

鐘錶業 《能力標準說明》 能力單元

「推廣銷售」職能範疇

名稱	制定顧客服務管理策略
編號	104926L6
應用範圍	此能力單元適用於時計機構。具此能力者，按機構的使命及目標，制定顧客服務管理策略，以滿足顧客需求，並藉以提升機構的形象及拓展業務。
級別	6
學分	9 (僅供參考)
能力	<p>表現要求</p> <p>1.瞭解顧客服務管理相關知識</p> <ul style="list-style-type: none"> • 瞭解顧客服務管理的重要性 • 瞭解顧客服務管理理論，包括： <ul style="list-style-type: none"> • 服務市場概念，如：市場機會 • 服務操作策略，如：資源分配分析 • 全面顧客服務配套 • 全面服務傳遞配套(Delivery of Total Service Package) • 區分目標顧客 • 顧客服務與溝通管理組合 • 瞭解如何量度服務質素 • 瞭解顧客服務管理不同的策略 <p>2.制定顧客服務管理策略</p> <ul style="list-style-type: none"> • 運用顧客服務管理知識，因應機構的目標和發展方向，制定顧客服務管理策略 <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 SAcess Matrix) • 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 • 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指標，查找服務不足之處，制定改善措施，以確保服務質素 • 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 <p>3.展示專業能力</p> <ul style="list-style-type: none"> • 建立和維持優質的顧客服務關係 • 在考慮和制定顧客服務管理策略時，以顧客的利益為最優先，並遵循《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>(i)能夠按機構之使命及目標，制定顧客服務管理策略，以滿足顧客的要求；及</p> <p>(ii)能夠制定顧客服務管理策略，以提升機構形象，拓展業務，增加利潤，有利機構長遠的發展。</p>
備註	