

面對競爭愈來愈激烈的營商環境，零售商要突圍而出，與時並進的服務及提供個人化的顧客體驗遂成為關鍵。有見及此，香港零售管理協會舉辦了第5期零售中小企支援計劃——「善用資源 追求卓越服務」，透過一系列的講座、工作坊、免費神秘顧客評估、公司考察、分享研討會等，以策略性的管理概念、工具，協助中小企零售商建立一套標準化、可持續及具獨特顧客體驗的服務流程，以培育客戶忠誠度及創造品牌差異。



● 講座吸引了不少中小企零售業從業員參加。

# 制定服務流程標準化 創造零售品牌差異

## 7C顧客服務流程要素

「善用資源 追求卓越服務」的第一擊「零售中小企『升呢』有難度——打造不一樣的顧客體驗」講座，第一至三場已圓滿結束，尚餘兩場將於11月下旬舉行。講者天之傑顧問有限公司何庸亞博士表示，在顧客服務流程中須包括7個C的元素，分別為Character(個性)、Clarify(釐清)、Create(創造)、Choice(決定)、Champion(行動)、Confirm(評估)及Continue(持續)。

1	Character(個性)	了解並順應客戶的個性
2	Clarify(釐清)	釐清客戶的想法，有效與客戶打開話題
3	Create(創造)	創造不同的銷售賣點，善用「不如」、「除非」、「如果」、「萬一」等關鍵字
4	Choice(決定)	讓客戶確認自己的意願
5	Champion(行動)	獻上全心全意的服務
6	Confirm(評估)	系統將成果量化
7	Continue(持續)	維持和管理客戶服務質素，持續長青的表現水平

制定一套標準化、可持續的服務流程時，必須將標準細緻化，而細緻化的標準亦是指前線員工可量度的期望值。何博士續道，「要令前線員工全面投入提供優質的服務，須先預設他們可量度的期望值，同時期望值必須是可在短時間內可達到，才能吸引他們努力爭取小成功。以跨欄運動員為例，可量度的期望值可包括在400米跑道上設有多少個欄，每次跑可以不推跌欄幾次等。只要建立無數次的小進步，便可累積大成功。」透過不斷重覆細緻化的標準服務流程時，前線員工便可將當中所需的知識、技巧、心態變得結實，最後達至標準化。

● 何庸亞博士認為，制定一套標準化、可持續的服務流程時，必須將標準細緻化。



## 認識「顧客體驗」管理工具

設計一個具獨特體驗的服務流程，戰略性的客戶體驗管理及策略是不可或缺。因此在「善用資源 追求卓越服務」第二擊，香港零售管理協會便推出了「策略+管理+實戰—創造獨特顧客體驗」活動，讓中小企零售商透過工作坊認識「顧客體驗」管理工具——「顧客體驗旅程」(Customer Journey Mapping)，然後再由專業顧問教導如何解決執行上的困難，並提供改善的建議及方案，助中小企零售商更落地制定具獨特顧客體驗的服務流程，此外，更有免費神秘顧客探訪及服務評估，幫助提升顧客體驗及服務水平。E



● 香港零售管理協會傑出服務獎籌委會主席馬永基(右)及加域顧問合夥人李汝強(左)均表示，參與工作坊的中小企零售商將可獲得一套培訓工具，透過輕鬆的遊戲形式培訓，讓前線員工在遊戲過程中加強對服務的認知。

### 活動小檔案

- 名稱** 「善用資源 追求卓越服務」第二擊  
策略+管理+實戰—創造獨特顧客體驗  
工作坊、顧問服務及免費神秘顧客評估
- 機構詳情** 香港零售管理協會  
<http://sme.hkma.org>
- 對象** 中小企零售商 (每間公司最多委派2至3人出席)
- 費用** 每間公司港幣\$500
- 截止報名** 2016年1月7日 (星期四)
- 查詢** 電話：2893 4928 電郵：sme@hkma.org

