

# 讚賞帶動優質服務

Appreciation Drives Service Excellence

## 2018

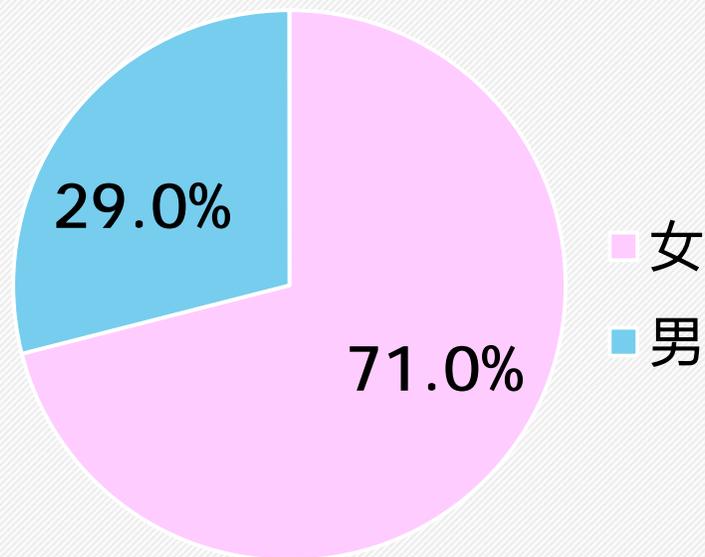
香港浸會大學  
市場學系研究小組



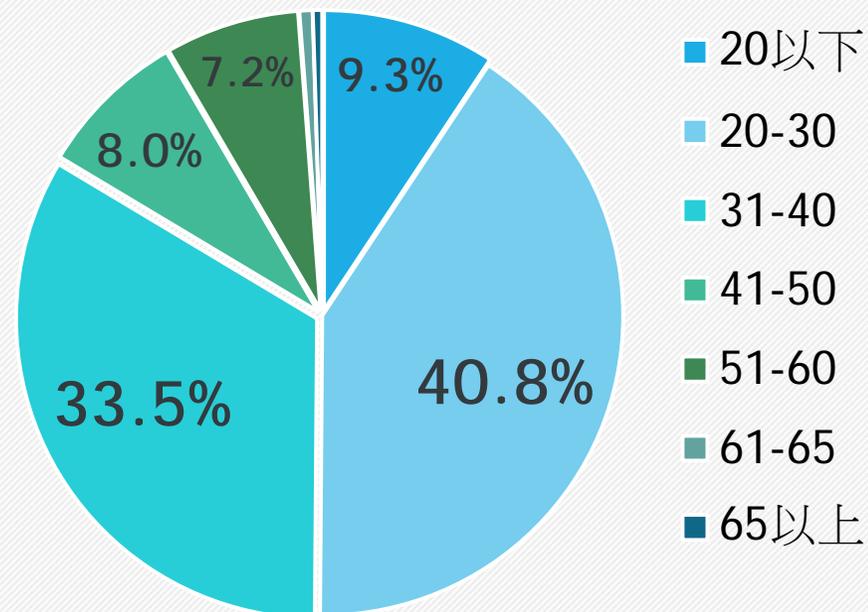
顧客受訪者=600



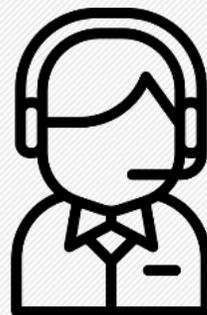
性別



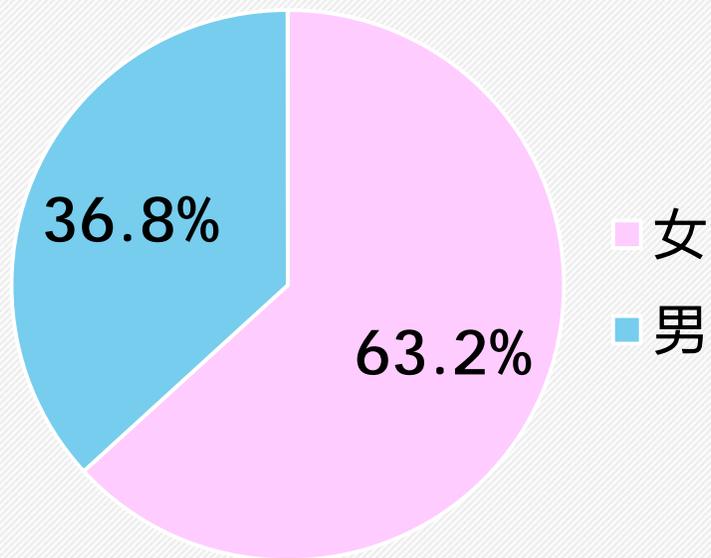
年齡



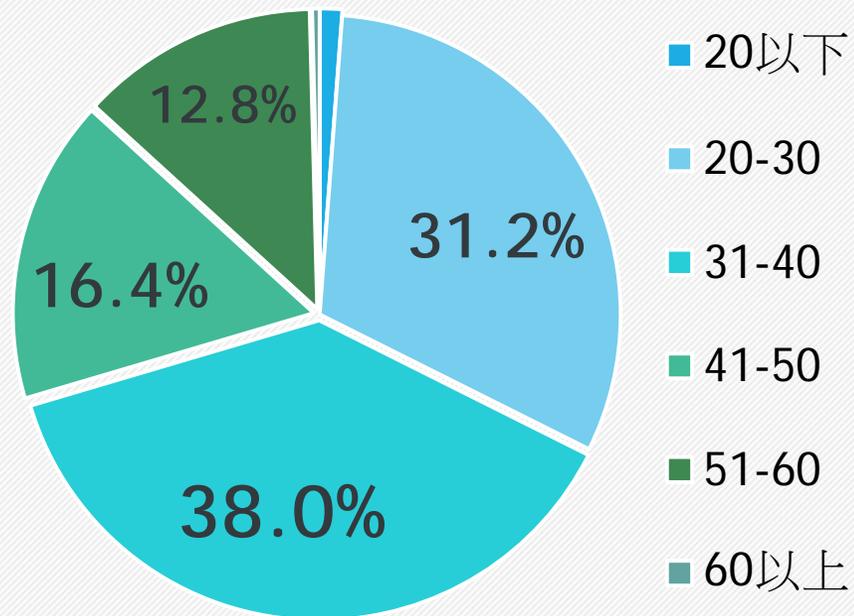
員工受訪者=500



性別



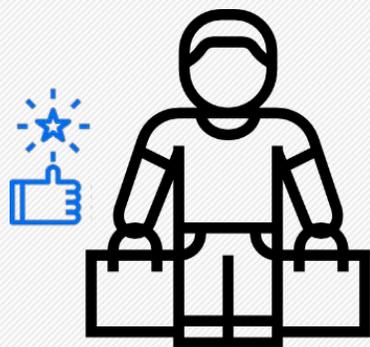
年齡



顧客受訪者：在過去一年，你有無讚賞過某機構的前線員工呢？

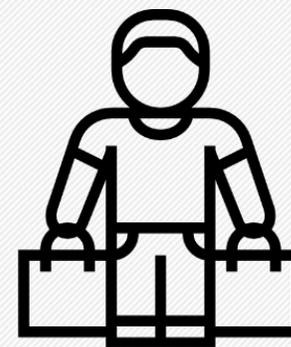
4

顧客受訪者=600



有讚賞經驗的顧客

40%

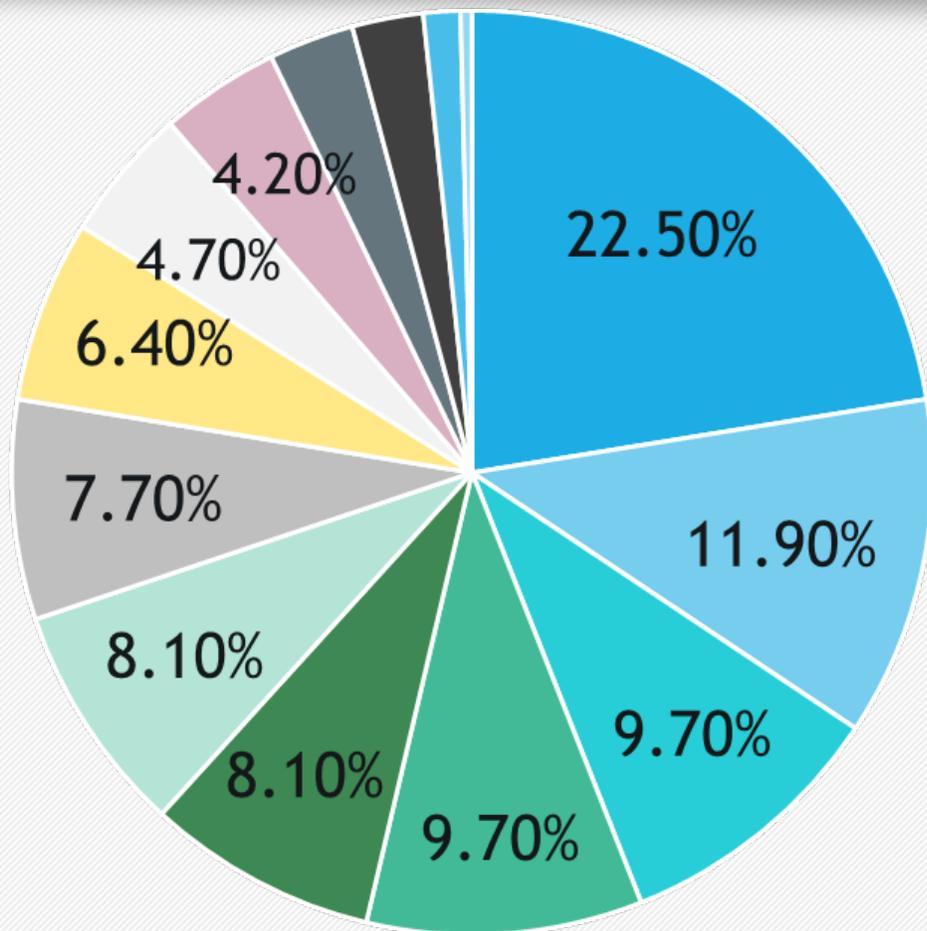


沒有讚賞經驗的顧客

60%

# 最經常受到顧客讚賞的三個行業

5



- 餐廳 / 酒樓 (包括快餐) 22.50%
- 銀行 / 保險 11.90%
- 航空業 9.70%

- 醫療
- 酒店
- 零售 / 批發
- 旅遊業
- 政府或公營服務
- 雜貨店 / 超級市場
- 美容
- 公共運輸

- 電訊
- 房地產
- 資訊科技

< 5%

	 有讚賞經驗的顧客 (%)		 沒有讚賞經驗的顧客 (%)
我會跟其他人說有關該機構的 <u>正面評價</u> 。	54%	>	48%
如果該機構的服務出現問題時，我會向它們 <u>提出善意的意見</u> 。	52%	>	34%
我 <u>願意嘗試</u> 該員工介紹的新產品 / 服務。	51%	>	30%
我 <u>欣賞</u> 該機構的服務。	61%	>	43%
我會 <u>繼續光顧</u> 該機構。	66%	>	55%

# 重要結論 1

7

如何驅動顧客讚賞員工？

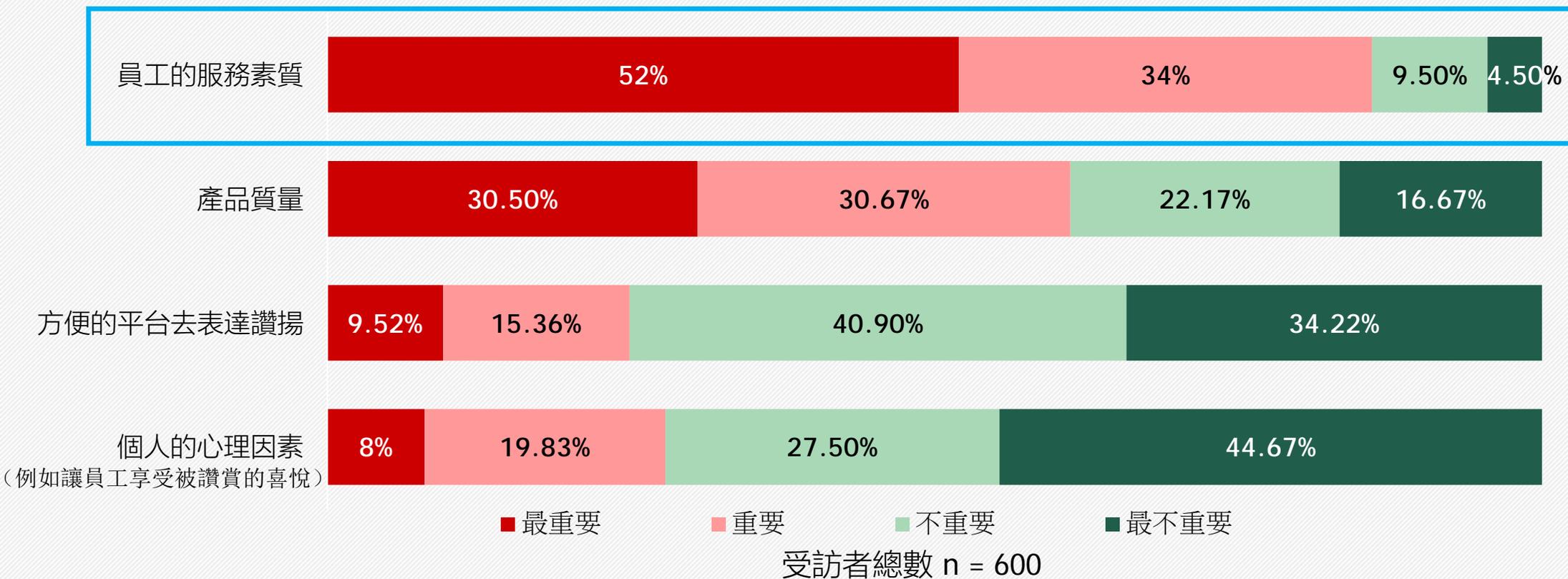
# 如何驅動顧客讚賞員工？

8



# 如何驅動顧客讚賞員工？

驅動因素重要性佔比(%)



問題來源於顧客問卷：“總括而言，請排列以下各驅動你讚賞員工的因素的重要性。”

# 如何驅動顧客讚賞員工？

“只需一個小小動作，影響就會意想不到！”

10

- 一些“顧客讚賞”的例子：

- 個個員工好勤力，我地要咩服務，好似暖水，餐具，佢都會好好態度，好快拎俾我地，個次佢見到我碟餸漏左隻匙羹，我未開口佢已經拎番黎，好醒目

- 同朋友一起去食飯，2個人點的菜有啲多，個職員都會溫馨提示下。食完飯後仲貼心問你需唔需要打包盒。跟住走出餐廳門口時，唔記得拿電話，個職員都會大聲叫我地翻來。

- 隔離枱小朋友太嘈，他主動建議對方將音量收細，以免影響我們熟睡的寶寶。

- 該餐廳的經理由本人進店至離開的一刻，提供非常優質的服務，而且能因應顧客需要提供冷或暖水，小小舉動卻令我感到很窩心。

# 重要結論 2

11

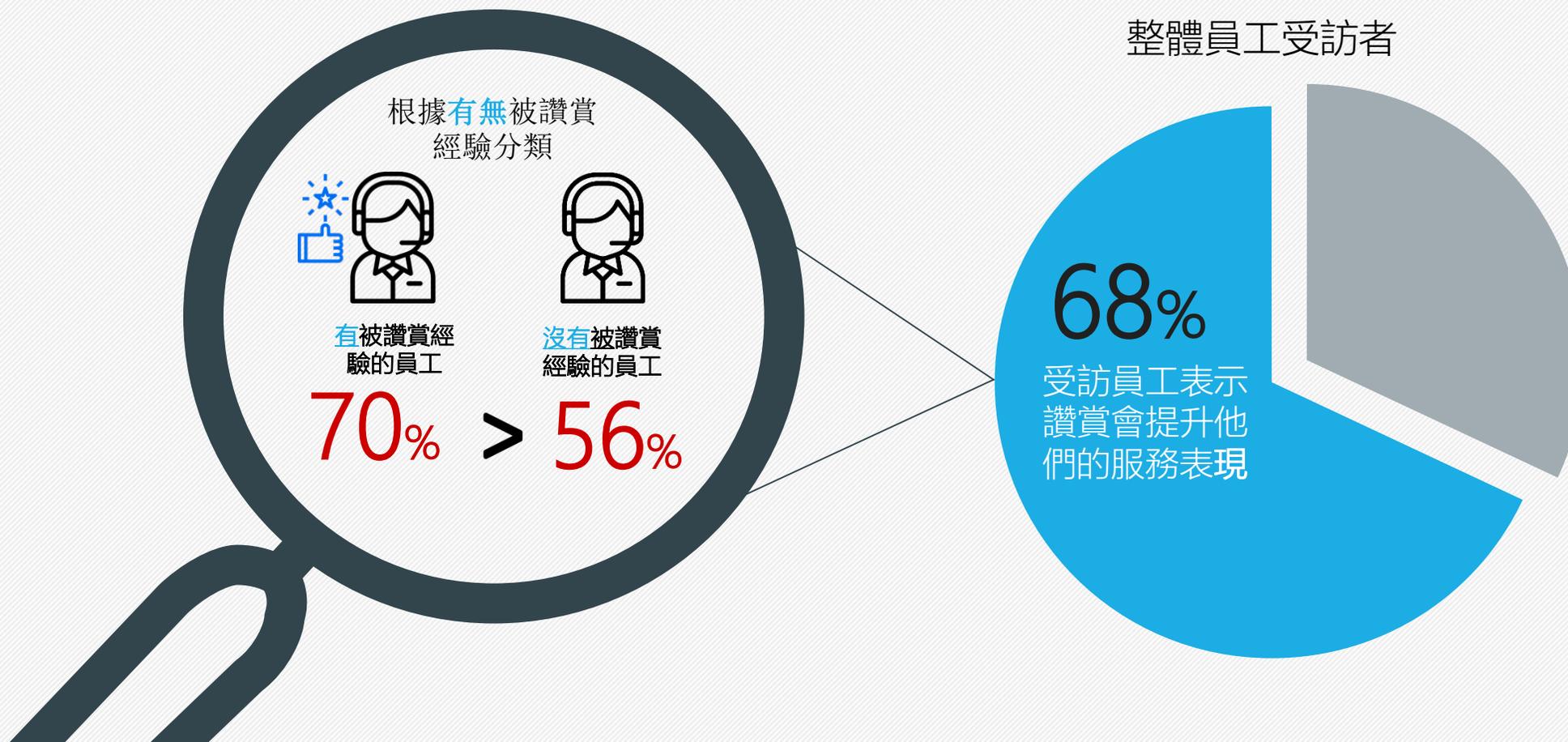
如果員工的服務質素是最重要的驅動因素.....  
顧客的讚賞能提升員工的服務表現嗎？

# 顧客的讚賞能提升員工的服務表現嗎？

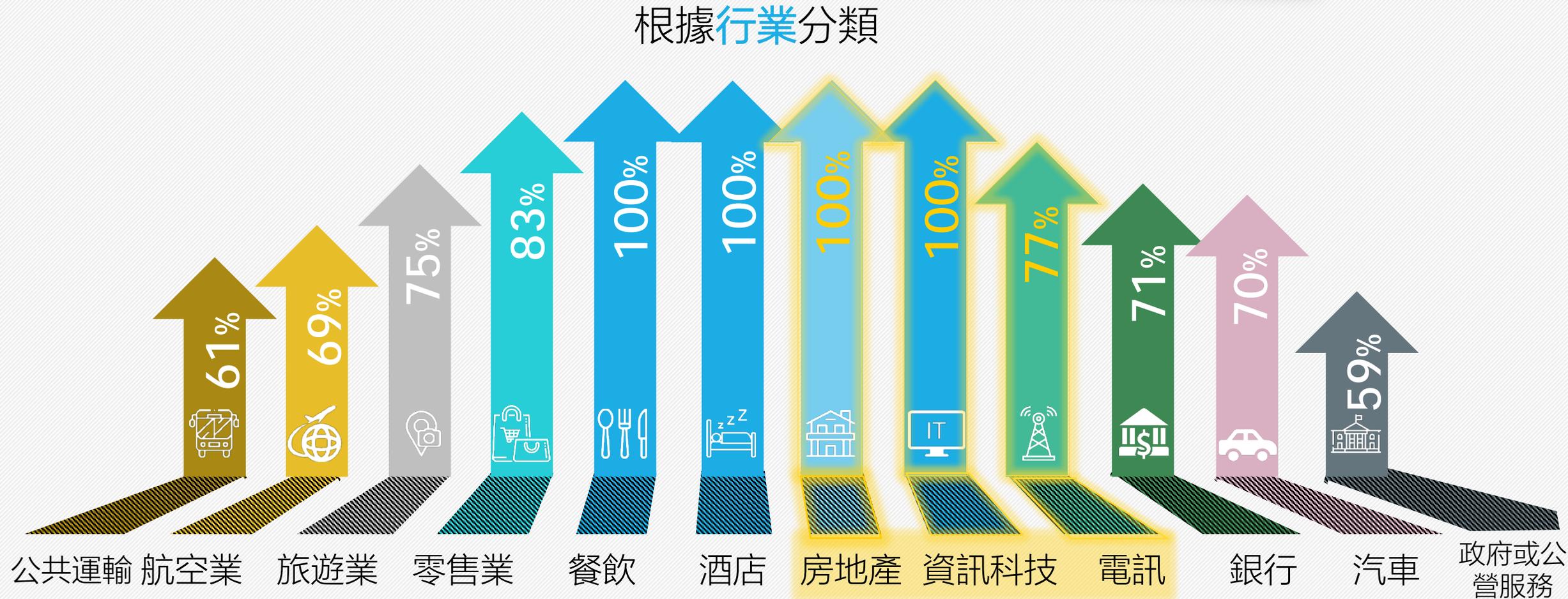
12

你認為顧客的讚賞有可能促使你提升工作表現嗎？

整體員工受訪者

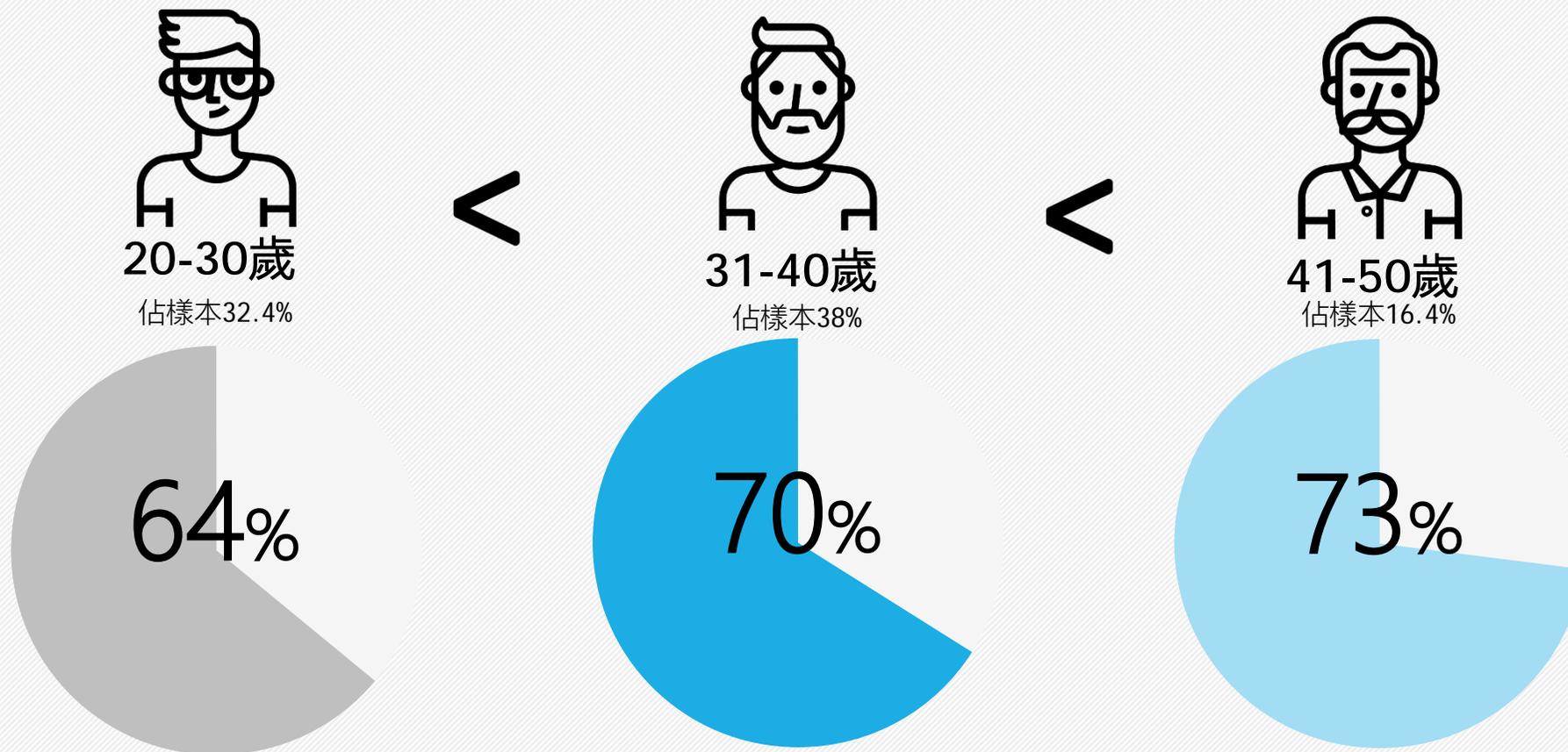


# 顧客讚賞對不同行業的員工的影響



問題來源於員工問卷：“你認為顧客的讚賞有可能促使你提升工作表現嗎？”

根據員工年齡分類



問題來源於員工問卷：“你認為顧客的讚賞有可能促使你提升工作表現嗎？”



有被讚  
賞經驗  
的員工  
(%)



沒有被  
讚賞經  
驗的員  
工(%)

我很自豪成為這機構的員工。

80%



63%

當其他人說我是這機構的員工時，我感到開心。

78%



63%

總括而言，我很滿意在這機構工作。

80%



63%

# 重要結論 3

16

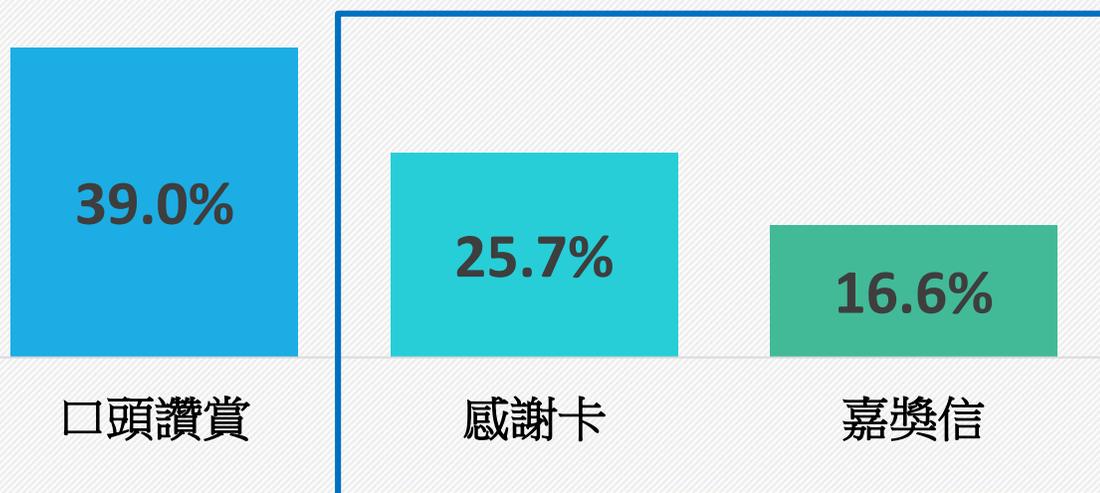
顧客最常選用的讚賞渠道？

# 最常選用的三種讚賞渠道

17



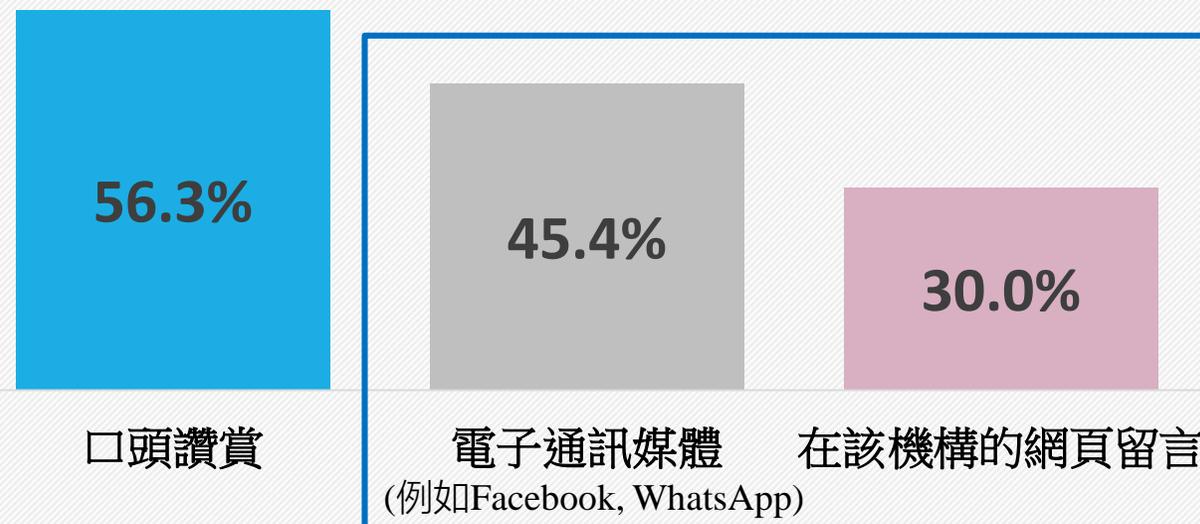
有讚賞經驗的顧客



有讚賞經驗的顧客更喜歡**直接**和**個人**的渠道  
(這些讚賞渠道往往**更繁瑣**)來讚揚員工



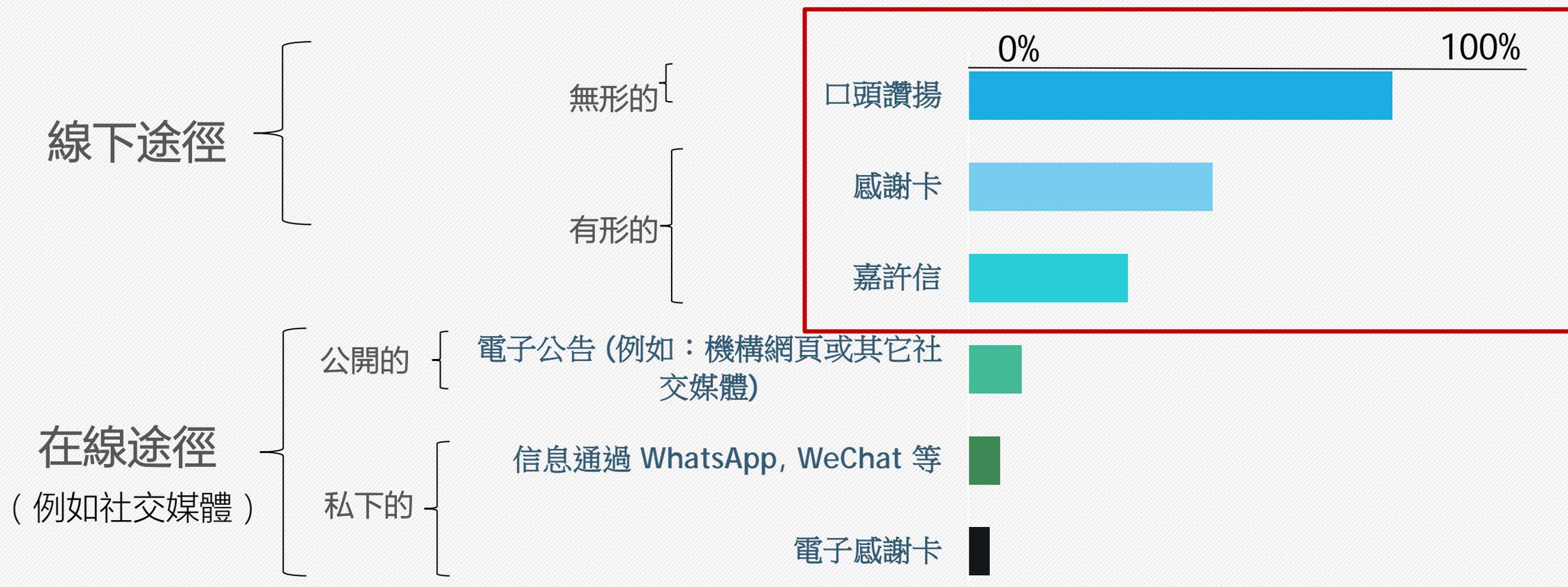
沒有讚賞經驗的顧客



有讚賞經驗的顧客更喜歡**簡單**和**容易**的渠道  
(這些讚賞渠道往往**更便捷**)來讚揚員工

# 哪些讚賞渠道更能推動員工提升工作表現？

18



# 結論：「向上螺旋效應」

19





賞 Name  
文 Appreciation  
日 Day >> 11.22