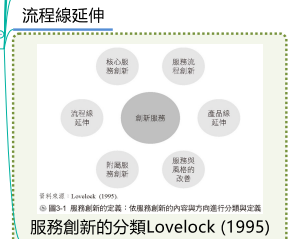


服務創新

服務創新類型

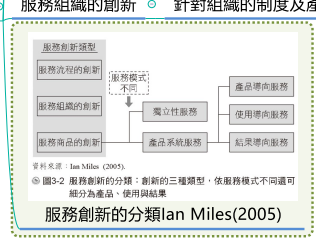
- 利用新的想法、技術或手段轉變或改善成新的服務方式
- 社會面
 - 服務創新是在創造和開發人類自身價值，提高和完善生存品質並改善社會生態環境的活動
- 方法論面
 - 服務創新是指發明、創造與開發、應用新的服務方法與途徑、服務新對象、開發新服務市場等活動
- 技術面
 - 服務創新是為了滿足需求的軟性科技創新活動
 - 實體生產部門相關的管理、組織、設計等創新
 - 以文化和社會產業為主，來推動社會和生態進步並豐富生活的軟性創新
 - 以傳統服務業和狹義知識密集型服務的軟性科技創新
- 經濟面
 - 服務創新是通過非實體製造手段來增加有形或無形「產品」附加價值的經濟活動

- 核心服務創新
 - 市場上前所未有的核心服務的創新
- 服務流程創新
 - 利用新的方法來傳遞既有服務的流程創新
- 產品線延伸
 - 在現有的服務外再增加其他服務
- 服務與風格改善
 - 小程度的服務改善、風格改變
- 附屬新服務建立
 - 針對非核心服務的其他服務進行改善



依據服務創新的內容與方向

- 服務流程的創新
 - 針對服務流程進行創新和生產服務的方式
- 服務商品的創新
 - 以產品為核心所衍生之服務創新
- 服務組織的創新
 - 針對組織的制度及產品和工藝，進行管理上的改善



依據服務的對象

- 根本式創新
 - 重大創新
 - 新興事業
- 漸進式創新
 - 服務提升
 - 風格改變

◎表3-2 依服務創新程度的型態分類		
根本性創新		
重大創新	市場新服務尚未定義。這些創新需要資金資訊及風險共用的技術所驅動。	Wells Fargo Bank於1995年5月推出了網路金融服務。
新興事業	存在服務市場中的新服務。	MasterCard International的子公司 - Mondex USA - 為非交易型設計並發行一種電子卡。
提供服務	提供組織現有顧客新的服務（儘管這些服務可以從其他企業中獲得）。	銀行發在超市或其他零售商的ATM，或設於其他地點的電話（如校內的銀行與電話）。
漸進式創新		
服務提升	現有服務的提升，例如新顏色、新路線、新設計。	Singapore Airlines在特快專車中常提供與同等級服務。
服務提升	改變目前提供的服務特性。	Delta Airlines使用類似自動櫃檯的櫃檯，方便乘客Check-in。
風格改變	某些可見改變東西的新形式或外觀，而不改變其核心功能。	LA的Calvary 餐廳與相關式會館顧客的體驗，提供與顧客相同的服務，但提供在服務，裝飾風格本身，只改變服務的樣貌。

依據創新程度的型態

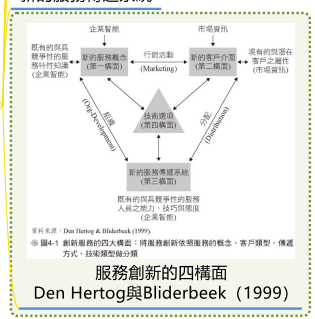
- 經營管理創新（如運用電腦、資訊處理、網際網路等技術）
- 行銷手法創新
- 新商品或新品牌開發創新
- 服務內容創新（精緻化、多元化或客製化）
- 市場區隔與定位創新
- 多元通路與配送服務創新
- 資源整合或組合不同的服務內容產生綜效
- 服務流程創新

Den Hertog與Bliderbeek (1999)

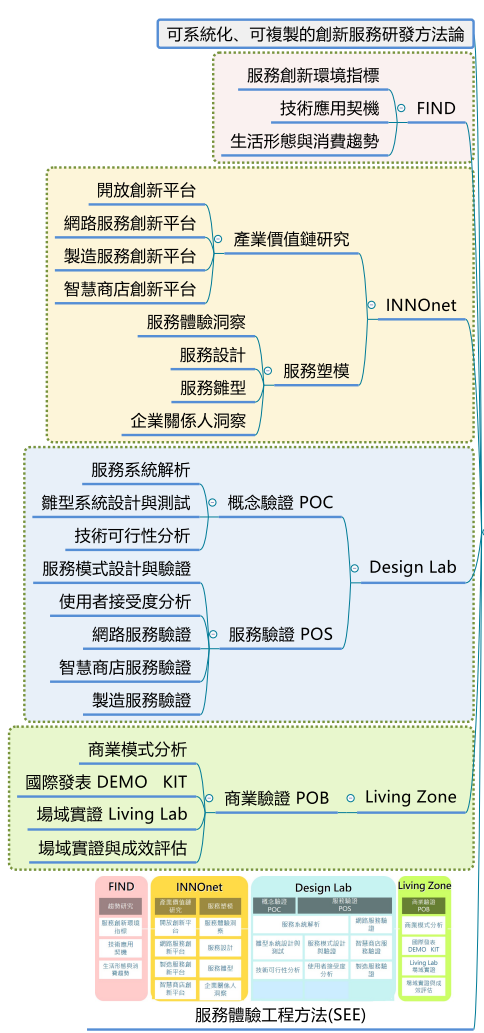
服務創新的構面

- 以技術為核心
- 新的服務概念
 - 提供客戶新的服務流程或新的服務內涵
- 新的客戶介面
 - 運用資訊技術改善現有服務介面
- 新的服務傳遞系統

例如ATM,網路銀行..



服務體驗工程方法(SEE)

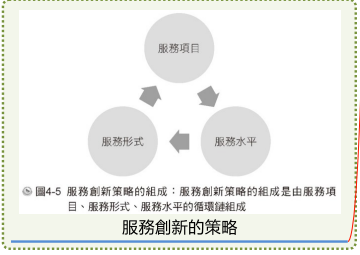


服務創新的思維

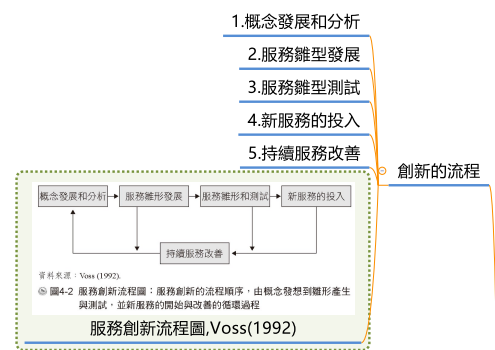
- 要把注意力集中在對消費者期望的回應上
- 務必善待消費者的抱怨
- 服務需要有彈性
- 企業員工比企業的規則更重要
- 用超前的眼光來進行創新的推測，服務是因人而異。
- 產品設計與體現的服務是需要建立完整的服務體系來結合
- 把「有求必應」與主動服務結合起來，不同的企業對服務的理解不同
- 必須將無條件服務的宗旨與合理約束消費者期望的策略結合起來

服務創新的策略

- 根據產品自身特性和消費者需求，開拓相應的服務項目
- 根據消費者需求和競爭者的策略決定現代服務的費用支付和形式
- 為消費者和客戶節省時間成本，對消費者反映的問題能及時解決
- 藉由提升服務的品質標準幫助消費者和客戶排憂解難
- 服務人員使被服務者感受到親切安全
- 讓客戶感受到服務人員的高素質
- 對目標消費者提供的承諾的服務一定要兌現
- 透過各種管道向用戶提供各種服務和諮詢
- 企業服務品牌和個人服務品牌



服務創新的流程



- 針對新理念進行篩選，勝出的概念進行開發並測試可行性
- 確認是否新的服務真的對公司有創造價值的潛力
- 進行服務設計和測試
- 通過考驗的新服務才能大規模的全面上市

