

測驗卷

課程名稱：1 客戶資料庫採礦術

學員：

得分：

一、單選題_ (每題 4 分，佔 40 分)

1. (3) 資料庫資料來源為何？(1)自有資料 (2)外部資料 (3)以上皆是
2. (1) 客戶的終身價值為何者為非？(1)客戶競爭能力 (2)客戶推薦購買能力 (3)客戶重複購買能力
3. (2) 「二八法則」何者正確？(1) 公司的利潤 20%是由 80%的客戶創造的(2)公司的利潤 80%是由 20%的客戶創造的(3)以上皆非
4. (3) 「周日送水果和免費送洗衣物」是哪一項維護老客戶策略？(1)依合約書 (2)訂房負責人關係 (3) 對住店大客戶進行追蹤服務
5. (2) 哪一項與較熟的客戶交談時「不能犯的錯誤」？(1) 比客戶晚放下電話(2) 比客戶早放下電話 (3)均可隨意

二、簡答題

1. 請簡要回答「客戶資料庫內容」指的是有哪些？(佔 15 分)

答案：基本資料之資料庫 交易資料之資料庫 促銷資料之資料庫

2. 請簡要回答「老客戶維繫的步驟」為何？有哪些項目？(佔 15 分)

答案：步驟 - 客戶資料建檔 客戶分類篩選 客戶維護動作執行

3. 請簡要回答「老客戶維繫的方法」為何？有哪些項目？(佔 30 分)

答案：方法 - 更多優惠措施 特殊顧客高價值對待 提供系統化解決方案或途徑
建立客戶資料庫和客戶建立良好關係

深入與客戶進行溝通，防止出現誤解 製造客戶遠離競爭者的門檻

4. 請簡要回答「客戶維護技巧」有哪些要領？(佔 30 分)

答案：掌握客戶公司的基本情況 掌握負責訂房人 通過客戶公司訂房負責人了解競爭對手資訊
對住店大客戶進行跟蹤服務 與訂房負責人建立良好的關係 專注傾聽客戶的需求
隨身帶好記事本紀錄 多說「我們」永遠比客戶晚放下電話
與大客戶的訂房負責人建立私人感情

測驗卷

課程名稱：1 客戶資料庫採礦術

學員：

得分：

一、單選題_ (每題 2 分, 佔 10 分)

1. () 資料庫資料來源為何? (1) 自有資料 (2) 外部資料 (3) 以上皆是
2. () 客戶的終身價值為何者為非? (1) 客戶競爭能力 (2) 客戶推薦購買能力 (3) 客戶重複購買能力
3. () 「二八法則」何者正確? (1) 公司的利潤 20% 是由 80% 的客戶創造的 (2) 公司的利潤 80% 是由 20% 的客戶創造的 (3) 以上皆非
4. () 「周日送水果和免費送洗衣物」是哪一項維護老客戶策略? (1) 依合約書 (2) 訂房負責人關係 (3) 對住店大客戶進行追蹤服務
5. () 哪一項與較熟的客戶交談時「不能犯的錯誤」? (1) 比客戶晚放下電話 (2) 比客戶早放下電話 (3) 均可隨意

二、簡答題

1. 請簡要回答「客戶資料庫內容」指的是有哪些? (佔 15 分)

答：

2. 請簡要回答「老客戶維繫的步驟」為何? 有哪些項目? (佔 15 分)

答：

3. 請簡要回答「老客戶維繫的方法」為何? 有哪些項目? (佔 30 分)

答：

4. 請簡要回答「客戶維護技巧」有哪些要領? (佔 30 分)

答：

測驗卷

課程名稱：2 精進客戶服務品質

學員：

得分：

一、單選題(每題 2 分，佔 10 分)

1. (3) 哪一項是指規定服務應滿足的需求以確保其適用性的標準何？(1)服務商機 (2)服務流程
(3) 服務標準
2. (2) 服務品質構面的「失誤處理」屬於哪一項？(1)服務人員 (2)服務流程 (3)實體環境
3. (3) 哪一項是「客戶服務標準制定原則」何者為非？(1)可行性 (2)可衡量性(3)可跳動性
4. (1) 對於「旅館服務品質形成要素」何者正確？(1)設計、供給、關係 (2)設計、委託、購併
(3) 設計、供給、委託
5. (2) 對於「旅館服務品質的特點」哪一項為非？(1)對員工素質的依賴性(2)構成的單獨性
(3)內容的關聯性

二、簡答題

1. 請簡要回答旅館服務品質構成「無形產品」為何？有哪些項目？並請說明(佔 30 分)

答案：1 禮貌禮節-如端莊的儀容、文雅的語言談吐 2 職業道德-如真誠公道、優質服務
3 服務態度-如賓客至上、主動、熱情、耐心、周到 4 服務技能-如服務人員的專業知識和操作技術 5 服務效率-如服務過程根據賓客的實際需要靈活掌握和適度服務 6 安全衛生-如保障賓客、員工及旅館本身的安全

2. 請簡要回答「提升團隊客戶服務品質技巧」有哪些項目？(佔 30 分)

答案：1 加強客戶服務技能 2 審視每個接觸點 3 改善與客戶的交流 4 改善客戶服務策略
5 給客戶一個提出意見的管道

3. 請簡要回答「衡量旅館服務品質的五大標準」內容為何，並請說明？(佔 30 分)

答案：可靠性-如必須兌現向預訂賓客承諾的客房或餐廳包廂
反應性-如縮短賓客辦理入住的時間
保證性-如員工具有完成服務的知識和技能，可以贏得賓客的信任
移情性-如員工要主動瞭解賓客的心理需求、感到人情味
有形性-如設施設備、人員、氣氛等傳遞服務質量

測驗卷

課程名稱：2 精進客戶服務品質

學員：

得分：

一、單選題(每題 2 分，佔 10 分)

1. () 哪一項是指規定服務應滿足的需求以確保其適用性的標準何？(1)服務商機 (2)服務流程
(3) 服務標準
2. () 服務品質構面的「失誤處理」屬於哪一項？ (1)服務人員 (2)服務流程 (3)實體環境
3. () 哪一項是「客戶服務標準制定原則」何者為非？(1)可行性 (2)可衡量性(3)可跳動性
4. () 對於「旅館服務品質形成要素」何者正確？(1)設計、供給、關係 (2)設計、委託、購併
(3) 設計、供給、委託
5. () 對於「旅館服務品質的特點」哪一項為非？(1)對員工素質的依賴性(2)構成的單獨性
(3)內容的關聯性

二、簡答題

1. 請簡要回答旅館服務品質構成「無形產品」為何？有哪些項目？並請說明(佔 30 分)

答：

2. 請簡要回答「提升團隊客戶服務品質技巧」有哪些項目？(佔 30 分)

答：

3. 請簡要回答「衡量旅館服務品質的五大標準」內容為何，並請說明？(佔 30 分)

答：

測驗卷

課程名稱：3 有效管理客戶訴願

學員：

得分：

一、單選題(每題 2 分，佔 10 分)

1. (3) 品質是由期望和績效之比較而來，消費者對於服務品質之衡量，基本上包含何者為非？
(1)過程 (2)結果 (3)開始
2. (1) 服務失誤「產生」也可能在服務傳送系統的屬於哪一項？(1)任一環節 (2)只有開始 (3)結尾
3. (3) 服務要立即進行抱怨處理，方能挽回哪些客戶的回饋？(1)滿意度 (2)忠誠度 (3)以上皆是
4. (2) 「聆聽顧客並判斷」何者敘述錯誤？(1) 標明相關人、事、時、地、物(2)不用了解事情的來龍去脈 (3)以同理心傾聽
5. (2) 有效服務補救系統之「有效解決抱怨」哪一項正確？(1)監督抱怨 (2)發展客戶抱怨處理系統和訓練 (3)行為因果分析

二、簡答題

1. 請簡要回答「客戶投訴處理的原則」？並請說明(佔 30 分)

- 答案：1 依照公司標準作業流程處理 2 站在消費者立場的同理心 3 內部通報制度。
4 消費者通常能夠理解造成落差的原因 5 希望有機會變成忠實的愛用者
6 啟動客訴處理機制，將處理權限與事件大小分層級處理。

2. 請簡要回答「處理客戶抱怨程序」有哪些項目？(佔 30 分)

- 答案：1 聆聽消費者 2 確認原因 3 提出對策 4 執行對策
5 後續跟催 6 紀錄檢討

3. 請簡要回答「有效處理客戶投訴回應用語」步驟內容為何，並請說明？(佔 30 分)

- 答案：第一步：表達尊重
第二步：表示聆聽
第三步：找出客戶的期望值
第四步：重複確認關鍵問題
第五步：提供選擇方法或選擇方案
第六步：及時的行動及跟進
第七步：回應了解客戶的滿意度

測驗卷

課程名稱：3 有效管理客戶訴願

學員：

得分：

一、單選題(每題 2 分，佔 10 分)

1. () 品質是由期望和績效之比較而來，消費者對於服務品質之衡量，基本上包含何者為非？
(1)過程 (2)結果 (3)開始
2. () 服務失誤」產生也可能在服務傳送系統的屬於哪一項？ (1)任一環節 (2)只有開始 (3)結尾
3. () 服務要立即進行抱怨處理，方能挽回哪些客戶的回饋？(1)滿意度 (2)忠誠度 (3)以上皆是
4. () 「聆聽顧客並判斷」何者敘述錯誤？(1) 標明相關人、事、時、地、物(2)不用了解事情的來龍去脈 (3)以同理心傾聽
5. () 有效服務補救系統之「有效解決抱怨」哪一項正確？(1)監督抱怨 (2)發展客戶抱怨處理系統和訓練 (3)行為因果分析

二、簡答題

1. 請簡要回答「客戶投訴處理的原則」？並請說明(佔 30 分)

答：

2. 請簡要回答「處理客戶抱怨程序」有哪些項目？(佔 30 分)

答：

3. 請簡要回答「有效處理客戶投訴回應用語」步驟內容為何，並請說明？(佔 30 分)

答：

評分記錄表(業界版情境演練)

課程名稱：客戶資料庫採礦術

自評 他評 評審

日期	評量記錄	
	檢核項目	分數
年 月 日	一、學習紀錄單(佔 10 分)-每 1 項 5 分 <input type="checkbox"/> 學習內容要項 <input type="checkbox"/> 學習心得回饋	
	二、客戶資料庫內容 (佔 15 分)-每 1 項 5 分 <input type="checkbox"/> 基本資料之資料庫 <input type="checkbox"/> 交易資料之資料庫 <input type="checkbox"/> 促銷資料之資料庫	
	三、老客戶維繫的步驟與方法(佔 45 分)-每 1 項 5 分 步驟 - <input type="checkbox"/> 客戶資料建檔 <input type="checkbox"/> 客戶分類篩選 <input type="checkbox"/> 客戶維護動作執行 方法 - <input type="checkbox"/> 更多優惠措施 <input type="checkbox"/> 特殊顧客高價值對待 <input type="checkbox"/> 提供系統化解決方案 或途徑 <input type="checkbox"/> 建立客戶資料庫和客戶建立良好關係 <input type="checkbox"/> 深入與客戶 進行溝通，防止出現誤解 <input type="checkbox"/> 製造客戶遠離競爭者的門檻 <input type="checkbox"/> 其他_____	
	四、客戶維護技巧(佔 30 分)-每一項 3 分 <input type="checkbox"/> 掌握客戶公司的基本情況 <input type="checkbox"/> 掌握負責訂房人 <input type="checkbox"/> 通過客戶公司訂房負責人了解競爭對手資訊 <input type="checkbox"/> 對住店大客戶進行跟蹤服務 <input type="checkbox"/> 與訂房負責人建立良好的關係 <input type="checkbox"/> 專注傾聽客戶的需求 <input type="checkbox"/> 隨身帶好記事本紀錄 <input type="checkbox"/> 多說「我們」 <input type="checkbox"/> 永遠比客戶晚放下電話 <input type="checkbox"/> 與大客戶的訂房負責人建立私人感情	
	總計	
評量方式：口頭報告 4-6 人，一組 20 分鐘		

評語意見	

學員姓名	評量者簽名	評量者評核	
		評量分數 (滿分 100 分)	備註
			總分 80 分(含)以上通過 <input type="checkbox"/> 通過 <input type="checkbox"/> 未通過

評分記錄表(業界版情境演練)

課程名稱：精進客戶服務品質

自評 他評 評審

日期	評量記錄					
	檢核項目	分數				
年 月 日	一、學習紀錄單(佔 10 分)-每 1 項 5 分 <input type="checkbox"/> 學習內容要項 <input type="checkbox"/> 學習心得回饋					
	二、旅館服務品質構成「無形產品」與項目(佔 30 分)-每 1 項 5 分 <input type="checkbox"/> 1 禮貌禮節-如端莊的儀容、文雅的語言談吐 <input type="checkbox"/> 2 職業道德-如真誠公道、優質服務 <input type="checkbox"/> 3 服務態度-如賓客至上、主動、熱情、耐心、周到 <input type="checkbox"/> 4 服務技能-如服務人員的專業知識和操作技術 <input type="checkbox"/> 5 服務效率-如服務過程根據賓客的實際需要靈活掌握和適度服務 <input type="checkbox"/> 6 安全衛生-如保障賓客、員工及旅館本身的安全					
	三、提升團隊客戶服務品質技巧?(佔 30 分) -每 1 項 6 分 <input type="checkbox"/> 1 加強客戶服務技能 <input type="checkbox"/> 2 審視每個接觸點 <input type="checkbox"/> 3 改善與客戶的交流 <input type="checkbox"/> 4 改善客戶服務策略 <input type="checkbox"/> 5 給客戶一個提出意見的管道					
	四、衡量旅館服務品質的五大標準」內容(佔 30 分)- 每一項 6 分 <input type="checkbox"/> 可靠性-如必須兌現向預訂賓客承諾的客房或餐廳包廂 <input type="checkbox"/> 反應性-如縮短賓客辦理入住的時間 <input type="checkbox"/> 保證性-如員工具有完成服務的知識和技能，可以贏得賓客的信任 <input type="checkbox"/> 移情性-如員工要主動瞭解賓客的心理需求、感到人情味 <input type="checkbox"/> 有形性-如設施設備、人員、氣氛等傳遞服務質量					
	總計					
	評量方式：口頭報告 4-6 人，一組 20 分鐘					
評語意見						
學員姓名	評量者簽名	評量者評核				
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>評量分數 (滿分 100 分)</th> <th>備註</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td> 總分 80 分(含)以上通過 <input type="checkbox"/> 通過 <input type="checkbox"/> 未通過 </td> </tr> </tbody> </table>	評量分數 (滿分 100 分)	備註		總分 80 分(含)以上通過 <input type="checkbox"/> 通過 <input type="checkbox"/> 未通過
評量分數 (滿分 100 分)	備註					
	總分 80 分(含)以上通過 <input type="checkbox"/> 通過 <input type="checkbox"/> 未通過					

評分記錄表(業界版情境演練)

課程名稱：有效管理客戶訴願

自評 他評 評審

日期	評量記錄					
年 月 日	檢核項目	分數				
	一、學習紀錄單(佔 10 分)-每 1 項 5 分 <input type="checkbox"/> 學習內容要項 <input type="checkbox"/> 學習心得回饋					
	二、客戶投訴處理的原則(佔 30 分)-每 1 項 5 分 <input type="checkbox"/> 1 依照公司標準作業流程處理 <input type="checkbox"/> 2 站在消費者立場的同理心 <input type="checkbox"/> 3 內部通報制度。 <input type="checkbox"/> 4 消費者通常能夠理解造成落差的原因 <input type="checkbox"/> 5 希望有機會變成忠實的愛用者 <input type="checkbox"/> 6 啟動客訴處理機制，將處理權限與事件大小分層級處理。					
	三、處理客戶抱怨程序」項目 (佔 30 分) -每 1 項 5 分 <input type="checkbox"/> 1 聆聽消費者 <input type="checkbox"/> 2 確認原因 <input type="checkbox"/> 3 提出對策 <input type="checkbox"/> 4 執行對策 <input type="checkbox"/> 5 後續跟催 <input type="checkbox"/> 6 紀錄檢討					
	四、有效處理客戶投訴回應用語」步驟內容(佔 30 分)-達到 6 項以上為 30 分 <input type="checkbox"/> 第一步：表達尊重 <input type="checkbox"/> 第二步：表示聆聽 <input type="checkbox"/> 第三步：找出客戶的期望值 <input type="checkbox"/> 第四步：重複確認關鍵問題 <input type="checkbox"/> 第五步：提供選擇方法或選擇方案 <input type="checkbox"/> 第六步：及時的行動及跟進 <input type="checkbox"/> 第七步：回應了解客戶的滿意度					
	總計					
	評量方式：口頭報告 4-6 人，一組 20 分鐘					
評語意見						
學員姓名	評量者簽名	評量者評核				
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>評量分數 (滿分 100 分)</th> <th>備註</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td> 總分 80 分(含)以上通過 <input type="checkbox"/> 通過 <input type="checkbox"/> 未通過 </td> </tr> </tbody> </table>	評量分數 (滿分 100 分)	備註		總分 80 分(含)以上通過 <input type="checkbox"/> 通過 <input type="checkbox"/> 未通過
評量分數 (滿分 100 分)	備註					
	總分 80 分(含)以上通過 <input type="checkbox"/> 通過 <input type="checkbox"/> 未通過					