

## 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	107137L6
應用範圍	能夠按企業的目標，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，拓展企業的電商零售業務。
級別	6
學分	6 ( 僅供參考 )
能力	<p>表現要求</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 對顧客服務策略的知識 <ul style="list-style-type: none"> <li>● 瞭解制定顧客服務策略之重要性</li> <li>● 瞭解顧客服務管理理論，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</li> <li>● 目標顧客的區分</li> <li>● 顧客服務與溝通管理組合</li> <li>● 服務需求與供應策略</li> <li>● 服務質素的量度</li> </ul> </li> <li>● 瞭解競爭對手 / 行業的服務水平 / 標準，以作比較</li> </ul> </li> <li>2. 制定顧客服務管理策略 <ul style="list-style-type: none"> <li>● 運用顧客服務管理專業知識，因應企業的目標，制定有效的顧客服務市場組合策略 <ul style="list-style-type: none"> <li>● 制定顧客服務管理計劃，例如： <ul style="list-style-type: none"> <li>● 服務管理操作</li> <li>● 服務流程組合</li> <li>● 服務內容、配套、質素、價格定位</li> <li>● 顧客服務推廣策略</li> <li>● 電子及網絡服務策略</li> <li>● 顧客服務溝通組合策略</li> </ul> </li> <li>● 訂立外在及內在服務管理邏輯策略，以改變企業之服務文化 <ul style="list-style-type: none"> <li>● 改變企業組織或系統的策略，如招聘、培訓、獎罰、僱員投入等</li> <li>● 掌握顧客服務審核範圍，如顧客、員工、管理階層、外界人士等</li> </ul> </li> <li>● 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</li> </ul> </li> <li>● 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</li> <li>● 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"> <li>● 拓展本地顧客服務策略 <ul style="list-style-type: none"> <li>● 單一 / 多元化產品策略</li> <li>● 集中或地域多元化策略</li> </ul> </li> <li>● 中國跨境電商顧客服務策略</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>3. 展示專業能力 <ul style="list-style-type: none"> <li>● 在制定顧客服務管理策略時，確保兼顧企業及顧客的利益</li> <li>● 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》</li> </ul> </li> </ol>
評核指引	<p>此能力單元的綜合成效要求為：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 能按所屬企業之使命及目標，制定有效的顧客服務管理策略，以滿足顧客的要求</li> <li>● 通過制定有效的顧客服務管理策略，以提升所屬企業品牌形象，有利企業長遠發展</li> </ul>
備註	