

## 閱讀須知與連結

資料來源為一份顧客體驗問卷，回覆結果為一份 Excel，並附上資料欄位說明。詳細請參考以下連結：

<https://drive.google.com/drive/folders/15P908g5ek77NMIcibtBHeth8PGWBJWw7R?usp=sharing>



# 顧客體驗問卷回饋

## 案例分析

吳承諺



# 題目

## 1 如何提升客戶滿意度？

(找出影響 CSAT Score ( 客戶滿意度 ) 的主要因素，提供具體的改善建議。)

## 2 如果你是客服主管，要如何管理和訓練客服人員？

(診斷客服人員表現差異，設計有效的訓練與管理機制。)

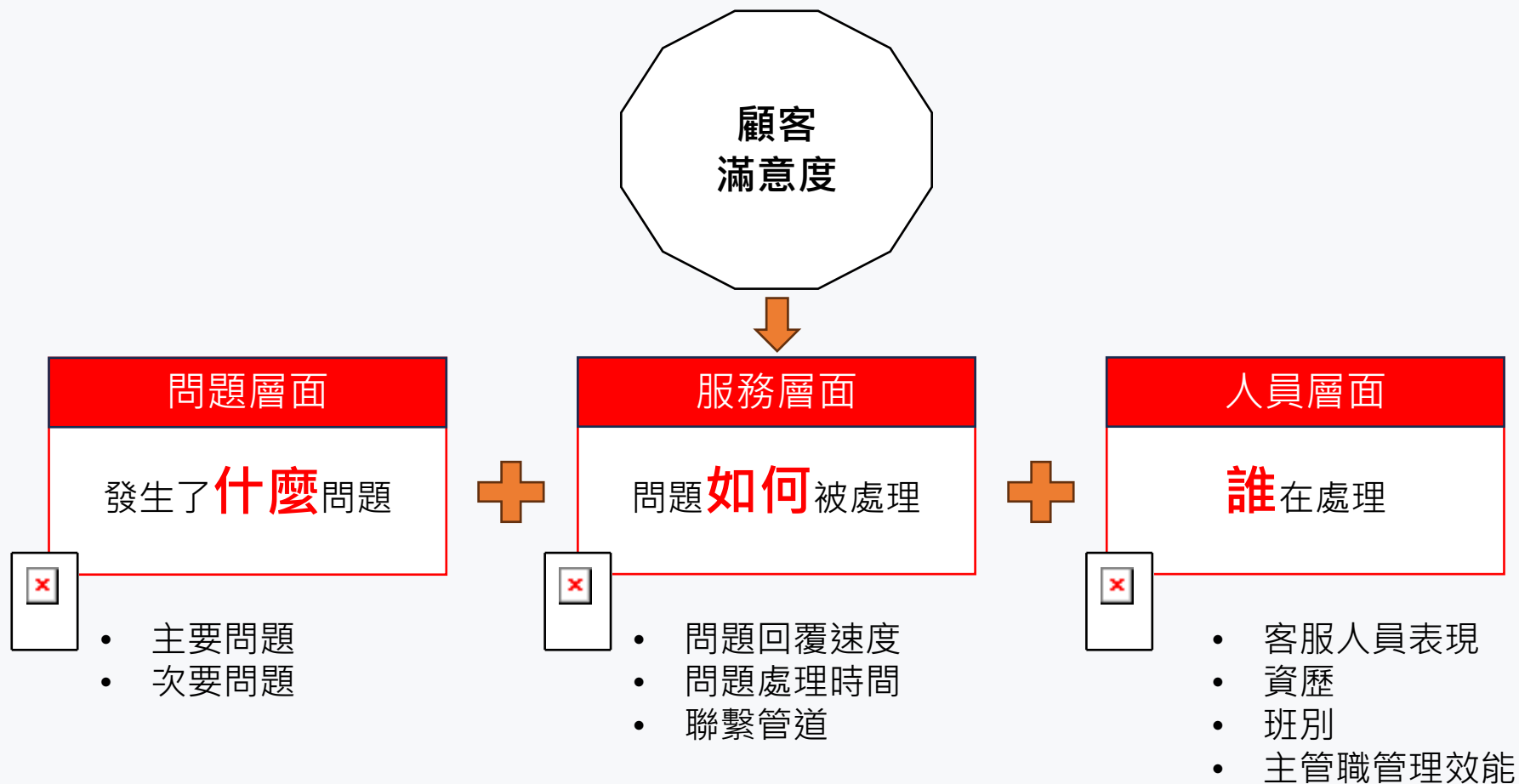
# 議程項目

- 分析方法/框架
- 基本資料分析
- 問題層面：主要問題、子問題
- 服務層面：問題回覆速度、問題處理速度、聯繫管道
- 人員層面：客服人員表現、資歷、班別、主管管理效能
- 關鍵策略
- Q&A

# 分析方法 / 框架

目標1：找出影響 CSAT Score ( 客戶滿意度 ) 的主要因素

目標2：診斷客服人員表現差異，設計有效的訓練與管理機制



# 基本資料分析

客戶滿意度整體表現

| CAST Score | 問卷回覆總數 | 佔比   |
|------------|--------|------|
| 1          | 11230  | 13%  |
| 2          | 1283   | 1%   |
| 3          | 2558   | 3%   |
| 4          | 11219  | 13%  |
| 5          | 59617  | 69%  |
| 總計         | 85907  | 100% |

## 描述性統計分析

- 問卷數：85,907
- 平均 CAST 分數：4.2
- 中位數：5
- 標準差：1.4

資料來源：顧客滿意度回饋問卷

資料區間：2023/08/01 ~ 2023/08/31

銷售商品類別：日用品、電子產品、家具、文具...等

銷售市場：印度各城市

# 1. 問題層面

( 主要問題、次要問題 )

# 「訂單」問題低於平均滿意度，且佔整體問題件數 27%

| 問題類別               | 平均滿意度 | 問題件數      |
|--------------------|-------|-----------|
| App/website        | 4.4   | 84        |
| Payments related   | 4.4   | 2,327     |
| Returns            | 4.3   | 44,097    |
| Shopzilla Related  | 4.3   | 2,792     |
| Onboarding related | 4.3   | 65        |
| Refund Related     | 4.2   | 4,550     |
| Offers & Cashback  | 4.2   | 480       |
| Feedback           | 4.2   | 2,294     |
| Order Related      | 4.1   | 23,215    |
| Product Queries    | 4.0   | 3,692     |
| Cancellation       | 4.0   | 2,212     |
| Others             | 3.4   | 99        |
| 平均：4.2             |       | 總計：85,907 |

## 滿意度最高

「App/網站」與「付款」則維持高滿意度（皆為 4.4 分），問題件數僅 84 與 2.3k 件，建議延伸其成功流程經驗至其他問題面。

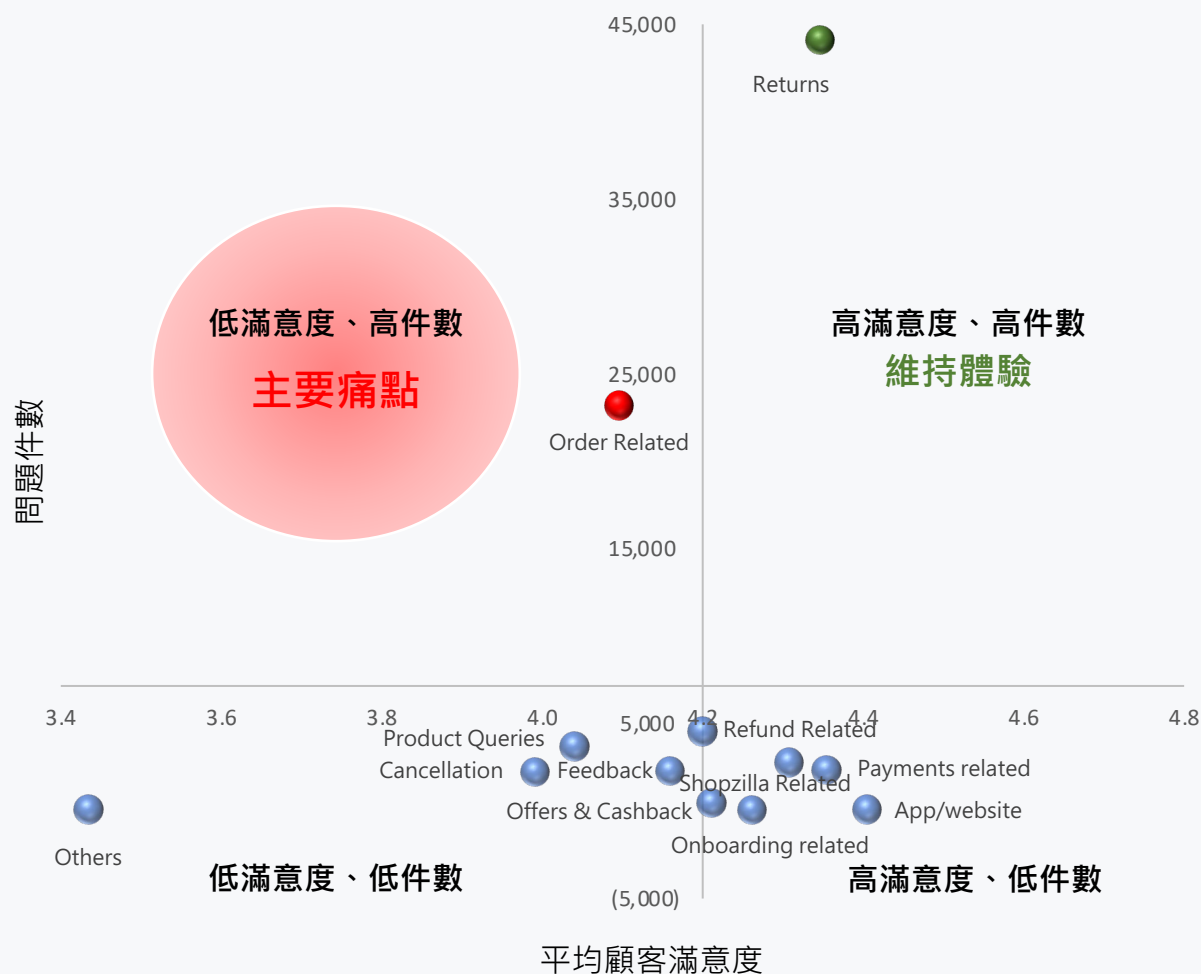
## 問題件數多

問題集中於「退貨」與「訂單」，其平均滿意度分別為 4.3、4.1 分，問題件數為 4.4k 與 2.3k 件。



# 聚焦「訂單」問題為首要改善流程，並維持「退貨」服務體驗

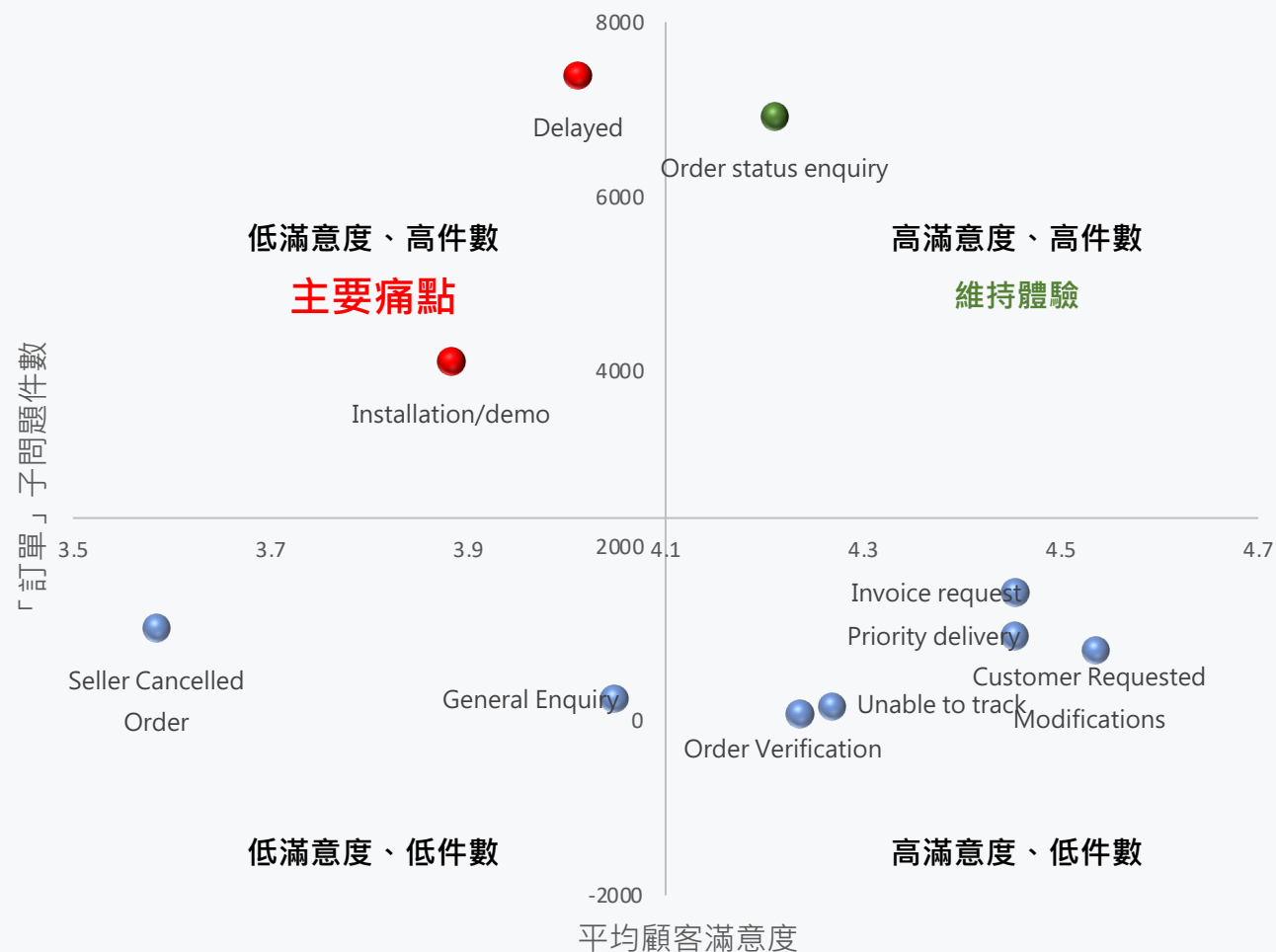
問題類別件數與平均滿意度策略矩陣圖



1. 「訂單」案件為**低滿意度、高件數**，是主要影響 CSAT 的痛點，建議優先改善訂單、出貨、配送流程。
2. 「退貨」案件為**高滿意度、高件數**，建議應維持體驗並針對重複退貨根因做減量。

# 針對物流時效與安裝服務進行改善，以優化訂單類別問題

訂單子類別問題件數與平均滿意度策略矩陣圖



「訂單」次要問題類別中，主要痛點問題件數佔約 50%。

「延遲」與「安裝/示範」為**低滿意度、高件數**，平均滿意度分別為 4.0 與 3.9 分，問題件數達 7 千與 4 千件，是造成「訂單」滿意度偏低的主因。

建議**導入物流時效與安裝服務管理追蹤機制**，縮短等待時間並提升現場服務品質，以改善整體訂單體驗。

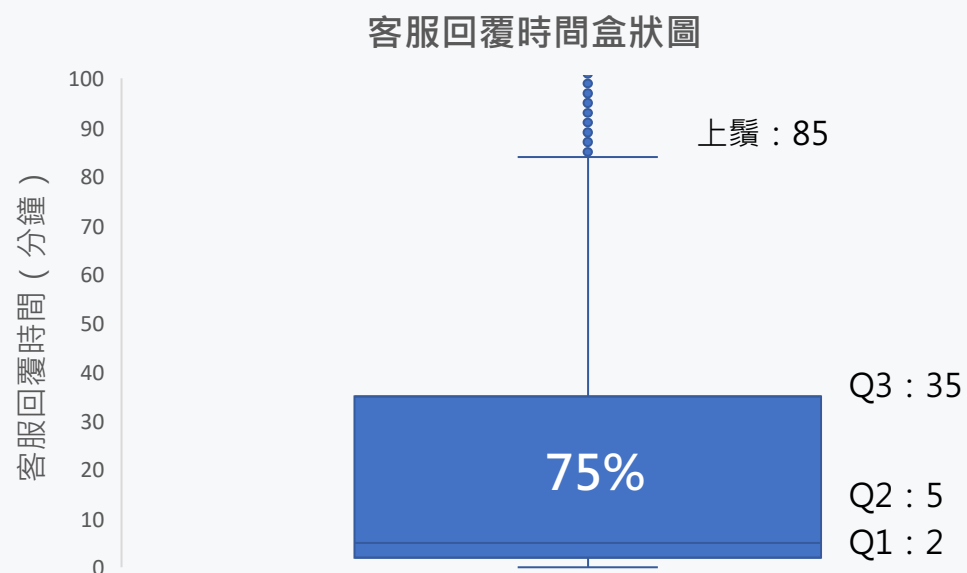
## 2. 服務層面

1 問題回覆速度

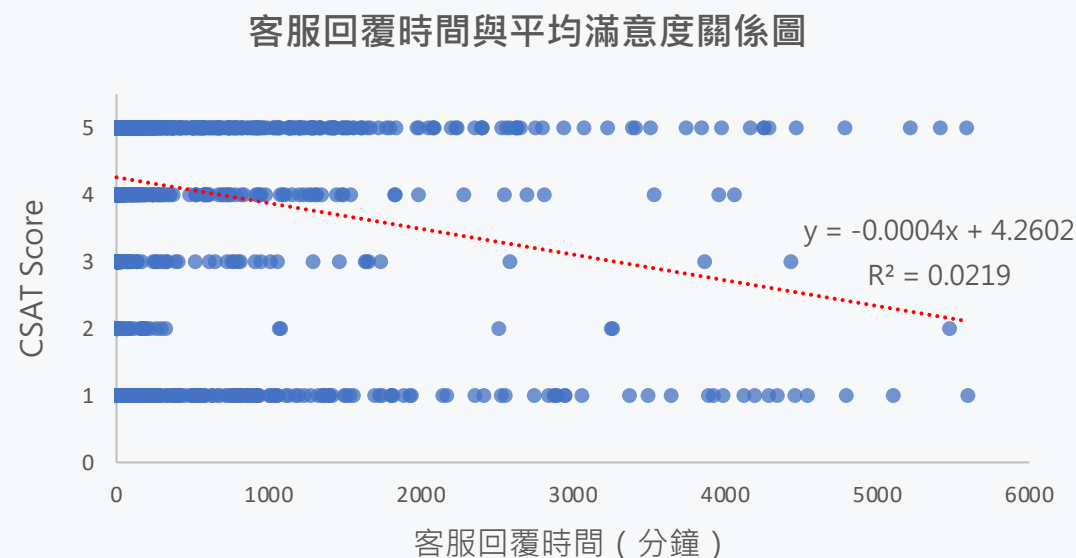
2 問題處理時間

3 聯繫管道

# 應縮短客服回覆時間，建議設立即時回覆目標以優化顧客體驗



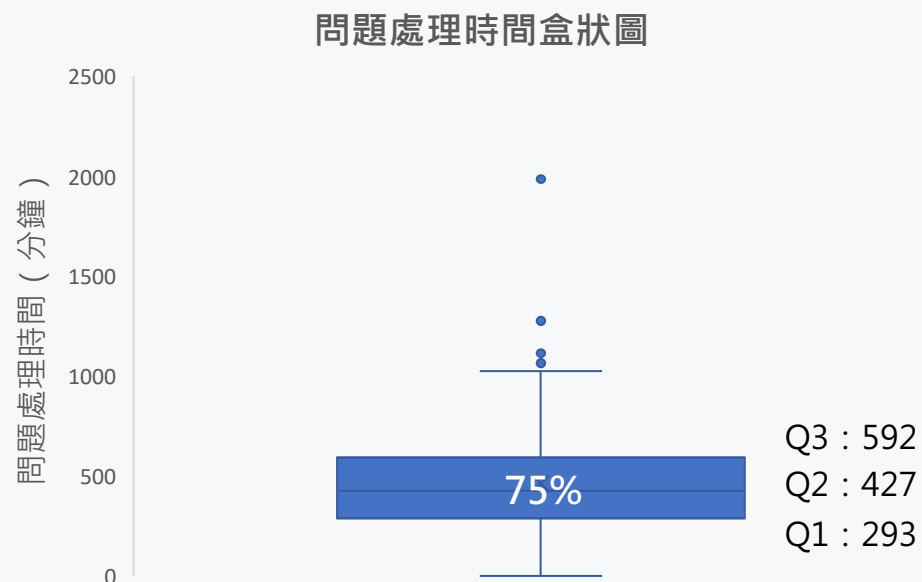
75% 的回覆集中在 2~35 分鐘內完成，  
超過 85 分鐘回覆的案件屬於少數異常值。



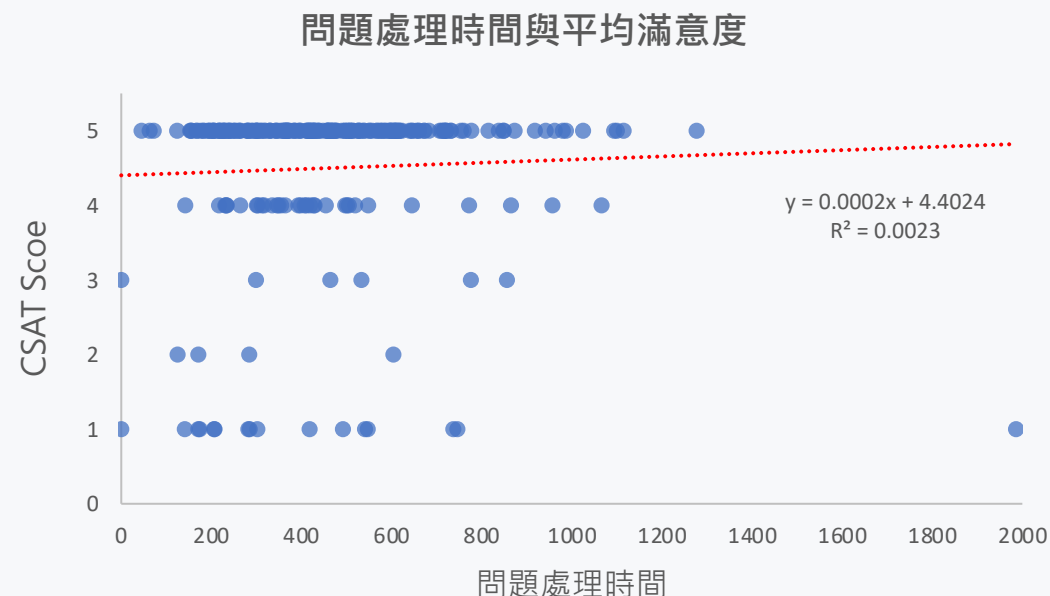
散點圖顯示回覆時間與滿意度呈**負相關**  
(回覆越慢，CSAT 越低)

➡ 設定 **5 分鐘內完成** 初次回覆，並**導入自動回覆機制與客服分流制度**，以縮短等待時間、穩定整體滿意度表現。

# 問題處理時間對滿意度影響輕微



75% 案件可於 10 小時內 ( 600分鐘 ) 完成  
，僅少數極端案件超過 1,000 分鐘



處理時間與滿意度呈**極弱正相關** (  $R^2=0.0023$  )  
，代表處理時間長短對滿意度影響不大。

➡ 雖處理時間與滿意度相關性低，但高耗時案件仍可能造成個別不佳體驗。  
建議針對 超過 Q3 ( 592 分鐘 ) 的案件進行流程檢討，**建立標準化SOP**，確保問題能在合理時限內處理完成，以維持穩定且高效的顧客服務體驗。

# Email滿意度低，建議優化文字回覆與即時回應機制

客服聯絡管道與平均滿意度

| 聯絡管道    | 平均滿意度 |
|---------|-------|
| Email   | 3.9   |
| Inbound | 4.3   |
| Outcall | 4.3   |
| 總計      | 4.2   |

Email 通路則僅 3.9 分，低於其他兩者，顯示**書面回覆流程與體驗仍待加強**

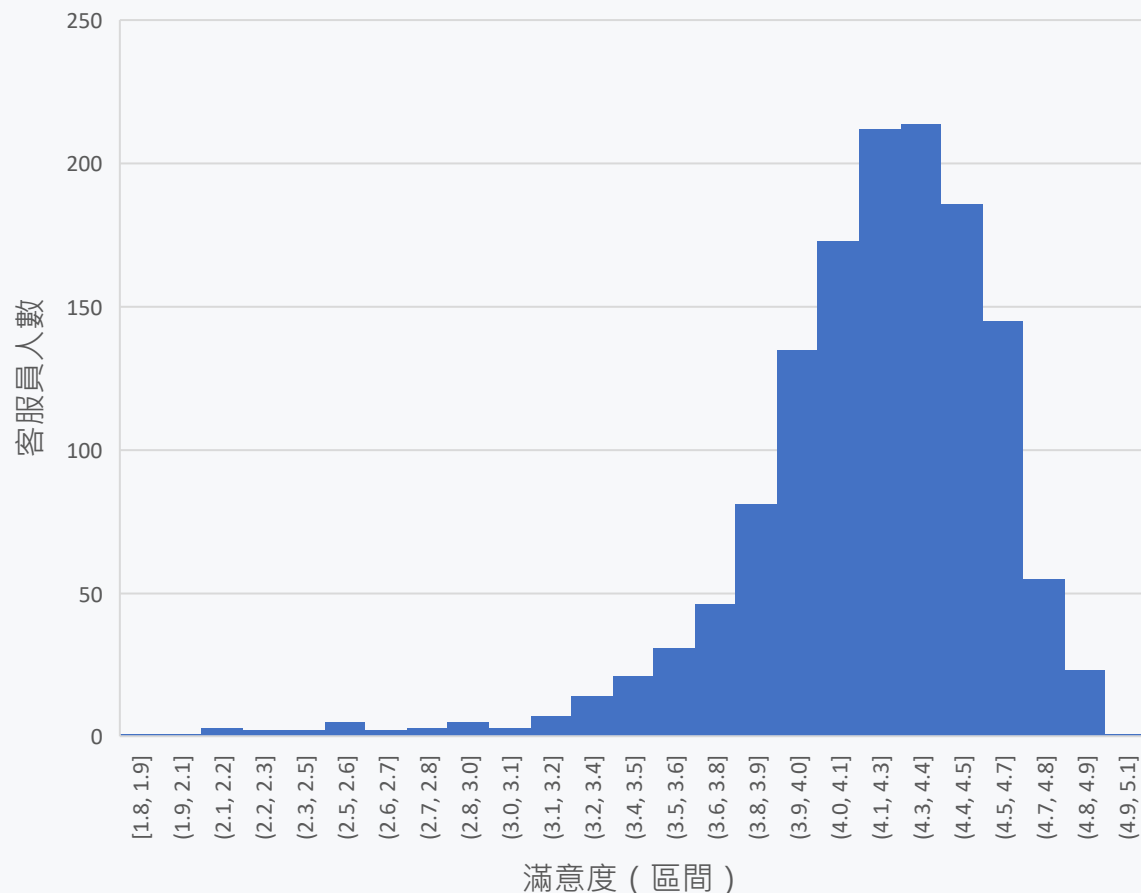
建議導入**自動回覆機制**與**標準化文字話術模板**，提升回信效率與語氣一致性，並同步**強化官網客服介面 ( UX )**，以改善聯絡方式上的使用體驗。

### 3. 人員層面

- 1 客服人員表現
- 2 資歷
- 3 班別
- 4 主管管理效能

# 客服人員整體表現穩定， 僅少數人員（ <3.6分）需輔導以提升整體一致性

客服人員服務滿意度分佈圖



客服人員滿意度呈右偏常態分布，  
平均 4.2 分、標準差 0.4，  
約 68% 人員落在 3.8~4.6 分區間，  
顯示**團隊整體服務品質集中且穩定**

建議萃取高分人員（ > 4.7 分）之成功經驗，**建立標準服務SOP**，並針對低分客服（ < 3.6 分）進行**個別輔導、問題診斷、話術與情緒穩定訓練**，以提升服務一致性與團隊整體滿意度。



# 資歷對滿意度影響輕微，新進人員仍需加強訓練以穩定服務品質

資歷與平均滿意度表現

| 資歷              | 平均滿意度 |
|-----------------|-------|
| >90             | 4.3   |
| 0-30            | 4.3   |
| 31-60           | 4.3   |
| 61-90           | 4.3   |
| On Job Training | 4.1   |
| 平均              | 4.2   |

僅「在職訓練中 ( OJT ) 」人員滿意度略低 ( 4.1 分 ) ，其餘平均滿意度皆為 4.3 分。  
**不同資歷整體客服表現穩定**，未出現明顯的職業倦怠或經驗落差。

建議針對 **OJT 階段員工**加強應對話術、問題診斷與情緒處理訓練，同時可設計**資深員工激勵制度**，鼓勵經驗分享與帶訓，以維持整體團隊的服務品質與持續學習文化。

# 各班別滿意度整體穩定，建議持續關注早班疲勞與夜班激勵機制

班別與平均滿意度表現

| 班別        | Average of CSAT Score |
|-----------|-----------------------|
| Morning   | 4.2                   |
| Afternoon | 4.3                   |
| Evening   | 4.3                   |
| Night     | 4.3                   |
| Split     | 4.4                   |
| 平均        | 4.2                   |

Afternoon、Evening、Night 班均為 4.3 分，Split 班略高（4.4 分），Morning 班略低（4.2 分）。  
**不同班別的平均滿意度整體穩定**，僅早班滿意度略低於其他班別。

建議持續關注早班客服的疲勞度與服務情緒，提供輪班獎勵或休息補償制度，以確保不同時段的客服人員都能維持穩定服務品質。

# 不同主管與經理間之管理團隊與滿意度無顯著差異

不同主管與經理底下團隊與滿意度表現 –ANOVA 分析

|          | sum_sq   | df    | F         | PR(>F) |
|----------|----------|-------|-----------|--------|
| 經理       | -1.36e-5 | 5     | -1.45e-06 | 1      |
| 主管       | 1.77e-07 | 39    | 2.44e-09  | 1      |
| 經理：主管    | 3.34e+02 | 195   | 0.11e-01  | 0.59   |
| Residual | 1.61e+5  | 85789 | NaN       | NaN    |

各項 P-Value 大於顯著水準 ( 0.05 )，顯示不同主管或經理之管理團隊對滿意度沒有明顯差異，服務滿意度主要來自於客服人員客人表現。

建議持續維持管理的一致性，建立標準化管理SOP，推動跨團隊的知識分享與實際經驗交流，確保團隊文化與服務品質穩定延續。

# 關鍵策略

## 1. 聚焦關鍵痛點進行改善

- 優先針對「訂單」相關之「延遲」與「安裝/示範」問題。
- 建議：導入物流時效與安裝服務管理追蹤機制，**縮短等待時間**並提升現場服務品質

## 2. 提升即時互動

- 強化 Email 聯繫方式與回覆速度。
- 建議：導入自動化回覆客服與客服分流制度，並縮短回覆時間，以**改善顧客聯繫方式的使用體驗**。

## 3. 加強客服人員個別訓練

- 針對新進與低分 ( <3.6 分 ) 客服人員加強訓練，並萃取高分 ( >4.7分 ) 客服服務經驗制定 SOP
- 建議：加強個別輔導、問題診斷、話術與情緒穩定訓練，以**提升服務體驗與品質**。

## 4. 維持管理一致性

- 維持管理標準化，推動跨團隊的知識分享與實際經驗交流，**確保團隊文化與服務品質穩定延續**。

Thank You !  
(Q&A)