

問答題，每題 20 分

一、請說明服務具有哪四大特性。

答: 1. 無形性

2. 易變性

3. 易逝性

4. 不可分割性

詳細內容參閱教材 P19-P21。

二、何謂服務花朵理論?核心服務與附屬服務之意義為何?

答: 服務行銷知名學者 Lovelock 和 Wirtz(2004)對於服務產品,以花朵觀念來說明核心服務與附屬服務的關係,稱之為服務花朵。所謂核心服務是指消費者在購買服務時,欲追求的利益和效用,也就是該服務為消費者帶來什麼好處或解決什麼問題。企業所提供的核心服務和利益為花瓣中心,而其他 8 種服務則環繞其外。核心服務是透過一系列服務活動所帶來的,故稱這些服務活動為附屬服務。附屬服務又分為促進性服務與強化性服務。前者主要是協助完成核心服務,包含資訊、接單、結帳和付款;後者除可協助完成核心服務,亦可提升核心服務的品質或績效,包括諮詢、接待、保管和例外處理等。

詳細內容參閱教材 P.24-P.28。

三、電子商務大致可以區分為哪四種型態?

答:1.企業對消費者(B2C)

2. 企業對企業(B2B)

3. 消費者對消費者(C2C)

4. 消費者對企業(C2B)

詳細內容參閱教材 P.42-P.43。

四、何謂藍海策略?服務企業要如何從四項行動架構塑造新的價值曲線?

答:有別於一般企業慣用的獲益方程式:低成本、大量傾銷、搶攻市占率等傳統商業手法,稱為紅海策略(Red Ocean Strategy)。藍海策略(Blue Ocean Strategy)是立基於同時追求差異化和低成本,雙軌並進而非任擇其一的策略。藍海策略試圖要打破價值和成本的取舍關係,具體做法是消除(eliminate)和減少(reduce)某個產業裡激烈爭奪的要素,並且提高(raise)和創造(create)該產業從未提供過的要素,以達到所謂的價值創新。

詳細內容參閱教材 P.56-P.57。

五、服務品質有哪五大缺口?其意義為何?

答:1. 缺口 1:顧客期望與管理者認知的差距(顧客知識的缺口)。

2. 缺口 2:管理者認知與服務品質規格間的差距(品質規格的缺口)。

3. 缺口 3:服務品質規格與服務傳遞間的差距(服務傳遞的缺口)。

4. 缺口 4:服務傳遞與外部溝通間的差距(外部溝通的缺口)。

5. 缺口 5:顧客期望服務與事後認知服務的差距。

詳細內容參閱教材 P.83-P.85。