

百貨公司客服中心服務品質現況探討 -板橋大遠百客服中心為例

專題研究學生： K99090145 謝佳玳 991050251 許芮寧
991050228 劉家銘 991050222 張凱閔

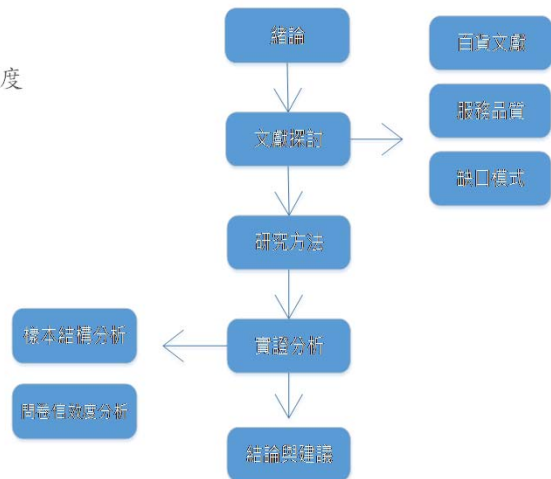
指導教授：葉雲嬰

研究動機

「服務品質」一詞一直與顧客滿意度有正向關係，在服務產業中音服務屬無形性，易逝性，所以更加難衡量。而台灣百貨服務興起，起因於消費者百貨購物活動的快速成長提升顧客滿意，方便顧客，品質保證及已故顧客為導向等經營觀念發展。

研究目的

發展符合百貨之客服部門服務品質量表
分析消費者、管理者及服務人員對大遠百-客服部門服務品質的重視程度
探討不同人口統計變項對服務品質知覺感受之差異
分析大遠百-客服部門服務品質之競爭強弱



結論

1. 管理者方面：管理者對客服中心期望與認知的差距不大。
2. 服務人員方面：服務人員對客服中心的期望與認知的差距不大。
3. 消費者方面：有形性構面滿意度較低，表示期望與認知差距較大。針對有形性的比較與太平洋SOGO忠孝館、新光三越台北站前店最為比較，板橋百貨公司客服中心較好。因為板橋大遠百是新開的百貨公司，所以民眾對它的期望比較高，造成問卷結果與實地勘查有落差。

建議

針對問卷中消費者認知較低的地方做改善與建議，共分為二項。

1. 專線標示不清：造成消費者有問題要問服務人員而不知客服專線。客服中心可增加告示牌與海報顯示客服專線，讓顧客可以清楚得知。
2. 中心不易尋找：由於板橋大遠百賣場面積過大，是新北市百貨中最大的百貨公司，所以消費者不容易找到客服中心。我們建議可在每個電梯出入口與手扶梯口放置告示牌顯示客服中心位置。

