閱讀指南

學習目標

每章章首特別條列本章的學習目標，除幫助教師掌握教學方向，亦作為讀者在進入學習之前的暖身。

本章將為您解答下列問題

- 「服務」、「服務商品」、「顧客服務」、「服務業」、「服務經濟」，與「服務行銷」等有何不同？
- 服務可以如何分類？
- 服務具有哪些特性？
- 服務行銷組合的內涵為何？

服務打卡

彌補飼主的愧疚，寵物商機走向精緻化

一個濕冷的下午，礁溪寒沐酒店大廳中出現數十組推著嬰兒車的客人，只是車裡面坐的不是嬰兒，而是博美、貴賓等寵物狗；飯店的另一個角落，還有客人正在溫泉池畔與毛小孩戲水。原來，是該飯店 2020 年第四季開始在館內打造了高端寵物旅館「寵沐苑」，一隻狗入住寒沐每晚要價一千五百元起，是市面上精品寵物旅館的兩倍。

無獨有偶，乾杯也在 2020 年 12 月推出高端寵物品牌「乾杯汪汪」，用牛舌製作成潔牙捲、肉條，單價三百五十九元起，是一般市面產品的兩倍到三倍。

旅宿、餐飲業者紛紛跨界推出高檔寵物服務，看中的是台灣日漸蓬勃的寵物商機。

根據內政部與農委會資料推估，2020 年下半年全台貓、狗飼養總數將達二百九十六萬隻，可望首度超越十四歲以下孩童人口數。此市場不只大，更開始走向精緻化。

財政部統計，飼主越來越肯砸錢在寵物身上，過去被認為非必要的按摩、旅遊、住宿等寵物照顧服務市場，近十年產值從三億元成長至十八億元。

只是，過去擅長服務人的飯店和餐飲業，如今搶攻毛小孩生意，迎面而來的第一道難題就是：該如何理解這群金字塔頂端的飼主需求？

為了推出此服務，寒沐酒店花了半年到寵物展、動物美容中心考察，也第一線訪談調

服務打卡

章首精選與本章內容相關的國內外案例，引發讀者進一步探索該章相關理論的動機。

照片

全書透過活潑生動的圖片輔助內容說明，加深學習效果。



對於餐飲服務而言，咖啡廳的裝潢與佈置可能成為一項重要性屬性，但衛生上的要求反而被顧客所忽視。（珮芸拍攝）

著作權所有 侵害必究

華泰文化
HWA TAI PUBLISHING



依照服務專業程度為分類基準

據此一分類基準，服務可以分為高專業的服務與低專業的服務。的服務包括：法律服務、管理諮詢服務、醫療服務、會計及稅務服專業的服務包括：家庭清掃服務、泊車服務、門房服務。一般而專業服務的複雜程度較高，受職業本身及法律的規範也往往較大。

依照服務的處理對象為分類基準

據此一分類基準，服務可以分為人身的處理、所有物的處理、心靈，和資訊的處理等四類服務[8]。

身的處理

身的處理 (People Processing) 這類的服務，其服務的對象是顧客本如，醫療服務。當服務屬於人身的處理時，顧客必須親身實際進入統，才能獲得服務的效益。因為顧客本身是整個服務程序中的一部有進入系統才能獲得服務的實際效用，也就是顧客必須親身進入服(Service Factory)。服務工廠是指擁有人員或（及）機器設備的實，在此一地點，服務廠商提供服務的利益給顧客。不過，也有些時務提供者也願意直接到顧客的所在地點，來提供必要的服務給其顧如到府的按摩服務，或是邊遠地區的醫生巡迴出診服務。

對人身的處理這類服務，服務行銷者特別必須從顧客的角度來思考務的過程與產出。這包括在服務過每一個顧客接觸點，其所規畫產生，以及顧客所必須付出的代價（特括時間、心靈以及實際精力付出等的代價）。透過這樣周延的規劃，供給顧客完美的體驗。

物的處理

有物的處理 (Possession Processing)的服務是針對顧客的所擁有物品

醫療服務的服務對象是顧客本身，因此是一種人身的處

服務專業程度分類
服務可以分為高專業的服務與低專業的服務。

服務的處理對象分類
服務可以分為人身的處理、所有物的處理、心靈的處理、和資訊的處理等四類服務。

人身的處理
這類的服務，其服務的對象是顧客本身。

服務工廠
服務工廠是指擁有人員或（及）機器設備的實體地點，在此一地點，服務廠商提供服務的利益給顧客。

頁側重點提示

將各章最關鍵的內容摘錄至頁側，幫助讀者迅速複習重點。

侵害必究

著作權所有

服務大劇場

為幫助讀者對於理論內涵有更通透的瞭解，特於內文段落間穿插相關實例，以作為理論的佐證。

服務大劇場

另類數據更能偵測問題，逐漸成為大生意

投資人總愛說：「千線萬線抵不過一條內線。」但在大數據靠著科技不斷累積的當下，卻多出現了一條「數據線」，能偵測即時變化，緊緊抓住了避險基金與投資人的眼光，那就是另類數據 (Altemative data) ！

雖然名為「另類」，卻不離經叛道，只是概念相對於「傳統」數據而來。例如，要如何掌握一家公司的營運表現？傳統數據只能靠公司自己公開成績單，就算是稽核過的財報，最快也只能一季發布一次，屆時不管是營收或獲利，都只是已發生的落後指標。

但另類數據就不同了。以彭博網頁上，專門估算電動車特斯拉 (Tesla) Model3 出貨狀況的追蹤器來說，它看的不是股價、不是財報，而是用新增的特斯拉車輛識別碼、停車場的衛星影像、社交網路的聲量等另類數據，導入數學模型來估算產能，而且隨時更新。這都是公司不會主動提供，而過去也難以實現的數據新形態。

根據交易人團體網站 Alternativedata.org 估計，2020 年投資人花在另類數據的金額，將達到十七億美 (約合新台幣五百億元)，較 2017 年成長三倍；同時全球提供另類數據的企業，也成長到四百多家。

為了體驗另類數據的威力，我們以中國五大城市最新的衛星圖像，藉由空汙最典型的指標二氧化氮分布濃度，以及工業區紅外線熱成像，以另類數據檢視中國目前的復工進程。

早在 2020 年四月初，北京官方便聲稱大型企業的復工率已達 99%，持續穩定的進行復產當中。

華泰文化
HWA TAI PUBLISHING

表 1-1　服務傳遞方式與服務出口數目的分類架構

服務傳遞方式	服務出口的數目	
	單一出口	多種出口
顧客到服務組織處	電影院、理髮廳	公車服務、速食連鎖
服務組織到顧客處	草地修剪服務、害蟲滅除服務、計程車	郵件送達、汽車道路救援服務
顧客與服務組織透過其他媒介（如郵件或電子管道）進行互動	信用卡公司、區域電視台	全國電視網、電話公司

資料來源：Christopher Lovelock, Jochen Wirtz (2007), *Services Marketing*, Sixth ed., NJ: Prentice Hall, Inc., p. 101.

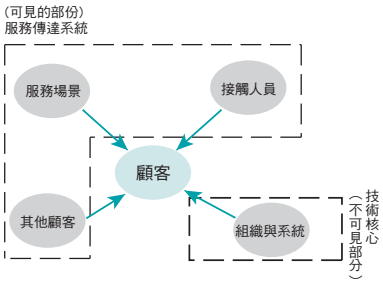

圖 2-3　服務互動模型

圖表

本書提供許多和內文相關的圖表，幫助讀者更容易掌握理論的內涵。

著作權所有　侵害必究

思考練習題

作者精心設計的練習題，幫助讀者複習所學，並提供了將理論應用至實務的良好介面。

思考練習題

1. 請以劇場理論的觀點，來描述典型婚宴的「婚禮大戲」。
2. 請就過去您曾進行過的抱怨案例，分別舉出您「最滿意的抱怨處理方式」和「最不滿意的抱怨處理方式」，並討論導致此種結果的背後原因。
3. 以腳本理論的觀點，就一項「謝師宴」為例，「老師」和「學生」在其中的角色和腳本如何？
4. 速食業者常面臨「所廣告的商品和實際商品差距太大的指控」（例如實際購買的漢堡往往比宣傳上的漢堡小很多），請從期望失驗模式的角度，來討論速食業者應該如何做？
5. 以一個「中國江南五日遊」的旅行團而言，請根據「服務互動模型」來說明其四項因素的相關內容為何？

華泰文化
HWA TAI PUBLISHING


服務按個讚

「剪刀經濟」正夯，冷凍料理包當道

一場疫情，讓你回家下廚了嗎？根據市調機構東方線上調查，疫情當下，成長第一的宅消費就是在家開伙煮飯，領先網購或外送，活絡程度成長近一倍；疫情過後，預估還有 76% 的人仍會繼續開伙，讓剪刀一剪開、簡單復熱就能上菜的冷凍食品，加速改變餐桌的樣貌。

剪刀經濟潮，指的是人們無暇備料、又不想在外用餐下，只需一把剪刀剪開食品包裝，在家就能輕鬆上菜的新趨

連學做菜的新手，也能得到家人或是網友的稱讚。只要帶動成就感，就容易養成習慣。

不只是幫偷懶，更是炫耀生活品味，「把料理最後一哩路留給消費者的活潑性；是冷凍調理食品業者做出客製化差異性的關鍵，」研究冷凍食品已超過二十年，食品工業發展研究所資深研究員陳麗婷說。

她發現疫情期間，大家透過網路與視訊分享噓寒問暖，尤其每天煮什麼吃也是

服務按個讚

作者運用國內外相關實例，來作為每一章的總結，除了讓讀者反芻思考該章相關理論內容外，並在個案最後提供作者精心設計的討論題目，引領讀者作創意性思考和討論，以作為理論與實務的橋樑。

參考文獻

書中理論與內容均詳實註明出處。上百條的參考文獻足見作者旁徵博引、著述嚴謹，可說是本書內容紮實的明證。

參考文獻

Chapter 01

1. 林建煌，《行銷管理》，華泰文化事業有限公司，2020 年 4 月，第八版。
2. Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner, and Dwayne D. Gremler (2018), *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, Seventh Ed., New York: McGraw-Hill Education.
3. Writz, Jochen and Christopher Lovelock (2021), *Service Marketing: People,Technology, Strategy* , 9th Ed., World Scientific Publishing.
4. Edvardsson, Bo, Anders Gustafsson, and Inger Roos (2005), "Service Portraits in Service Research: A Critical Review," *International Journal of Service Industry Management*, 16, 1, pp. 107-121.

著作權所有 侵害必究

中文索引

E 服務的品質（E-Service Quality）／ 362
SOR 模式（Stimulus-organism-response Model）／ 213

二劃

人力資源實務（Human Resource Practice）／ 258
人身的處理（People Processing）／ 13
人員（People）／ 18, 23, 256
人員銷售（Personal Selling）／ 22, 175

三劃

三階段模式（The Three-stage Model）／ 37
工作輔助工具（Work Facilitation）／ 258

英文索引

A

Activities（作業）／ 139
Activity-based Costing, ABC（作業基礎成本制）／ 138
Advertising（廣告）／ 22, 173
Affordable Method（量力而為法）／ 171
Ambient Conditions（周遭環境狀況）／ 48
Anticipating（預測）／ 186
Apologetic Strategies（致歉策略）／ 317
Arousal（喚起）／ 215
Assimilation effect（同化效果）／ 59
Assimilation/Isolation（同化與孤立）／ 84
Assurance（確保性）／ 360
Attribution Theory（歸因理論）／ 56

中/英文索引

全書重要的字詞，分別依筆劃和字母順序，編製成中英文索引，方便讀者檢索或查找。

華泰文化
HWA TAI PUBLISHING