

## 入口網站服務品質、滿意度與忠誠度之關係研究 -以高雄地區大專學生為例

指導老師：鄭文助 老師

組 員：李美銀、蕭秉義、陳錦虹、李雅婷

## 入口網站服務品質、滿意度與忠誠度之關係研究 -以高雄地區大專學生為例

指導老師：鄭文助 老師

組 員：李美銀、蕭秉義、陳錦虹、李雅婷

### 摘 要

由於現今社會資訊科技發達，人類生活無論是娛樂、溝通、資訊取得方式與商業活動等，各方面都受網際網路影響甚鉅。所以，瞭解網際網路的未來發展趨勢及網路使用者的行為就成為一大重要課題。

入口網站業者為了能夠滿足使用者之需求，除提供搜尋引擎功能之外，亦以內容整合的方式來提供其他各項功能，以吸引網路使用者的注意。而「服務」是在競爭環境中為企業創造競爭優勢的利基，就算是新興的資訊科技產業或網路公司也不例外，並不僅限於傳統服務業。入口網站業者也開始體認到應以使用者的真正需求為將來發展的依據，因此如何提供更符合使用者需要的服務品質來提高顧客滿意度及顧客忠誠度，為其所注重的焦點，以期能維持良好顧客關係，盼能留住並吸引更多網路使用者。

本研究以較常為大家所使用的五家一般型入口網站業者(Yahoo! 奇摩、MSN台灣、YAM蕃薯藤、PC Home網路家庭、Sina新浪網)，以服務品質缺口模式(Gap Model)，瞭解使用者之「服務品質重視度」、「服務品質滿意度」兩者間「差距」，對整體滿意度和顧客忠誠度之影響。採簡單線性相關分析及來探討彼此之間的關連性，並以變異數分析來衡量不同顧客層別對服務品質重視度、服務品質滿意度與顧客忠誠度是否有何差異，擬將研究結果提供業者改善競爭能力之建議並作為後續研究之參考。

**關鍵字：**入口網站、服務品質、顧客滿意度、顧客忠誠度

# ADSL 服務品質、滿意度與忠誠度之關係研究

## — 以高雄地區大專生為例

指導老師：鄭文助 老師

組 員：謝靜芬、林詩禹、馬珮瑩

### 結論與建議

本章主要針對研究目的及研究假設驗證，將研究結果彙整做成本研究之結論，並對相關 ADSL 業者，提出改善服務品質及提昇顧客滿意度的建議，並提供建議以供後續研究者及管理實務上之參考。

### 第一節 結論

本節將對研究假說與檢定結果作一對照及整理，其結果彙整如表 5-1。

表 5-1 研究假說實證檢定結果彙整表

假說檢定	檢定結果
H <sub>1</sub> ：服務品質重視度與服務品質滿意度有顯著差異。	成 立
H <sub>2</sub> ：不同的人口統計變數對服務品質滿意度各構面、整體滿意度與忠誠度有顯著差異。	部份成立
H <sub>3</sub> ：服務品質重視度對整體滿意度有顯著影響。	成 立
H <sub>4</sub> ：服務品質重視度對忠誠度有顯著影響。	部份成立
H <sub>5</sub> ：整體滿意度對忠誠度有顯著影響。	成 立
H <sub>6</sub> ：態度忠誠度對行為忠誠度有顯著影響。	成 立

(本研究整理)

根據上述研究分析之結果，並配合本研究之目的，經整理歸納獲得以下五項具體結論：

壹、加強消費者對 ADSL 服務品質之重視

由研究資料分析有關服務品質重視度的問項排序得知，顧客最重視「對客戶資料保密及安全性」，其次為「收費單據之條列清楚、正確可信度」，顧客最不重視「提供及時服務動態資訊」，其中服務品質重視程度問項排序前五名，如表 5-2 所示，以可靠性構面佔三項為最，顧客所重視的並非服務本身，而重視的是對顧客資料是否保密不外洩、ADSL 收費單據內容之正確性、對顧客承諾是否兌現；至於對於所提供及時服務動態資訊、上網服務功能等顧客比較不在意，ADSL 業者應該從可靠性構面各問項之內容著手，此即是否業者、客服人員與顧客間缺少互動，應設法建立良好互動機制，加深顧客對業務本身及服務品質的信賴，對業者有所承諾，留住顧客。

表 5-2 服務品質重視度排行前十名

排名	問項內容
1	18. 客服人員對於顧客資料均能完整安全保存並保密。
2	08. ADSL 之收費單據需條列清楚、正確可信。
3	12. ADSL 業者對承諾顧客的服務(如申裝、查修等)均能如期完成。
4	09. 顧客有問題時，客服人員為顧客著想並保證解決問題。
5	13. 客服人員對於顧客有關 ADSL 上網服務之各項諮詢，能立即給予滿意回覆。
6	07. ADSL 業者的各項設施與他們所提供的服務相配合。
7	04. ADSL 業者應有現代化的設備。
8	24. 提供 0800 免付費服務專線，為顧客解決問題。
9	25. ADSL 業者之配合度與作法具有彈性(如裝機、查修日期能配合顧客)。
10	17. 客服人員應具有足夠專業知識服務顧客，並獲得顧客信賴。

(本研究整理)

## 貳、提升消費者對服務品質滿意度之認同度

由研究資料分析有關顧客對服務品質滿意度皆集中在有形性、可靠性、反應性、保證性、關懷性五個構面，雖受顧客肯定，但其平均數值均低於 4。由此可知，ADSL 業者服務品質之提升仍待加強，以獲得更多數顧客更高度的肯定。由資料分析有關實際服務滿意度的排序如表 5-3 所示，顧客最不满意的「能即時滿足顧客需求」、其次「客服人員關心並清楚了

解顧客需求」、「ADSL 業者提供及時服務動態資訊」等，仍無法滿足客戶需要。服務品質的實際執行績效不佳，應確實檢討改善，在這以顧客為導向的競爭市場，ADSL 業者應針對這些問項，儘快替顧客著想、排除萬難，以避免顧客之流失。

表 5-3 服務品質不滿意排行前十名

排名	問項內容
1	28. 客服人員能即時滿足顧客需求，不會因工作忙碌而疏忽顧客。
2	45. 客服人員能關心並清楚了解顧客需求。
3	36. ADSL 業者提供及時服務動態資訊(如服務項目、內容增加等)給顧客。
4	40. 客服人員對於顧客資料均能完整安全保存並保密。
5	28. ADSL 業者提供完整上網服務之相關操作說明。
6	44. 客服人員對顧客之服務無差別待遇。
7	47. ADSL 業者之配合度與作法具有彈性(如裝機、查修日期能配合顧客)。
8	34. ADSL 業者對承諾顧客的服務(如申裝、查修等)均能如期完成。
9	39. 客服人員應具有足夠專業知識服務顧客，並獲得顧客信賴。
10	42. ADSL 業者承諾提供顧客之服務，ADSL 客服人員均能確實達成。

(本研究整理)

#### 參、縮短服務品質重視度與實際感受滿意度間之差距

本研究實證分析後可知服務品質重視程度與實際感受服務品質滿意度有差距存在，顧客對於服務品質的重視程度均高於滿意程度，且各題項均達顯著水準，意即代表顧客對於這些服務品質的重視程度與滿意程度有極大的差距。由此可知，顧客對 ADSL 服務品質重視度很高，而實際接受服務後，其 ADSL 服務品質未能達到顧客的標準，ADSL 業者所提供的服務若未能使顧客滿意，其差距質將會趨向更大，顧客滿意度會感到更不滿意。所以提供 ADSL 業者應在服務品質方面，應盡力縮短顧客重視程度與滿意程度間的差距，滿足顧客的需求，進而提升顧客滿意度。

在分析結果中顯示，顧客對於服務品質的重視程度均高於滿意程度，由此可推知，在面對全面開放與自由競爭的市場，各家 ADSL 業者皆推動不同的網際網路服務及優惠方案，讓顧客有更多重的選擇方向，因此各家

ADSL 業者必須以顧客為尊、以顧客為根本，鞏固舊有顧客，並針對不同的顧客需求，提供多樣化的服務來吸引新顧客，提高顧客滿意度與忠誠度，進而達到企業的營運目標。

#### 肆、 加強服務品質，以提升企業形象與增加市場佔有率

在研究分析結果中顯示，「服務品質重視度」對「整體滿意度」與「忠誠度」有顯著相關。各家 ADSL 經營管理階層需注意所提供的 ADSL 服務品質及各項商品的顧客，應致力於服務品質的改善、設法讓顧客滿足、達到顧客所期望的客觀標準，以確保服務品質之穩定性，將有助於顧客滿意度的提升，方能使顧客對企業產生忠誠度，成為企業的忠誠顧客，並且透過現有顧客的口碑吸引新顧客，增加市場佔有率與獲利能力，企業也得以永續經營；反之，當顧客購後使用不滿意時，可能會引起顧客抱怨，企業若無妥善處理顧客問題，經由顧客的口耳相傳，將可能嚴重影響企業的形象、聲譽遭受衝擊。因此，ADSL 業者對於顧客的相關售後服務及問題，應必須妥善加以解決，並深入分析問題點及設法改進，避免問題再次發生。

#### 伍、 提升顧客滿意度，使顧客後續行為之正面效益並帶動業務成長。

由相關分析結果顯示，服務品質的整體滿意度對顧客忠誠度之「價格忍度」、「再購意願」、「推薦意願」均有顯著相關。可得知當顧客整體滿意度越高，其忠誠度與顧客之後續行為相對提高，反之，顧客整體滿意度越低，其再購意願、推薦意願也相對降低，甚至可能導致顧客抱怨、負面口頭宣傳、更換其他公司；亦即顧客滿意度的高與低，都將會影響顧客是否繼續使用該公司 ADSL 之產品、服務及後續行為。ADSL 業者必須加強服務品質、提升顧客滿意度，不僅能留住顧客的心，進而有助於顧客後續行為帶來正面效益，因顧客的正面宣傳，是開拓客源、擁抱顧客，永續經營的不二法門。

## 第二節 建議

隨著固網通信市場之開放，在市場自由與良性競爭中，消費者勢必可以用更低廉價錢，享受更新穎、更快速、更優質服務。市場之服務量與需求量年年增加，更因而由服務之良窳關係著業務成長，促使電信業者莫不兢兢業業經營。均以提昇服務品質滿意度為標的，以顧客導向為依歸，創造公司更佳營運績效。

本節將依據實證分析結果，彙整出研究結論，並對整體服務品質滿意度需待改善的滿意度構面，擬提出以下管理實務上的建議：

### 壹、對 ADSL 業者之建議

#### 一、與顧客建立良好的互動關係

客服人員為顧客裝機、移機及查修日期等服務是公司之前線人員，直接與顧客面對面，可直接了解顧客使用的口碑及對其產品的評價。因此，建議 ADSL 業者在平時要常常鼓勵所屬員工，多利用活動或節日慶典來增加接觸顧客的機會，並以顧客最熟悉與便利的方式建立彼此溝通聯絡的管道，與顧客建立良好的互動關係，同時針對不同的顧客來調整服務方式，提供客製化的服務，掌握商機開拓市場，藉以加強改善 ADSL 之服務品質。

#### 二、客服人員必須充分授權，即時提供服務，以滿足顧客需求

在講求以顧客為導向的時代及快速、多變、競爭激烈的經營環境，ADSL 之業者若要使顧客滿意，就必須具備相當程度的服務能力。服務能力亦即服務顧客的充分授權和專業知識能力。與顧客直接接觸的客服人員，必須獲得充分授權與擁有較大的自主權。當顧客有抱怨或意見時，客服人員能在第一時間將其所具備之相關專業知識能力來回應顧客，滿足顧客需求，以提供顧客最滿意、貼心的服務，使得顧客對客服人員之服務品質滿意度得以提升。

### 三、 強化網路櫃台之服務

增加網路櫃台業務受理項目，客戶不必出門，任何時間均可以完成下列各項服務，如 ADSL Modem 申裝、異動、升速、費率查詢、障礙派修處理及各種抱怨申訴等等，俾利顧客透過網路櫃台申辦、查詢各項電信業務之即時性；強化資料庫，提供各種設備的正確使用方法、注意事項及簡易查修步驟與方法，以供顧客查詢或自行查修。其他在網路櫃台無法處理者，再尋找空中櫃台客服人員或至營業櫃台解決，以節省顧客往返客服中心之時間及減少客戶親臨櫃台辦理之必要性，如此，不但可減輕客服人員的工作量或減少櫃台作業人力，亦可解決顧客停車問題，並即時滿足顧客需求。

### 四、 確認顧客族群的需求，調整市場區隔之行銷策略

不同背景之顧客對服務品質的重視程度、滿意程度及忠誠度行為之影響不一致，而顧客的需求也不盡相同。因此，行銷策略是必須將顧客區分，根據各種人口統計變數來區隔市場，業者可根據造成 ADSL 服務品質之缺口五變數，將市場區隔成不同之群體，再針對不同顧客的需求提供不同內容的服務、不一樣的行銷手法，來滿足各個顧客之不同需求。

### 五、 迎合顧客需要，以提高顧客滿意度

除了落實與顧客預約裝機、移機、修機等至府服務之時間外，應避免顧客無謂空等，施工完，務請顧客確認；增設服務據點，調整上班時段，滿足客戶需求；在非上班時段及例假日，增加裝機、移機及查修之人力，配合顧客需求提供彈性服務；竣工後，由專人電話查詢顧客使用狀況，及詢問顧客該客服人員服務品質如何，多給顧客關懷。

。

## 六、加強績效評估和獎勵製度，以提升服務品質

管理單位應不定時檢測，電話禮貌測試、客服中心服務的設施、服務人員的儀表、帳單的正確率、客服電話的撥通率、裝修人員配合用戶預約時間率等，按相關單位並列入績效考核評比，建立提升服務品質激勵制度。經過績效評和獎勵，要讓員工們了解，有出色的工作表現就會有獎勵，使表現優異之人有榮耀感，不要只把焦點集中在數量上，也要兼顧服務品質。

## 貳、後續研究建議

- 一、本研究僅針對傳統的服務品質缺口模式中的「顧客重視度與顧客滿意度的差距」(缺口五)，若能針對其它四個缺口(缺口一：消費者重視度與管理者滿意度間的缺口、缺口二：管理者滿意度與服務產品規格間的缺口、缺口三：服務產品規格與服務傳送間的缺口、缺口四：服務傳送與外部溝通之缺口)進行研究，加以衡量，更能符合產業的特性。
- 二、本實證研究僅以大高雄地區各大專院校之大專生為研究對象，後續研究者，可以將其他縣市之 ADSL 使用者，一併納入研究探討範圍，使實證研究結論，更能反應出市場開放後顧客對服務品質與顧客滿意度之實際狀況。
- 三、本實證研究僅對目前有使用 ADSL 之顧客進行研究，而由報導得知，目前尚未使用寬頻上網的家庭，只有接近一成五 (15.33%) 表示有意願在未來半年內使用寬頻上網。故後續研究者，可朝這一群潛在顧客來探討其消費者行為及特性，來做更深入之了解。