

Service Marketing

服務業行銷

理論探討與個案研究

黃鴻程 著



滄海書局

Tsang Hai Book Publishing Co.

理論探討與個案研究

黃鴻程 著

而筆者在「服務性社團」，曾經參加過數十場次的兒童冬令營、山地服務活動，甚至遠至雲貴高原的少數民族部落，從事服務活動。於所經歷過的服務體驗相當深刻。而且在服役退伍之後，更經驗了一位服務創案的歷程，其間經歷三起三落、生離死別……可說是冷暖自知。後來到台大商學院學習企業管理，從事個案研究，與如何才能夠讓服務事業穩定的成長。



滄海書局

Tsang Hai Book Publishing Co.

國家圖書館出版品預行編目資料

服務業行銷：理論探討與個案研究 / 黃鴻程著.

-- 初版. -- 臺中市 : 滄海, 民 99. 10

面 : 公分

ISBN 978-986-6184-18-5 (平裝)

1. 服務業管理 2. 行銷管理

489.1

99017813

版權所有



翻印必究

滄海書碼 MB0491

服務業行銷：理論探討與個案研究

作者 / 黃鴻程

發行人 / 張麗紅

出版者 / 滄海書局

總經銷 / 滄海書局

地址：40757 台中市西屯區台中港路二段 122-19 號 11 樓

網址：<http://www.tsanghai.com.tw>

電話：(04) 2708-8787

傳真：(04) 2708-7799

E-mail：thbook@tsanghai.com.tw

中華民國 99 年 11 月初版一刷

本書所有內容，未經作者及本公司事前書面授權，不得以任何方式作全部或局部之翻印、複印、仿製或轉載。

ISBN 978-986-6184-18-5

¥136.50

Preface

序

台灣現在已經是「服務化社會」，但是對於服務業經營的技術與相關研究也愈來愈多，尤其是針對在台灣的服務業環境特性下所發展出來的經營管理技術更是珍貴；所以本書是收集了國內外的服務業經營理論加以融合，再加上國內業界一些經營經驗豐富的專家朋友們的智慧所寫成的，特別是以國內大家所熟悉的服務業個案來加以佐證，期望能夠增加學習上的臨場感，以提升學習效果。

而筆者在學生時代，即活躍於「服務性社團」，曾經參加過數十梯次的兒童冬夏令營、山地服務隊、社區服務隊的志願服務活動，甚至遠至雲貴高原的少數民族部落，從事服務與學習，所以對於所謂無形的服務體驗相當深刻。而且在服役退伍之後，更經歷了一段服務創業的歷程，其間的三起三落、狂喜狂悲……可說是冷暖自知。後來到了英國留學，學習企業管理的專業研究，與如何才能夠讓服務事業穩定的成長。

在1998年回國後，開始從事「企業管理顧問」的工作，一開始主要都是以服務業為主，深刻體驗到台灣服務業經營的一些獨到技巧；並且自2000年起在清雲科技大學與南亞技術學院任教，除了一般管理課程以外，主要教授服務業、連鎖事業等課程。後來先後取得上海復旦大學管理學博士及輔仁大學心理學博士學位，對於相關的管理心理學知識有更深入的學習，在服務業行銷管理方面有更進一步的鑽研。目前任職於國立台灣師範大學進修推廣學院執行長一職，並且擔任若干企業的管理顧問，融合理論學習與實務經驗出版本書。

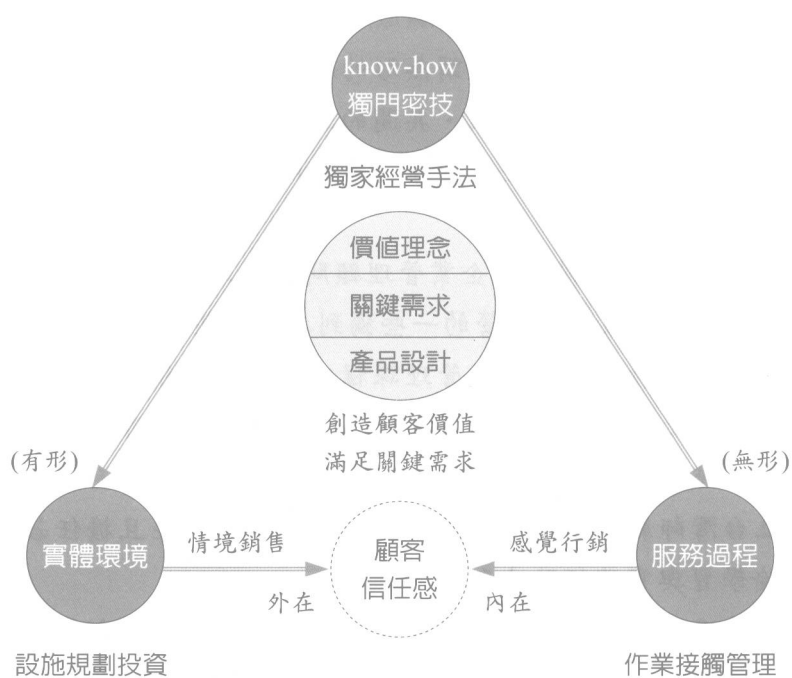
在本書的寫作過程中，經常想起學生時代的服務經驗，及創業時的點點滴滴，和在英國以及上海求學時的一些教授、同學們；更感謝在：麥金森國際管理顧問群、TMING 天明中醫藥業集團、UniPros 統博國際經營顧問(股)、Career 就業情報、© 世界公民文化發展(股)、陽明山日月農莊、上海晓庄文化传播……一起參與工作的夥伴們，以及在中華民國工商建設研究會、快樂陽光基金會、亞太國際勞動人權促進協會、台灣土豆社服協會……的一些夥伴與長輩們，和一些顧問企業的先進朋友們；還有在清雲、南亞、復旦、輔大及台師大一些協助我們的老師、同事、學長姐、同學、學生、朋友們；還有最重要的是「滄海書局」的專業出版團隊，更要感謝我的父母與家人。

後學 鴻程

2010年10月

台灣·台北

服務業創業成功的「黃金三角」



總目錄



Part 1 服務觀念篇 1

第 1 章 什麼是服務業 2

第 2 章 有形服務：實體環境規劃 34

第 3 章 無形服務：服務流程與接觸管理 62

第 4 章 服務品質：顧客滿意、信任、忠誠 96

第 5 章 服務補救回復與等待管理 134



Part 2 經營戰略篇 171

第 6 章 服務創業與獲利模式 172

第 7 章 服務業的關鍵成功因素 212

第 8 章 服務業的人力資源 250

第 9 章 服務業研發與知識管理 290

第 10 章 邁向現代化連鎖服務業 328

目錄



服務觀念篇 1

第 1 章

什麼是服務業 2

第一節 服務業的發展沿革 4

第二節 服務業特性與服務行銷 9

第三節 服務業的範圍種類 13

第四節 服務業成功的鐵三角 21

個案探討 從休閒小站到 85 度 C、鮮芋仙…… 27

第 2 章

有形服務：實體環境規劃 34

第一節 何謂實體環境 36

第二節 實體環境的策略功能 38

第三節 服務場景的美學價值 43

第四節 商圈評估與選擇 49

個案探討 食養山房 55

第 3 章 無形服務：服務流程與接觸管理 62

第一節 何謂服務接觸 64

第二節 建立顧客關係 68

第三節 服務流程設計與服務藍圖 78

第四節 服務溝通 84

個案探討 曼都的二姐 90

第 4 章 服務品質：顧客滿意、信任、忠誠 96

第一節 服務品質 98

第二節 顧客滿意度 111

第三節 顧客信任感 115

第四節 顧客忠誠度 120

個案探討 王品餐飲集團 125

第 5 章 服務補救回復與等待管理 134

第一節 顧客抱怨行為 136

第二節 服務缺失 143

第三節 服務補救回復 148

第四節 顧客等待管理 152

個案探討 金車的危機處理 161



經營戰略篇 171

第 6 章 服務創業與獲利模式 172

第一節 服務業市場區隔與定位 174

第二節 顧客關係管理與跨部門協調 184

第三節 服務行銷與創業成功 193

第四節 商業模式分析 199

個案探討 誠品書店 204

第 7 章 服務業的關鍵成功因素 212

第一節 服務業的競爭策略 214

第二節 服務業關鍵成功因素 224

第三節 以人為本的策略執行 227

第四節 第一線人員執行力 235

個案探討 信義房屋 243

第 8 章 服務業的人力資源 250

第一節 服務業的選才與招募 253

第二節 服務業的育才與培訓 262

第三節 服務業的用才與激勵 267

第四節 服務業的留才與生涯發展 278

個案探討 天明中醫藥業集團的人才策略 283

第 9 章 服務業研發與知識管理 290

第一節 服務業的競爭與創新 292

第二節 服務研發 299

第三節 服務業的知識管理 309

第四節 持續改善 314

個案探討 好樂迪的創新服務 319

第10章

邁向現代化連鎖服務業 328

第一節 服務業的現代化經營 330

第二節 財務管理與物流中心 334

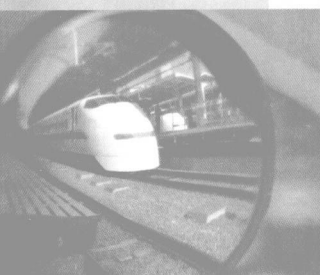
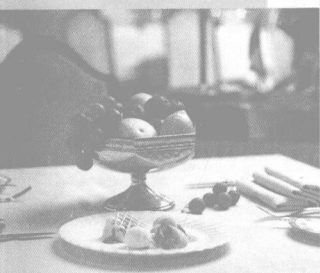
第三節 資訊系統的應用 340

第四節 邁向國際連鎖服務業 345

個案探討 歐德系統傢俱的現代化服務歷程 349

Part 1

服務觀念篇



- 第 1 章 什麼是服務業
- 第 2 章 有形服務：實體環境規劃
- 第 3 章 無形服務：服務流程與接觸管理
- 第 4 章 服務品質：顧客滿意、信任、忠誠
- 第 5 章 服務補救回復與等待管理

什麼是服務業

- ▷ 第一節 服務業的發展沿革
- ▷ 第二節 服務業特性與服務行銷
- ▷ 第三節 服務業的範圍種類
- ▷ 第四節 服務業成功的鐵三角
- ▷ 個案探討：從休閒小站到 85 度 C、鮮芋仙……

緒論：瞭解服務業

服務業雖然已經是我們生活中到處可見的一種產業，但是對很多人來說卻是既熟悉又模糊的概念，本章的主要目的，是要先讓學習者瞭解服務業，釐清服務業的基本概念。透過對服務業的發展沿革、產業特性與定義、範圍與種類等的說明，來清楚的描繪服務業。最後再說明一些服務業成功的要素，藉以提高學習服務行銷之興趣。在完成本章之前，學習者應該可以很清楚的回答下列問題：

1. 服務業的發展歷程為何？
2. 服務業是什麼？有何特性？
3. 什麼是服務業？有哪些範疇？
4. 服務業經營成功的要素為何？

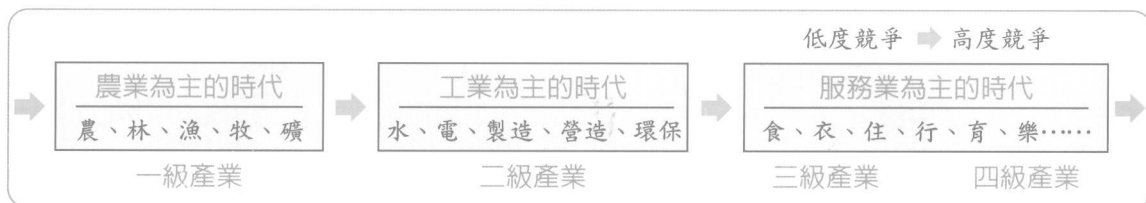
第一節 服務業的發展沿革

服務業先是受到冷落！

早年 Adam Smith (1776) 曾經提出對服務業的看法，認為服務業本身對經濟發展來說並不重要。因此一直以來，服務業就普遍的遭到經濟學家的冷落，甚至被當作只是經濟活動的一種剩餘價值而已。一直到了 1973 年所發生的全球石油危機，以及 1980 年代的日本經濟崛起，先進國家面臨的產業轉型，服務業大量的吸納了傳統製造業轉型之後，所釋放出來的就業人口；到此時，服務業對整體經濟的貢獻才逐漸的開始受到重視。尤其，在此之前有關服務業的定義、衡量指標與相關理論研究並不多見，統計數據也比較不完備，以致於在經濟領域的研究之中，服務業被視為是非生產性的產業，因此也比較不被重視。

服務業為主的時代

就產業的就業人口來看，人類經濟型態的發展歷程，約略可以歸納為以農業為主的時代，到以工業為主的時代，到以服務業為主的時代 (如圖 1-1)。但是必須說明的是，這個產業發展的歷程，只是在工作生活型態上，產業重心的轉變與新的均衡發展，農業與工業並未因此而消失，反倒成為下一



● 圖 1-1 產業發展的歷程

個階段產業發展的基礎。未來還會有新的產業型態出現，例如資訊科技、知識經濟、生化科技、奈米科技……等，都有可能促動產業環境與重心的再轉型，但是不論如何，就如同農業與工業一樣，服務業已經成為現代及未來產業及生活中不可或缺的重要部分。

在每一個主要的已開發國家，不論政治取向如何，他們的服務業都有顯著驚人的成長 (Heskett, 1986)；已開發國家從1960年代開始陸續進入服務經濟時代，產業結構陸續產生革命性變化，而且從1970年開始服務業占國內生產毛額 (GDP) 比重也有逐年上升之趨勢，顯示服務業對經濟成長的貢獻持續提高。根據世界貿易組織 (WTO) 的資料顯示，2008年美國的GDP當中，服務業約占78.3%，美國的服務業人口已經高達83%，約占全部就業人口的五分之四。

就台灣而言，隨著經濟成長，在工商產業結構的快速變遷下，不管所得水準、工業化或都市化程度都已具相當水準，尤其在1988年時，台灣服務業占GDP的比重就已經超過50%，成為最大產業，同年服務業就業人數亦超過工業就業人數，形成了產業與就業結構上的重大改變。台灣的服務業一路成長，到1995年時服務業占GDP的比例突破六成，而服務業就業人口首度突破五成；到2001年時，服務業占GDP的比例首度超越七成，達到70.53%。在2001年之後，服務業的成長才開始趨緩；到了2008年時，台灣服務業占GDP之比例達到73.27%，占總就業人數58.02% (行政院主計處，2010)，兩者都已經遠遠超過其他產業 (參見表1-1及表1-2)。換句話說，台灣的就業人口中大約每五個人，就有將近三個人是從事服務業的；就經濟上而言，台灣目前已經是一個「服務業為主的社會」，任何與生活有關的各種行業，幾乎都脫離不了服務業的範疇。

◎ 表 1-1 台灣地區歷年產業國內生產毛額結構之轉變 單位：％

產業 年期	農業	工業	服務業	合計
1994	3.50	37.70	58.80	100
1995	3.50	36.40	60.10	100
1996	3.20	35.70	61.10	100
1997	2.60	35.30	62.10	100
1998	2.36	31.22	66.42	100
1999	2.43	29.90	67.66	100
2000	1.98	29.09	68.93	100
2001	1.85	27.62	70.53	100
2002	1.74	28.28	69.98	100
2003	1.66	27.96	70.38	100
2004	1.64	27.57	70.79	100
2005	1.66	27.05	71.29	100
2006	1.62	27.02	71.36	100
2007	1.51	27.77	70.71	100
2008	1.69	25.04	73.27	100

資料來源：行政院主計處 (2010)。

◎ 表 1-2 台灣地區歷年產業就業員工數結構之轉變 單位：％

產業 年期	農業	工業	服務業	合計
1994	10.92	39.22	49.86	100
1995	10.55	38.74	50.71	100
1996	10.12	37.49	52.39	100
1997	9.57	38.17	52.26	100
1998	8.85	37.92	53.23	100
1999	8.25	37.21	54.54	100
2000	7.78	37.23	54.99	100
2001	7.52	35.58	55.90	100
2002	7.50	35.84	56.66	100
2003	7.27	35.49	57.24	100
2004	6.65	35.90	57.54	100
2005	5.94	36.40	57.67	100
2006	5.48	36.60	57.92	100
2007	5.28	36.80	57.92	100
2008	5.24	36.44	58.02	100

資料來源：行政院主計處 (2010)。