

◆內部顧客服務的定義與重要性

「內部顧客」定義

➡ 企業內的每一個員工或單位、部門，都可稱為企業的內部顧客

三類內部顧客

- ➡ 職級顧客：由企業組織內部的職位和權力，所產生的顧客關係。低階人員可以算是高階人員的顧客。
- ➡ 職能顧客：由職能部門之間相互提供業務支援，所產生的顧客關係。被支援者可以算是支援者的顧客。
- ➡ 工序顧客：由內部工作流程中的作業先後次序，所產生的顧客關係。下一道工序執行者可以算是上一道工序執行者的顧客。

打造黃金服務循環

➡ 創造黃金服務循環，是企業、員工、顧客三贏的保證



競合併存的「同事關係」

- ➡ 合作: 為了達成一個共同的目標，相互協調合作的關係
- ➡ 競爭: 個人利益而言，又會是一種競爭的關係，但應該是良性競爭，而非惡性競爭。

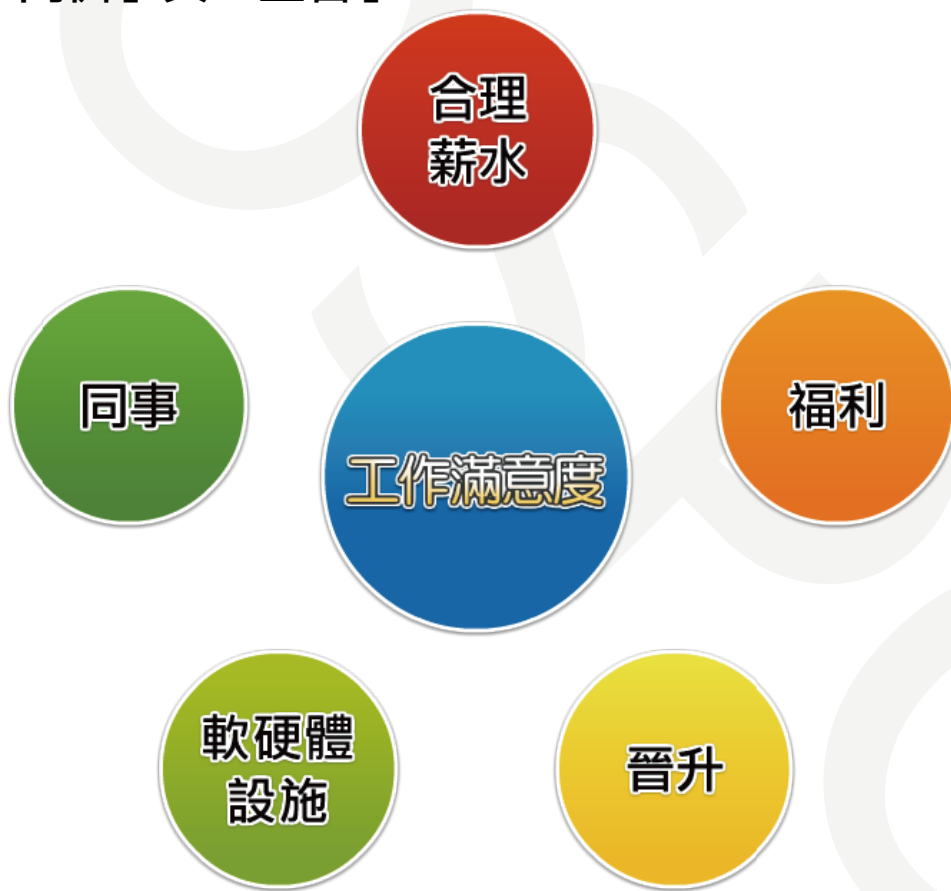
◆內部顧客與外部顧客的關係

工作滿意度與服務品質之間的關係

- ➡員工是企業利潤的創造者，如果員工對企業工作環境滿意度高，他們就會樂在工作、努力工作，為企業創造更多價值。

影響工作滿意度的因素

- ➡員工對企業工作環境是否滿意，除了豐厚的薪水、福利、晉升、軟硬體設施之外，還有一項非常重要的因素，那就是「同事」，包括「同儕」與「主管」。



內外兼顧打造黃金服務

- ➡「人」影響工作環境滿意度高達65%
工作環境不滿意的因素，除了對薪水、福利、晉升、軟硬體設施有所不滿意之外，又以對同事（包括同儕與主管）不滿意，佔65%的高比。

➡ 改善內部服務品質從自己做起

協助企業提高內部顧客服務人人有責，從自己做起，與同儕及主管在工作上，多為別人著想，和樂相處、互助合作，時刻反省：「我還能為別人多做些什麼？」。

外部客戶滿意度，是內部外部服務的最高指導原則

- ➡ 以外部顧客滿意為指導原則，促使內部員工積極參與，加強溝通，努力工作，從各方面提高工作品質，促進整體服務品質的提高，才會是一個內外皆贏的黃金服務循環。

◆ 提升內部顧客服務品質

做好內部服務要懂得換位思考

- ➡ 「換位思考」，就是將心比心、設身處地為他人著想，互相寬容、理解，多站在別人的角度上思考。
- ➡ 懂得「換位思考」的人，能夠很快瞭解別人的狀況，比較不容易陷入對立的情境。

ARCI 阿喜法則

- ➡ Accountable - 當責者：負最後成敗責任者
- ➡ Responsible - 負責者：負責執行並完成所分派任務的人
- ➡ Consulted - 事先諮詢者：行動方案執行之前必須諮詢的人
- ➡ Informed - 事後告知者：決策定案或任務完成後，後續相關必須告知者

如何做好跨部門溝通

- ➡ 要了解其他部門的專業與作業流程及作業性質，以及，讓其他部門了解自己部門的作業流程及作業性質，這也是跨部門溝通上最需要加強的一環。

跨部門溝通困難的先天障礙與後天努力

- ➡ 先天障礙：組織及制度的因素所造成
- ➡ 後天努力：改善先天上的不足，就得靠後天的有效溝通協調來化解

說服力是跨部門溝通最重要的能力

➡ 「說服力」三步驟：

1. 讓對方充分瞭解你所說的意思
2. 對您自己的建議必須充滿信心及熱忱
3. 必須讓對方明白，您的建議對他也有好處

「用心聆聽」三步驟

- ➡ 不要猜測，要確認→有疑義的地方要追問，猜測往往容易造成誤會
- ➡ 別急著否定，異中求同→別把對方當對手，你真正的對手在同業
- ➡ 抱持雙贏心態→用企業的角度看問題，別只想著自己部門的利益，否則只有雙輸

跨部門溝通應掌握的五個要點

- ➡ 會議前先釐清關鍵性問題
- ➡ 真誠是最好的方法
- ➡ 要懂得換位思考
- ➡ 保持彈性
- ➡ 不要害怕衝突