顧客服務所需之投資，預計短期及長期之回報，以制定顧客服務管理策略 • 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 <p>3. 展示專業能力</p> <ul style="list-style-type: none"> • 在制定顧客服務管理策略時，確保兼顧機構及顧客的利益 • 以專業態度，在考慮和制定顧客服務管理策略時，必須遵循《個人資料 (私隱) 條例》
評核指引	<p>此能力單元的綜合成效要求為：</p> <p>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>
備註	