

零售業 《 能力標準說明 》 能力單元

「顧客服務」職能範疇

名稱	制定顧客服務管理策略
編號	111343L6
應用範圍	此能力單元適用於零售業內負責制定政策的人員。從業員能夠按機構的使命及目標，制定有效的顧客服務管理（CSM）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
能力	<p>表現要求</p> <p>1. 瞭解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） ■ 掌握顧客服務審核範圍（如：顧客、員工、管理階層、外界人士） ○ 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

零售業《能力標準說明》能力單元

「顧客服務」職能範疇

	<ul style="list-style-type: none">○ 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● 考慮和制定顧客服務管理策略時，遵循《個人資料（私隱）條例》
評核指引	此能力單元的綜合成效要求為： <ul style="list-style-type: none">● 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。
備註	此乃能力單元105087L6的更新版。名稱作出修訂。