



2011亞太傑出顧客關係服務獎頒獎典禮

亞太領袖高峰會2011 CEO午餐論壇

特刊



證書

建立顧客正面體驗 捕捉商機的關鍵

每年亞太顧客服務協會(APCSC, 下稱協會)均會頒發「優質客服專員中心證書」(People Site Certification), 以表揚在員工發展計劃和提供優質顧客服務方面有傑出表現的企業。今年的得獎企業為美贊臣營養品(香港)有限公司、卓健醫療有限公司及富達國際(Fidelity International)。



去年10月CCCSA香港培訓，來自中國聯通、卓悅、港基物業、敦豪國際(香港)、洋基通運(台灣)、恒益物業、康業服務、合和物業代理、合和物業管理及偉邦物業。



去年6月，聯絡中心專員證書(CCCP)課程在馬爾代夫Dhiraagu電訊公司進行實地培訓。



去年8月，美贊臣(香港)總經理黃潔霞(後排右5)與APCSC主席朱剛岑，頒發投訴處理及壓力管理(CHSM)的學員證書。



來自中華電力、康業服務、香港電燈、卓悅、高衛物業、合和物業的學員參加了去年10月香港CCCM培訓。

認證課程以知識管理 提升員工質素

高度專業和個人化的增值服務，正是建立顧客正面體驗，協助企業捕捉商機的關鍵。卓健醫療有限公司今年再度獲頒「優質客服專員中心證書」，該公司執行董事徐旺仁醫生表示，客戶服務部所設的24小時醫療熱線負責解答客戶查詢，部門每月處理超過4萬個來電，包括查詢、預約、緊急求助，以及住院安排。而透過培訓、認證課程以知識管理，能提升員工質素，從而發揮全面且優越的服務精神，達到超越客戶期望的目標。

顧客着重售前售後 跨渠道服務體驗

APCSC主席朱剛岑表示，亞太區的經濟快速復甦，顧客更着重售前和售後服務，以及跨渠道的服務體驗。因此，領袖企業更需要投放資源於培訓員工，以做好人才發展工作，提升員工質素，以留住顧客。優質客服專員中心證書之舉辦目的，就是透過獎項激勵企業做好人才培訓工作，在實踐服務承諾和營運策略的時候，也投放資源發展人才培訓工作。

9成達標認證要求高 超越顧客期望

「優質客服專員中心證書」要求機構必須有9成以上的顧客服務和熱線中心的職員，達到APCSC全球認可培訓證書課程的認證標準，包括客服中心資深專員證書(CCCP)、客服中心主管證書(CCCS)、聯絡中心經理證書(CCCM)和顧客服務分析及審查員證書(CCSA)。



去年12月CCSA香港培訓，參與者來自置富產業信託、滙亞國際、高衛物業、Make The Right Call、渣打銀行(香港)、香港電燈及英國保誠。



今年1月CCSA上海培訓，來自中國電信、中國移動、中外運-敦豪、中國太平洋人壽保險及箭牌糖果(中國)。



今年3月CCCM/CCSA證書課程香港培訓，來自中華電力、Make The Right Call、Global Payments、保柏、美世、冠威管理及台北市政府。

集百家智慧 為優質客服出謀獻策

APCSC每年均會在全球不同城市舉辦優質顧客服務標準(CSQS)圓桌會議，讓不同國家和地區的顧客服務專業人士討論交流，協助業界掌握最新顧客關係服務發展趨勢。

亞太知名機構協辦 專家踴躍參與討論

由去年底至今年上半年，協會分別在東南亞、內地、台灣及香港等地，舉辦多場CSQS圓桌會議。多間亞太知名機構協辦和踴躍參與APCSC的圓桌會議，一起分享顧客服務與傑出顧客關係服務方面的心得。當中包括中國移動、中國電信、香港電燈、萬科物業、中外運-敦豪、中國太保、北京思博、建設銀行、友邦保險、浦發銀行、福建郵政、畢馬威、中原地產、GE(亞洲)、IBM、北京銀行、中國聯通、攜程旅行網及新加坡的SPRING、家樂福、CK Tang、永泰零售及馬來西亞的SIRIM,Taylor's大學、RHB銀行、TNB電力，以及台灣的中華電信、臺北市政府1999、富邦人壽、台灣電力和程曦資訊等。會議內容豐富，吸引了來自資訊科技、物業管理、銀行、物流和地產等行業的客戶服務部、CRM、市場部和公共關係部的管理層和專家參加，並於圓桌會議中展開熱烈的討論。

巧用社交媒體 培育品牌品牌粉絲

其中，馬來西亞、新加坡、台灣及香港的圓桌會議均以「社會媒體在傑出顧客關係服務方面的應用」為主題，與多家當地企業的代表就相關議題進行討論。APCSC主席朱剛岑表示，有效的社交媒體應用不單有助達致傑出顧客關係管理，更可培育出品牌粉絲和終身擁護者。Facebook和Twitter等社交媒體的影響力和商業潛力十分龐大，單是Facebook的用戶便多得可以媲美為全球人口數目第三高的國家。社交媒體除了資訊傳播速度很快，它在商業上更可視為一條新的綜合管道，以實施市場及交流溝通、顧客關係管理及顧客忠誠計劃、顧客調查、顧客服務及關注、顧客參與、危機管理及員工交流與參與。

社交媒體在顧客服務中的運用

協會先後於台灣舉行了兩場圓桌會議，跟多家台灣企業代表分享「社交媒體在顧客服務中的運用」想法。中華電信總公司客服處第一科長吳秋華分享了「社交媒體在顧客服務中的運用」，介紹中華電信在客服方面新的嘗試。中華電信客服Q博士粉絲團2010年元月在Facebook網站申請成立。將為客戶服務的精神延伸至社群網路上，蒐集客戶的意見資訊，做為公司改善服務的目標，同時也能將產品及服務資訊迅速傳送給客戶。中華電信擔任圓桌會議主席的簡志誠博士指出，隨着智慧型手機普及化趨勢，使用者透過網路社交媒體做資訊分享



3月28日的台灣圓桌會議由台灣中華電信協辦。中華電信客服處第一科長吳秋華在會上暢談中華電信運用社交媒体在客服方面所作的新嘗試。與會嘉賓(前排左起)洋基通訊聯絡中心經理孫銘宏、富邦人壽溫春馨、程曦資訊總經理黃士軍、臺北市政府1999市民當家熱線組長黃巨豪、中華電信客服處處長陳義清、APCSC主席朱剛岑、中華電信客服處副處長劉克勇、科長吳秋華、經理曾明琴、游秀娥，以及企業代表。



去年11月香港圓桌會議由香港電燈協辦。思創智執行董事莫乃光(右5)和k-matrix行政總裁李志雄(右7)在是次的圓桌會議上進行了關於社交網絡的精采演講。來自越世代創新媒体的總監馬維業(右2)、合和物業管理總經理周成德(右6)、港燈首席客戶服務工程師蔡偉民(左4)、KPMG客戶與創新合作夥伴Egidio Zarrella(左5)等嘉賓參加。

互動交流將更頻繁與蓬勃發展，社交媒體在顧客關係服務的應用也愈趨重要。

中華電信副總經理李炎松博士與APCSC主席朱剛岑分別於北京、上海、濟南、福州和杭州的圓桌會議中，發表了「策略性評估和整合顧客溝通管道」的演講，分享企業的成功例子，同時探討在現今的市場環境下，如何運用CSQS來提高企業的顧客關係服務水平。

朱主席通過生動的真實案例，指出社交媒體已經成為企業與消費者溝通的一種趨勢。企業運用社交媒體打造公司形象、危機處理、市場行銷與危機公關。對社交媒體投訴置之不理的企業必將變成消費者危機公關。除了企業之外，許多政府部門也開始使用社交媒體與市民溝通。市民還可以運用社交媒體直接向政府高級官員溝通。政府部門運用社交媒體加強了焦點問題的透明度。

討論嘉賓提到，隨着互聯網的出現，客戶的行

為在不斷變化。社會網站中的意見領袖對網民有很強大的影響力。對品牌或特定產品的想法和建議很容易便能引起別人的注意。討論嘉賓相信，成功的社交媒體方案有助保留客戶、提供自助服務、獲取有關產品資訊和送遞進度的更新，減少客戶流失和客戶轉向其他品牌服務的機會。在中國，不同的社交網站聚集着不同的社交圈子。假冒網站的出現很可能會對品牌形象造成損害，公司應與線上搜索引擎服務提供者緊密合作，以避免假冒網站在搜索結果中顯示在很高的排位，使顧客有所誤會。

CRE & CSQS圓桌會議 增強競爭力

上海萬科物業服務有限公司客戶關係部經理潘軼敏，亦就萬科如何在朗潤園內，透過促進綠色生活以實踐企業社會責任。除了使用環保建材之外，萬科亦籌辦了一連串的活動，如進行垃圾分類和在社區組織環保隊伍，以向住客提倡綠色生活。

為配合環球營商環境的發展，圓桌會議將改名為卓越顧客關係服務(CRE)及優質顧客服務標準(CSQS)圓桌會議。朱剛岑指出，隨着愈來愈多國際品牌在亞太地區開設分公司或旗艦店，拓展業務版圖，亞太區內企業更應努力裝備自己，增強競爭力。因此，協會將加強圓桌會議的內容，把「亞太傑出顧客關係服務獎」的理念和標準融入其中，豐富會議內容，令與會者有更深層次的體驗和得着。



去年12月台灣圓桌會議由台灣中華電信協辦。吳秋華(右1)分享案例。與會嘉賓(左起)：中華電信客服處處長陳義清、協理簡志誠博士、台灣電力綜合研究所主任洪紹平、APCSC主席朱剛岑、臺北市政府1999組長黃巨豪、程曦資訊總經理黃士軍、中華電信副總經理李炎松博士、富邦人壽客戶服務處專案顧問溫春馨、台灣雅芳經理李淑凌及中華系統整合總經理劉錦山。



4月15日台州圓桌會議由中國電信集團公司浙江分公司10000號台州區域中心協辦。該公司經理張晶輝(右4)。與會嘉賓CC-CMM資深顧問王超(右5)、浙江10000台州區域中心經理助理孫燁(右3)、工會副主席孫秀琴(左5)及台州號碼百事通營運中心多名企業代表參加討論。