**作業與供應鏈管理**

第六章服務流程

醫管碩一 陳少東 企管碩一 黃婉婷

醫管碩一 黃芷凌 企管碩二 蔡維珊

組員：

讀後心得：

服務流程其是是相當人性化的一門學問，如同課本中所提到”個人關注法”的兩種極端的例子【Nordstrom百貨】及【麗池卡爾頓飯店】，雖然他們都是屬於顧客致上的服務流程，但作法卻是完全不同。又譬如為因應時代的變遷，原本只需要面對面與顧客接觸的行業，可能又必須加入網路服務甚至是手機APP的服務。由此可知，服務流程並不是將它分門別類後，套用公式即可適用，而是要持續的關注，隨時注意是否有需要加入新的元素，或是改變方向，這樣才能達到服務流程的真正目的。

近年來，消費者意識漸漸抬頭，企業除了注重商品本身的品質外，對顧客面的服務也逐步影響企業形象及顧客滿意度，而服務本身的好壞取決於顧客的感受程度，當服務流程設計出來後員工也受到標準化的教育訓練，是否可以讓顧客可以由衷的體會企業服務的價值，也是未來企業需深入研究的。必須了解顧客內心真正的需求以顧客為中心，讓產品從人本出發。需求來自於消費者，企業無法再用過去的模式去生產產品，服務無法保存但卻能創造口碑及品牌，顧客依據經驗來選擇下次的消費，因此也是在創造下次的收入。

而這個章節主要是在說明整個服務流程的設計過程與考量變數。顧客永遠是對的，一個好的服務流程會讓員工心甘情願的這麼認為，並且能夠提昇顧客對該品牌的忠誠度。以實務工作經驗為例，標準化的服務流程會使工作在執行上更為迅速且專業，舉例說明：無論是在餐飲服務業，還是金融服務業，雖兩種服務性質不同，但一樣都有制定的服務流程，好的服務流程往往都經歷過不斷的修正，考慮到許多因素後才設計出來的，例如：員工執行上，客戶接受度及等待的時間等等，這些因素都會影響到整體服務流程的順暢度。

據本人在銀行業裡的統計，一位顧客對於好的評價只會告知六個人，但一個壞的評價會告知十四個人，雖然課本裡並沒有提到，但客訴也是服務流程裡的一環，在我看來更是重要的一環，為什麼會有客訴？都是在態度上出了問題，可能是服務人員的態度問題，也有可能是挑剔刁鑽得顧客導致，但無論如何，只要客訴處理得當，不但能將顧客的心贏回來，更能替公司整體增加好的評價。

### 服務流程對一間機構、企業來說，十分的重要，由於個人的領域是醫務管理，所以對醫院有比較多的一些了解，醫務人員現在也屬於服務業，要如何服務患者，讓患者覺得自在，是現今面臨的課題，如今，很多醫療院所，規畫出很多S.O.P.( [Standard operating procedure](http://en.wikipedia.org/wiki/Standard_operating_procedure))，就是一套操作以及服務的流程，但往往錯誤常會出現在每天重複的步驟上，這正是此章提到防呆(poka-yokes)的部分，外界環境常常在不知不覺中改變，而流程制度卻沒有跟上外界環境的腳步，所以定期審視流程步驟是很重要的一項評估工作。另外，現在市面上的企業，首先要創造利害關係人價值，但最有影響力的還是顧客價值，當推出一件商品或是服務的時候，我們第一優先考慮的就是，顧客的需求，若不符合顧客的需求，在現在市場高度的競爭下，企業很快會面臨衰亡，就像是章尾提到的個案，我們如何由營運者的角度去揣測顧客的心理，如何滿足他們的慾望，讓回客率提升，我想這都是流程中應該具備的考慮的項目。

尤其是日本在各個方面的服務都非常貼心，總是能考慮到顧客的需求，而這樣子有規模且專業的服務，不單單只是細心規劃服務流程而來，還須由員工（服務人員）來當面提供服務給顧客，這就是課本裡頭所提到服務業和製造業最大的不同，服務業不是對著冷冰冰的存貨及訂單而是要面對人，而顧客形形色色，所以員工這一部分，我覺得要更加注重培訓，包括員工如何良好的與顧客溝通，還有應對進退的本領，也就是說，服務流程的設計就像是一個完整的機器人，而員工就是幫助機器人靈活運用的發條。