

金融行銷

顧客知覺價值、服務品質
與顧客滿意



授課老師
周炳宏

前言：未來的顧客滿意度

實體環境

服務人員

服務流程



前言：未來的顧客滿意度

兆豐銀行宣布，該行參加由今周刊主辦的2021年第15屆財富管理銀行暨證券評鑑，兆豐銀行財富管理團隊獲得「最佳客戶滿意獎」首獎及「最佳理專團隊獎」、「最佳銀色友善獎」等三獎項肯定，並由兆豐銀行總經理蔡永義代表領獎。

蔡永義指出，「境外資金匯回管理運用及課稅條例」施行至今，匯回總金額超過3,548億元，其中透過兆豐銀行專業團隊匯回金額超過370億元，個人匯回的市占率更高達兩成，凸顯兆豐銀行團隊服務客戶的細膩與專業用心，廣受客戶信賴與肯定。

近日以來，兆豐銀行財管團隊不畏疫情攪局，配合防疫親切服務不打折，持續透過行動iPad及視訊會議推出「無接觸理財」，提供客戶線上諮詢。

另外也積極推廣網路下單，目前兆豐銀行客戶線上交易比重接近八成；疫情期間更與投信公司、壽險公司等合作夥伴，持續以視訊連線舉辦各式稅務、理財講座，為客戶提供安全不間斷的專業財管服務。

面對市場瞬息萬變，兆豐銀投顧團隊持續關注國際金融局勢變動，每日發布市場快訊，報導即時投資訊息，提供精準外匯觀點，以行動協助理專全方位看顧客戶各類貨幣資產。同時結合完整產品線，為客戶規劃適宜投資組合，依客戶風險承受能力提出理財投資建議，一旦市場劇烈變動更即時通知客戶提供資產配置調整，即便在疫情期間，迅速有效的操作調整也深得客戶信任。

兆豐銀決定9月13日起至30日止，凡專業投資人至兆豐銀分行向理專諮詢業務且填寫服務滿意度問卷，即可獲「消費振興福袋」一份，與客戶分享得獎喜悅。



前言：未來的顧客滿意度

台北富邦銀行

● 即時滿意度調查

透過電子問卷及簡訊即時收集客戶對各項服務的滿意度評量意見。並列入「個金服務 KPI」進行監控，於高階主管主持之雙月服務品質會議檢討與管理

● 數位平台客戶滿意度調查

透過多種管道收集客戶滿意度意見

● 服務查核

推動秘密客稽核機制，並設置專業秘密客團隊。除每月以秘密客查核外，透過現場實際觀察客戶的服務感受及服務流程，進而發掘問題

● 客戶意見管理

蒐集客戶意見，並透過高階主管主持之服務品質會議，找出改善機會。建置 VOC 共享平台及建置客訴平台，持續蒐集客戶意見

富邦產險

● 車險保險賠款滿意度調查

每月提供調查結果予相關單位檢討改善，並由客戶服務管理部覆核，每月滿意度目標需達 75% 以上

● 道路救援服務滿意度

每月針對客戶意見或不滿意彙整製作「道路救援服務滿意度統計表」，轉知道路救援公司檢討並要求提出改善方案。訪查件數為每月服務件數之 10% 以上，2020 年抽查件數比例達 25.5%

● 臨櫃作業服務滿意度調查

即時進行臨櫃滿意度調查，由客戶於 iPad 自行填答問卷，每月滿意度目標需達 95% 以上

富邦人壽

● 臨櫃作業服務滿意度調查

每年 7~9 月委託專業顧問公司進行櫃檯服務現場評核，滿意度目標需達 85 分以上

● 「海外急難救助服務」問卷訪查

海外急難救助案件服務結案後，針對保戶/家屬進行電話關懷及滿意度訪查，滿意度目標需達 95% 以上

● 保戶電話諮詢服務

於電話諮詢結束後執行電話滿意度抽樣調查，每月滿意度目標需達 92% 以上。(諮詢電話抽樣條件：通話時間 3 分鐘以上，抽樣比率 3%)

富邦證券

● 提供多元理財訊息

舉辦投資講座並提供每周、每月投資週報，提供客戶多元化投資訊息；透過「富邦說趨勢」PODCAST 節目，由專家解析最新市場趨勢，讓客戶輕鬆掌握全球市場趨勢

● 臨櫃作業服務滿意度調查

自 2020 年 9 月開始進行即時臨櫃滿意度調查，由客戶掃 QR-code 自行填答問卷，每月滿意度目標需達 95%

● 新開戶線上滿意度調查

自 2014 年進行新戶開戶滿意度調查，在客戶開戶後一週後立即進行線上滿意度問卷調查，並針對客戶的意見回饋進行瞭解及改善

● 服務查核

自 2011 年起推動秘密客評核機制，除了每月由分公司進行自評之外，每年透過專業評核機構進行訪查，執行秘密客評核專案，改善服務品質

Fintech 新金融服務



區塊鏈技術研發

2019 年獲得金管會同意與帳聯網公司共同申請台灣第一個「區塊鏈跨行轉帳監理沙盒案」



RegTech 違法科技導入測試

富邦金控創新科技處與台北富邦銀行合作，測試應用 Graph 圖分析技術於銀行理專人員服務場景



行動支付

為更進一步推動生活與金融的深度結合，投資 LINE Pay 並聯合發起 LINE Bank 純網路銀行的籌設



發展理財機器人專案

台北富邦銀行與英國第一大智能理財平台 Nutmeg 合作，2019 年正式推出「奈米投全球 ETF 智能理財服務」



航延險快捷理賠通知

保戶提供班機相關資訊，富邦產險即可透過航班資訊進行比對，符合班機延誤理賠標準者，將主動寄發電子郵件通知，2020 年共發出 1,449 件申請理賠通知



富邦證券於 2020 年 9 月 1 日，正式推出「即時臨櫃滿意度調查」，由客戶掃描 QR-code 自行填答問卷，每月滿意度目標需達 95%。此項調查將作為富邦證券內部考核及改善服務品質之重要參考。

顧客滿意度



顧客滿意度的意義

- 顧客因購買與消費引發的愉悅或失望的程度
- 無論來自個別的或長期累積的交易經驗，顧客對於某家企業或某個產品（不管是整體或服務態度、接待流程、產品表現…）都會品頭論足一番，進而產生正面或負面的情緒，這些情緒反應就是滿意度

顧客滿意度

顧客滿意度的意義

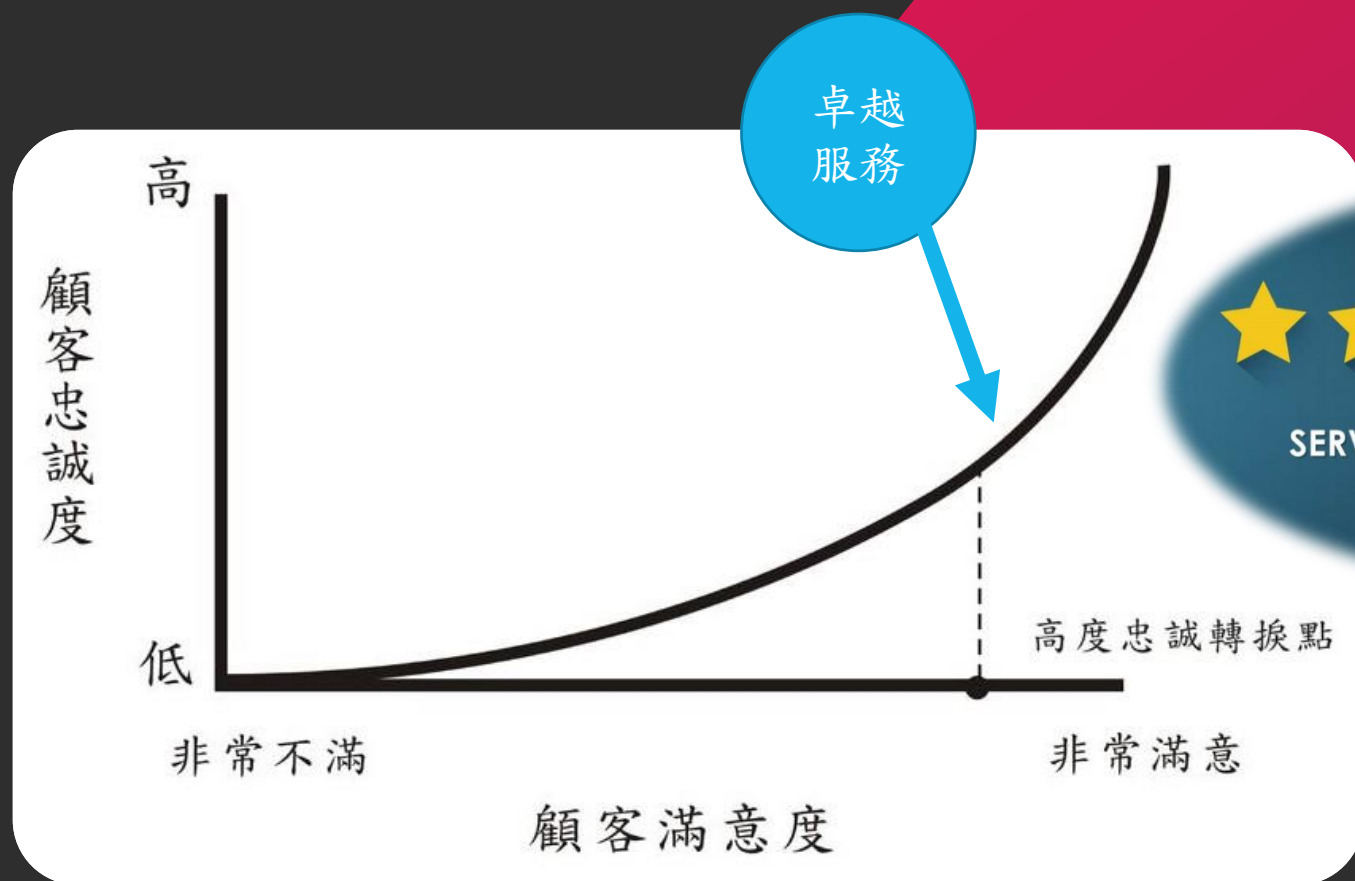
- 企業強調顧客知覺價值，就是為了創造顧客滿意度
- 顧客滿意度會影響顧客忠誠度、口碑流傳、再購意願，進而影響企業永續經營



顧客滿意度

顧客滿意度的意義

- 顧客滿意度與顧客忠誠度並沒有等比例的關係（非直線關係）
- 滿意度到達某個強度時，忠誠度才會大幅攀升



顧客滿意度

顧客滿意度的形成

- 期望落差模式
 - 顧客滿意度決定於產品表現與期望的比較結果
 - 如果覺得商品表現達到或超過期望(正向落差)，則感到滿意
 - 如果覺得商品表現低於期望(負向落差)，則感到不滿

----- 表現超過預期，滿意

————— 期望

----- 表現低於預期，不滿意

顧客滿意度

顧客滿意度的形成

投資一定有風險
基金投資有賺有賠
申購前應詳閱公開說明書

- 期望管理
 - 行銷意義
 - 針對所有和顧客接觸的資訊管道(網站、廣告、包裝、傳單、產品說明書)，置入能夠塑造合理期待或正確期望的內容
 - 如：投資商品事先告知投資具備的風險

A circular inset image shows a woman with short brown hair, wearing a red jacket, looking upwards with a confused expression. A speech bubble next to her contains the text: "公開說明書？我洗衣機說明書都看不懂了！".

公開說明書？
我洗衣機說明書
都看不懂了！

顧客滿意度

顧客滿意度的形成

Customer Classification

Class	Revenue (million \$)
A	> 5
B	1- 5
C	0.5 - 1
D	0.1 - 0.5
E	< 0.1

- 期望管理

- 慎選顧客或有效搭配顧客與產品
- 如：存戶分級（一般、貴賓）、不同等級的信用卡讓持有人對服務項目與品質有合理的期望

顧客滿意度

顧客滿意度的形成

- 期望管理

等級	Visa	MasterCard	JCB	美國運通
普通	普卡 Classic/Card			
金	金卡 Gold			
白金	白金卡 Platinum			
卓越	御璽卡 Signature	鈦金卡 Titanium	晶緻卡 Precious	無
頂級	無限卡 Infinite	世界卡 World 世界之極 World Elite	尊緻卡 Grand 極緻卡 Eternity	百夫長卡 Centurion

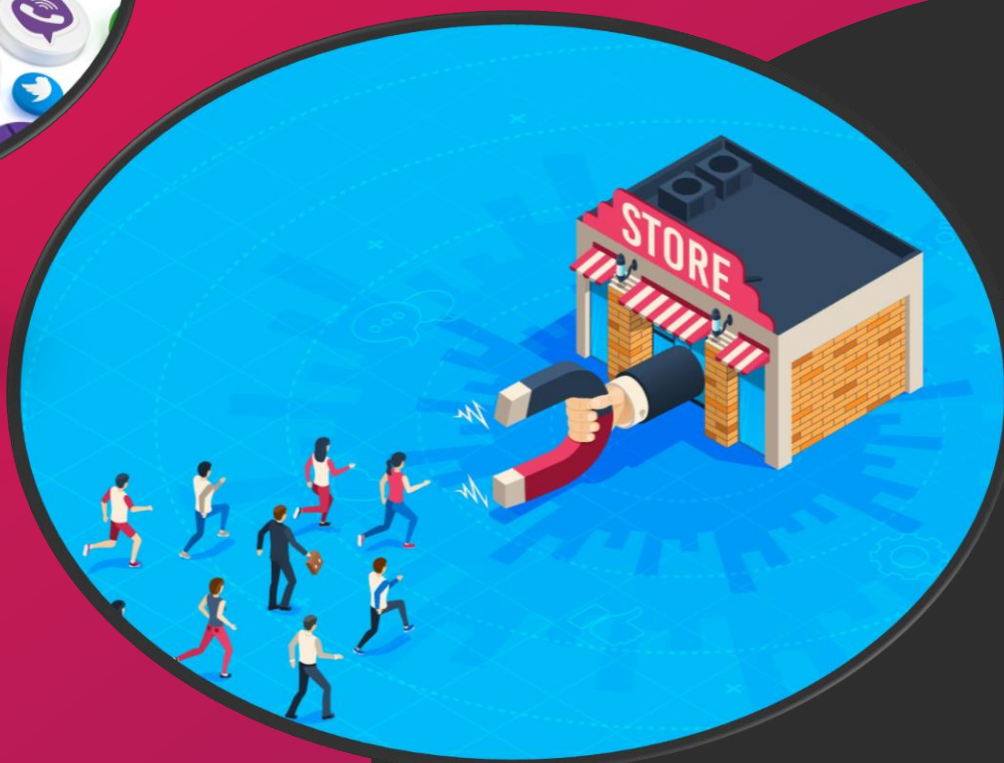


顧客滿意度

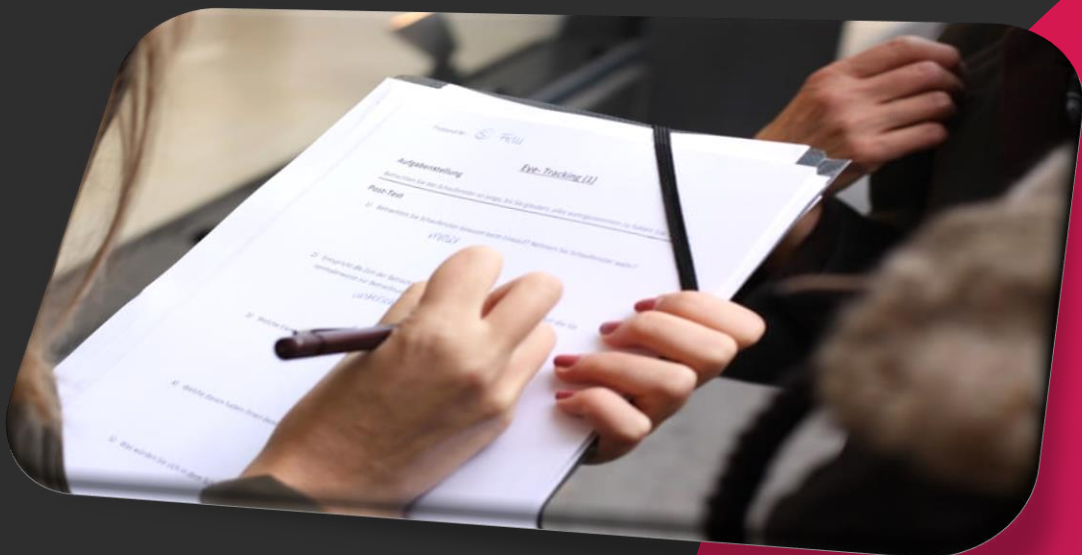


顧客滿意度的追蹤

- 重要的行銷經營績效
- 企業永續經營的基礎
- 追蹤顧客滿意度成了重要的管理工作



顧客滿意度



顧客滿意度的追蹤

- 顧客滿意度調查
 - 藉由問卷定期衡量顧客滿意度
 - 事先掌握與顧客價值有關的項目
 - 注意這些項目在滿意度指標上是否達到一定的水準



顧客滿意度



顧客滿意度的追蹤

- 神秘訪客
 - 調查人員佯裝成顧客，瞭解服務人員的品質及銷售現場的作業情況

顧客滿意度

顧客滿意度的追蹤

- 顧客流失分析
 - 顧客滿意度會影響顧客忠誠度與再次購買的意願
 - 顧客流失可以視為顧客滿意度的重要指標
 - 定期檢查顧客流失率、流失顧客的背景、流失原因、流失造成的影響等
 - 檢討企業或產品的缺失，以求改進



顧客滿意度

內部處理流程

- 申訴或建議交由誰來負責審視
- 調查及決定處置方式
- 如何回覆投訴人或建議人

意見蒐集管道

- 為消費者建立的申訴或建議管道，包括公關部門、服務櫃台、免付費電話、意見箱、WWW專區、電子信箱
- 良好的申訴與建議制度，可以帶來「內部解決、控制危機」的機會，避免事故在公共場合或媒體上過度渲染而嚴重影響企業或產品形象

顧客滿意度的追蹤

- 申訴與建議制度
 - 企業用來持續蒐集、了解與處理顧客心聲的一套機制