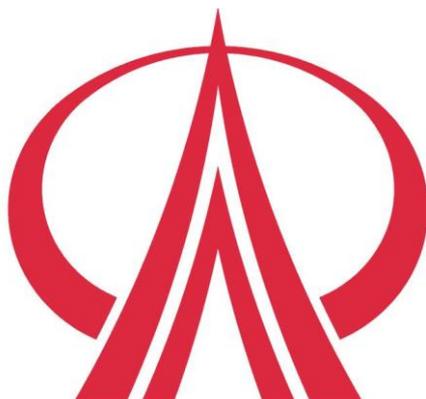


# 修平科技大學

## 行銷與流通管理系

### 三明治教學校外實習專題

實習公司：富邦管理有限公司-中華電信客服處



指導教師：章綺霞老師

學生：BZ99519 廖曉瑩

中華民國 103 年 5 月

## 摘要

我實習的單位是富邦管理有限公司-中華電信客服處，中華電信公司隸屬交通部，經營電信第一、二類業務，有台灣北區電信分公司、台灣中區電信分公司、台灣南區電信分公司、長途及行動通信分公司、國際電信分公司、數據通信分公司、電信研究所、電信訓練所等八個機構。

實習期間從民國 102 年 7 月 15 日，截至 103 年 5 月 31 日，我在公司所做的事情就是打電話給客戶，關懷客戶。實習過程當中，我結交了許多朋友年齡層也不同，因而學到很多事物、以及做人處事的道理，我認為這份工作是值得嘗試的一份工作。在工作上雖然說一定會有挫折，但是在哪工作就一定要堅持下去，只要努力過來什麼就會有屬於自己的成就以及榮耀。

## 致謝

首先我要先感謝系上有這個三明治實習，不只提供讓我們可以跟公司實習的機會，還可以提早的踏出社會、累積社會經驗，實習期間是為 102 年 7 月 15 日到 103 年 5 月 31 日，這十個月我們學習到很多事情，學校為了保護我們，也跟實習公司簽了合約。

很開心選擇了中華電信行銷推廣部門，剛到新環境一定會有不適應的地方，很開心我的同學跟同事都是好人，會聽我們訴苦並且告訴我們怎麼做處理才會比較好，這種的同事愛真的很好。

對於我們的小組長，我真的很感謝她的用心以及細心教導，公司上有很多不懂的問題，多虧了她我才能繼續下去，當然除了公司上大大小小的事，生活上也幫我處理了很多，她真的是一位十全十美的小組長。

## 目錄

摘要.....	I
致謝.....	II
目錄.....	III
圖目錄.....	V
表目錄.....	VI
第一章 實習動機與目的 .....	I
第一節 實習動機.....	1
第二節 實習目的.....	2
第三節 實習公司甄選過程 .....	4
第二章 公司介紹 .....	5
第一節 公司沿革與現況.....	5
第二節 公司策略.....	9
第三節 公司戰術與作業策略 .....	12
第四節 直接負責單位業務內容 .....	14
第三章 個案公司實習所見 .....	16
第一節 行政實習.....	16
第二節 營運管理實習.....	31
第三節 行銷企劃實作.....	37
第四節 組長與管理職務實習 .....	39
第五節 商業自動化與營運決策實習 .....	45
第六節 物流與供應鏈管理實習 .....	46
第七節 消費者行為分析實習 .....	54
第四章 實習心得與未來建議 .....	58
第一節 實習心得.....	58

第二節 未來建議.....	60
第三節 我的未來計畫.....	61
參考文獻.....	62

## 圖目錄

圖 2-1	公司組織圖 .....	8
圖 3-1	人力規畫 .....	16
圖 3-2	工作流程規劃圖 .....	40
圖 3-3	業績圖 .....	42
圖 3-4	公司位置圖 .....	53

## 表目錄

表 2-1	公司現況表 .....	5
表 2-2	SWOT 分析表 .....	10
表 2-3	中華電信客戶族群 .....	12
表 3-1	員工教育訓練 .....	19
表 3-2	員工教育訓練 .....	20
表 3-3	獎勵制度 .....	23
表 3-4	獎勵制度 .....	24
表 3-5	員工保險與福利 .....	25

# 第一章 實習動機與目的

## 第一節 實習動機

三年級上課的時候就已經聽老師說四年級要實習或做專題了，那個時候真的很猶豫到底要不要選擇實習，畢竟那時已經有在打工了，就害怕說如果就這樣子離職了，對公司會很抱歉，但想一想，能到一個不一樣環境的地方實習，畢竟這是一個很特別經驗，也是一個對自己一個很好的經驗，在職場講座的課程中也聽到中華電信行銷推廣部門的介紹，在那之後，我開始對實習產生了興趣。

後來，我認真的搜尋有關於中華電信的相關資訊，發現找不到任何資料，直到主管向我們說明，會找不到資料的原因，是因為有關法律的個資法的問題，這讓我覺得，如果我在中華電信行銷推廣部門實習或工作，個人資料一定會很安全的被保護到，所以最後，我還是選擇實習，且提早進入職場增強自己的能力和工作經驗。

當初沒有選擇做專題，單純的是覺得做專題只能幫助我在學習上的能力，增強我的文書處理部分並沒有直接反應的能力，但是我考慮的是，現在的社會注重的已經不是你是博士還是碩士，除了學歷之外，出社會最重要的就是你的工作經驗，工作經歷豐富也不代表你的工作能力很強；但我覺得工作經驗很豐富才是你在工作上得到了很收穫，不管是現在還是以後在職場上學的任何事物都是有很大的幫助。

## 第二節 實習目的

選擇進中華電信行銷部門，最初的目的是為了想讓訓練自己的口才以及和陌生人講話的方式可以更順暢、更好，從客戶說話的語氣、內容和態度，了解客戶需要什麼、想要什麼、對什麼有興趣，還要學習怎麼樣的講話方式，客戶會聽願意你講，以及怎樣的方式客戶才會跟你申辦產品，怎麼樣讓客戶再一次的來找我申辦產品，所以行銷推廣部門是可以訓練我不用面對客戶就可以讓我實踐行銷工作的職業。我認為要了解客戶的需求，就必須要知道：

### 一、客戶需要什麼

針對有小孩的家庭，我們就可以向客戶推薦例如：色情守門員，可以讓小孩不要點進去不好的網站，也可以讓家長減輕小孩在使用電腦的危險。

### 二、客戶想要什麼

針對喜歡唱歌的人，我們有個 KOD 唱歌的家庭式線上卡拉 OK，只要透過網路和電視的連結，就可以在家輕鬆的唱歌，最大的特色就是它只要二隻手合併大小的機上盒，所以就很方便的帶著走。

### 三、客戶對什麼有興趣

針對有申請室內電話的公司，我們有市話來電客製化的服務，可以幫您免費錄音，當用戶打進來就會聽到「某某公司您好，請稍後我們將盡快為您服務」，這樣的親切的問候語。

### 四、打動顧客的心

我相信只要把這些技巧都學習起來，並靈活運用的話，我一定會變成一下超級厲害的 Top Sales。

### 第三節 實習公司甄選過程

#### 一、如何獲得實習公司資訊

學校請實習單位來學校講解。

#### 二、與實習公司如何接洽？

在學校的安排下，學校把履歷表交給實習單位，請各單位來學校面試，如果面試通過的話貴公司就會錄取，然後跟學校這邊做通知。

#### 三、為何選擇目前實習公司？

因為要嘗試從來沒接觸過的工作，挑戰看看自己能不能勝任。

#### 四、你對實習公司的初步看法為何？

就坐在冷氣房吹吹冷氣、打打電話應該是蠻簡單的工作，但沒想到的是，其實沒有我們想的那麼簡單，當初想說只要坐在電腦前打八個小時的電話，應該還算蠻輕鬆簡單的工作，可是沒想到打三個小時都有困難了，何況是我們非得天天坐在電腦前打到三個小時的電話。

## 第二章 公司介紹

### 第一節 公司沿革與現況

表 2-1 公司現況表

公司名稱	富邦管理有限公司	統一編號	80038324
負責人	謝碧訓先生	連絡人	藍郁芬小姐,溫旻蓁小姐
聯絡地址	台中市北區華信街 10 號 1F	聯絡電話	04-22032742,04-23784446
員工人數	300~400 人	傳真電話	04-22062844
公司簡介 及 主要產品	承攬中華電信中區網路客服中心業務 負責中華電信網路 0800-080-412 及 0800-080-128 客服專線 協助中華電信用戶處理上網問題或網路障礙排除 電話行銷中華電信 hinet 業務及產品		
公司福利 制度	勞健保，全勤獎金，三節獎金，生日禮金，特休獎金，員工 旅遊補助		

## 一、公司名稱及介紹

### 1.台灣電信事業之起始

光緒十二年（一八八六年）台灣巡撫劉銘傳氏創設台灣「電報總局」於台北，建設完成南北縱貫陸線及安平至媽宮（今澎湖馬公）段以及滬尾（今淡水）至福州川石山段之海線；並分別設立台南、安平、旗後、澎湖、彰化、台北、滬尾、基隆、新竹、嘉義等十局開辦電報業務，為台灣電信事業之發展起始。值得一提的事，據史料記載，劉氏在光緒十二年委託怡和洋行簽約闢建淡水通往福建福州川石山這條海底電纜，全長約一百一十七哩，翌年八月二十三日完工，這條電纜代表當時最大、最重要的科技，也是台灣開發的轉捩點，自此台灣與大陸、甚至與世界接軌。惟光緒二十一年（一八九五年）甲午戰爭，清廷失敗，割讓台灣及澎湖予日本，台灣電信則歸由台灣總督府交通局遞信部經管。

### 2.電信組織改制

交通部為推動電信業務自由化及電信組織公司化政策，依據「電信法」、「交通部電信總局組織條例」、「中華電信股份有限公司條例」等電信三法，於八十五年七月一日將原交通部電信總局改制為新制之交通部電信總局與國營中華電信股份有限公司，新制之電信總局專注於國家電信政策之設計與電信市場之監督及管理，不再扮演電

信行政監督與事業經營之雙重角色；國營中華電信股份有限公司則專責電信事業之經營，此一重大之改制，使我國電信事業邁入新的里程碑。

### 3.中華電信電信組織公司化及民營化

中華電信公司隸屬交通部，經營電信第一、二類業務，轄有台灣北區電信分公司、台灣中區電信分公司、台灣南區電信分公司、長途及行動通信分公司、國際電信分公司、數據通信分公司、電信研究所、電信訓練所等八個機構。中華電信公司已依據公營事業移轉民營條例，積極辦理全民釋股之相關作業，並如期於 94 年 8 月完成民營化。

## 二、企業組織圖

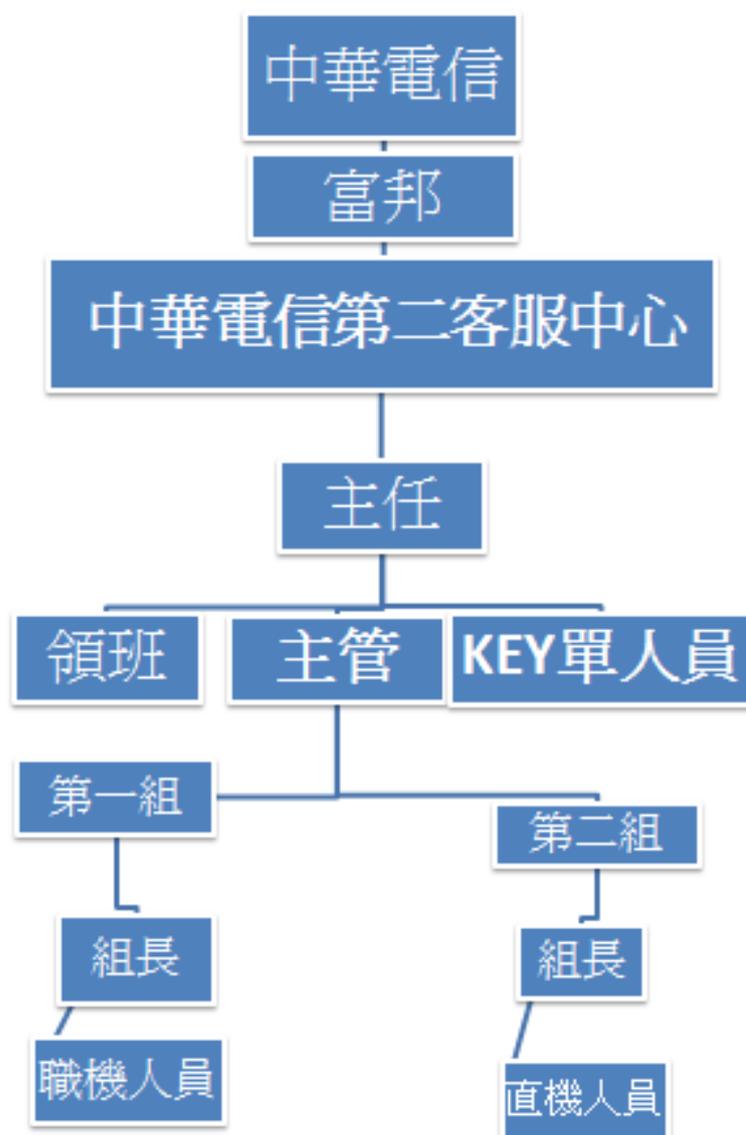


圖 2-1 公司組織圖

## 第二節 企業策略

### 一、說明企業（或公司）經營使命與目標？

讓更多客戶了解中華電話所推出的產品，不單只是申辦網路而已，可以更了解我們的加值服務，而我們的目標就是讓中華電信網路的客戶，而無須跑櫃台就能了解產品以及加入產品。

1.願景：以客戶為中心，成為最有價值信賴服務團隊。追求與顧客中心的價值，將客服組織從精緻型轉為策略型邁向願景型的終極目標。

精緻型：系統流程效率化，業務流程標準化。

策略型：準利潤中心，企業目標同步，員工滿意。

願景型：利潤中心到價值中心，客戶忠誠。

2.理念：貼心的服務，專業的技術，迅速的回應，有效的解決，終身價值。

3.目標：專業服務，迅速回應，有效解決，客戶忠誠，終身價值。

### 二、企業（或公司）的外在競爭者有那些，請加以說明。

台灣固網、各區域第四台網路

(1) 接牽中華電信線路，降低電路成本。

(2) 在價格上較中華電信便宜，客戶會對價格有所考量、比較。

(3) 客後服務較不完善。

## 二、說明企業的 SWOT

表 2-2 SWOT 分析表

Strength：優勢	Weakness：劣勢
<p>◎具有專業形象，電信公司龍頭口碑。</p> <p>◎品質保證。</p> <p>◎有客後服務。</p> <p>◎成本較低。</p> <p>◎人力成本較低。</p>	<p>◎產品少樣化。</p> <p>◎因個人資料保護法限制，核對客戶資料時不易。</p> <p>◎透過電話的推廣少了面對面的親和力。</p> <p>◎各單位資訊不同步。</p>
Opportunity：機會	Threat：威脅
<p>◎推出客服 APP 提高客戶便利性。</p> <p>◎客戶信任轉介紹。</p> <p>◎拉長營運處服務時間，提高客戶滿意度。</p>	<p>◎同業攻擊。</p> <p>◎客戶主觀意識。</p>

#### 四、進行企業（或公司）的五力分析

##### (1) 產業現有廠商競爭情況

在現有廠商競爭方面，以本公司網路而言，台灣有台灣固網、各區域第四台網路，皆是我們的競爭廠商。

##### (2) 潛在進入者威脅

本公司算是家用網路的龍頭，雖有其他競爭廠商，但網路本身的品質跟客後服務，較本公司差，因此競爭能力有限，但客戶最在意的還是價格的高低，因此價格變成競爭廠商的優勢。

##### (3) 供應商議價能力

公司有長期固定配合的供應商，再配合前，會把價格所擬定出來一個雙方都可接受的售價。

##### (4) 替代品威脅

家用網路對大部分人來說幾乎是必需品，但近幾年，智慧手機、平板電腦幾乎是人人一台，慢慢地大家便覺得使用手機、平板電腦行動上網，比家用網路方便，造成某部分客戶使用家用網路的機率降低。

##### (4) 顧客議價能力

網路的價格不定期會做調整，對顧客來說本公司的網路費怎麼降，都還是蠻高的價格，但我們在網路的線路、客後服務部分，都盡量把品質做到最好，來提高客戶滿意度。

### 第三節 企業戰術與作業策略

#### 一、說明企業（或公司）的經營項目或所提供服務

業務推廣：色情守門員

時間管理

防毒防駭軟體：諾頓單機版、諾頓雙機板、諾頓三機板

PC-Cillin單機版、PC-Cillin三機板

市話來電答鈴

推廣各項服務辦理用戶所需求的業務

#### 二、說明企業（或公司）的主要顧客是誰？

中華電信客戶

表 2-3 中華電信客戶族群

類型	共同特色
一般消費族群	使用的時段跟網路用量不一定
企業客戶	同一時間會大量使用網路

三、目前來客數每天、每週或每月大約多少人？

來客數是以我們每天撥打出去的通話數量，每天最少要結 200 單，撥打出去的通話數最少也要三小時，每天來客數至少 450 筆以上。

## 第四節 直接負責單位業務內容

### 一、說明實習直接負責單位與職位

負責單位:電話行銷中華電信 hinet 業務及產品

職位:值機人員

### 二、說明直接負責單位工作內容

- 1.承攬中華電信中區網路客服中心業務
- 2.電話行銷中華電信 hinet 業務及產品
- 3.協助中華電信用戶處理上網問題或網路障礙排除

### 三、說明你的工作時間與輪值方式

#### 1.工作時間

A 班: 9:30 上班到 6:00 下班

B 班:10:30 上班到 7:00 下班

C 班:11:30 上班到 8:00 下班

#### 2.輪值

以自己方便的時間排晚班或領班排班

#### 四、說明與你相關的工作人員、主管與利益關係者

主任-督導

主管-處理突發狀況

組長-輔導值機人員

值機人員-撥打方案

側聽人員-監聽值機人員的音檔有沒有錯誤

Key 人員-新增名單、處理成交名單

### 第三章 個案公司實習所見

#### 第一節 行政實習

##### 一、人力規劃

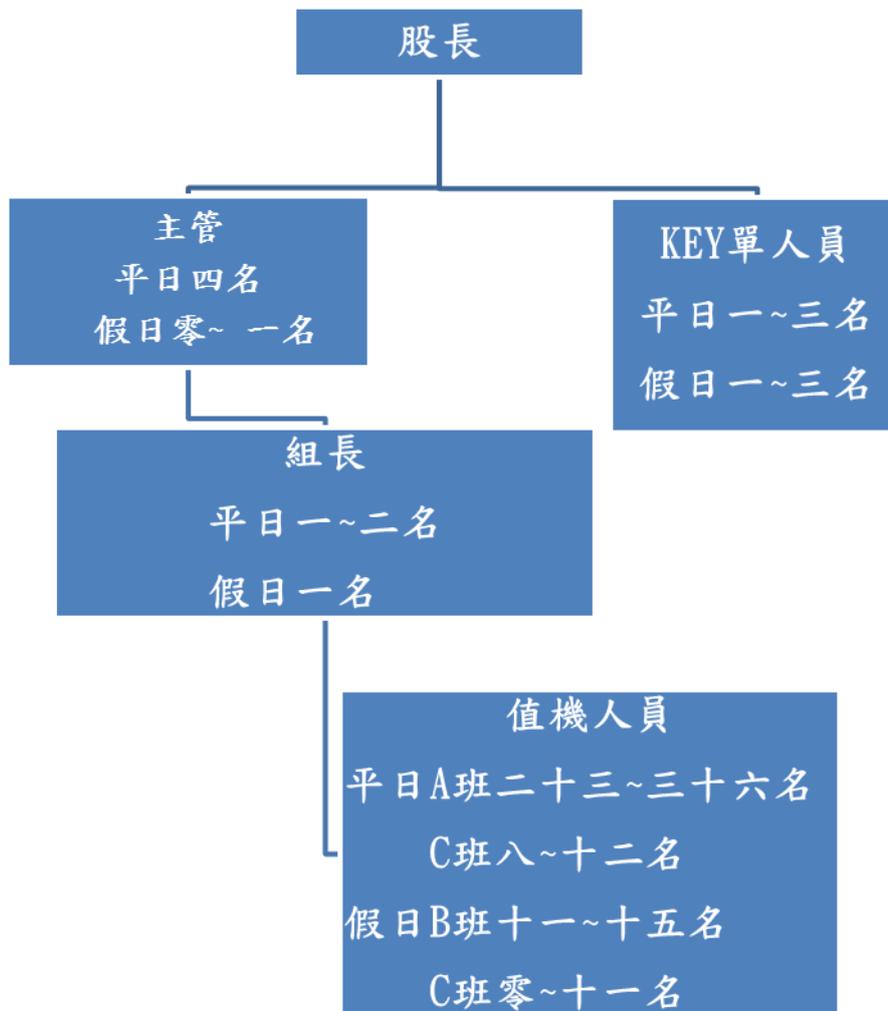


圖 3-1 人力規畫

1.平日早晚班人力需求預測

股長-1名 主管-4名 KEY單人員-3名 組長-2名

值機人員 44名 總計:54名

2.假日早晚班人力需求預測

KEY單人-3名 組長-1名 值機人員 15名

總計:19名

## 二、員工甄選與試用

### 1.甄選的程序

透過學校有分別三場的實習公司徵才演講，得知有中華電信這家公司來徵才，並且加上事後有上網搜尋關於行銷推廣部的相關訊息。

### 2.面試重點

- (1)詢問是否有工作經驗
- (2)為什麼要應徵這份工作
- (3)從談吐中了解人格特質
- (4)是否有服務熱誠與積極度
- (5)回答問題的流暢度
- (6)回答問題的內容是否是公司想要的

### 3.員工試用期間之考核

試用期間先上五天的課程，接著考試，只有二次機會。當考試通過了，接著側聽三到五天時間，公司方面覺得您勝任的話，就會立即簽合約。

### 三、員工的教育訓練

日期/時間	第一天	第二天	第三天	第四天
地點	三民大樓 訓練教室	三民大樓 訓練教室	三民大樓 訓練教室	三民大樓 訓練教室
9:30~10:20	個資法	ADSL/FTTB 網路架構&費率 方案介紹	勞安教育訓練	TQMS 評核 評核作業 含內部評核
10:30~11:20	個資法	勞安教育訓練	勞安教育訓練	TQMS 評核 評核作業 含內部評核
11:30~12:15	防毒防駭 業務說明	健康上網 業務說明	HiNet KOD 業務說明	市話來電答鈴 業務說明
13:00~13:50	防毒防駭 話術技巧	健康上網 話術技巧	HiNet KOD 話術技巧	市話來電答鈴 話術技巧
14:00~14:50	防毒防駭 話術演練	健康上網 話術演練	HiNet KOD 話術演練	市話來電答鈴 話術演練
15:00~15:50	防毒防駭 成交案例分享	健康上網 成交案例分享	HiNet KOD 成交案例分享	市話來電答鈴 成交案例分享
16:00~16:50	跟聽 防毒防駭	跟聽 健康上網	跟聽 HiNet KOD	跟聽 市話來電答鈴
17:00~18:00	跟聽 防毒防駭	跟聽 健康上網	跟聽 HiNet KOD	跟聽 市話來電答鈴

表 3-1 員工教育訓練

日期/時間	第五天	第六天	第七天	第八天
地點	三民大樓 訓練教室	三民大樓 訓練教室	三民大樓 訓練教室	三民大樓 訓練教室
9:30~10:20	筆試	跟聽 KOD	術科考試	試撥 KOD
10:30~11:20	筆試	跟聽 KOD	試撥 健康上網	試撥 KOD
11:30~12:15	TMS/Cosmo	跟聽 來電答鈴	試撥 健康上網	試撥 KOD
13:00~13:50	TMS/Cosmo	跟聽 來電答鈴	試撥 健康上網	試撥 KOD
14:00~14:50	跟聽 健康上網	考卷檢討	術科檢討	試撥 市話來電答鈴
15:00~15:50	跟聽 健康上網	話術研擬	試撥 防毒防駭	試撥 市話來電答鈴
16:00~16:50	跟聽 防毒防駭	角色扮演	試撥 防毒防駭	試撥 市話來電答鈴
17:00~18:00	跟聽 防毒防駭	角色扮演	試撥 防毒防駭	試撥 市話來電答鈴

表 3-2 員工教育訓練

#### 四、工作績效評估與考績

##### 1.工作績效評估方法

(1)日常工作績效評估，針對我們每個電銷人員每天從上班到下班的  
工作項目。

(2)上下班是依照打卡制，每日是否有在工作時間內抵達。

(3)每日有 3 小時 15 分的通話時間目標標準要抵達。

(4)非休息時間不得超過 12 分鐘離開座位。

##### 2.工作績效評估方法之檢討與改進

(1)針對每位電銷人員如當月有錯需要改進的，主管會開單口頭警告  
加以說明並簽名。

(2)上班遲到、請假沒有證明會扣全勤獎金甚至扣薪水。

(3)針對每個月會有業宣，宣導有改變或是要注意的事項。

##### 3.考績評分表之項目與評分重點

工作精神-遵時率 3%、離席率 5%、損耗率 5%、配合度 4%。

電銷效率-工作量 8%、通話時間 25%。

電銷品質 15%-講話技巧。

業務績效 30%-成交數量。

測驗成績 5%-每月二次的考試成績。

加扣分(總分加扣 1 分)-未接來電、個資。

(1)服務用語標準：

10% - 開場白須包含單位名稱、外撥人員姓氏、去電目的。

10% - 對受訪人需適當敬稱、不可直呼其全名。

5% - 熱情問候及適切讚美、通話過程均保持禮貌用語、用語流暢。

(2)語態表達標準：

5% - 語速不急不徐、音量適當、耐心講解、應對得體。

5% - 不得以煩擾或威嚇方式糾纏及言語反諷使受話人不愉快。

## 五、輪班制度

### 1.排班方式與技巧

月中就會有下個月的班表先傳下來讓大家排班，領班會事先跟大家說，哪天是國定假日要放假，總共放幾天，禮拜六能放幾天，平日能放幾天。

沒有技巧，因為當那天太多人放假，領班就會拿著抽籤來找大家，請大家公平抽 把假調到其他天去。

### 2.緊急調班作班

排班後臨時無法到班者，需事先通知領班，便調派人員，未到班者不給薪。請假時，需填寫假單，由甲方核准後，才視為准假；請假未核准者，視為曠班。經常遲到、早退、曠班者於次月以減少班務處理。

## 六、獎勵制度

業務行銷獎金：業務行銷推廣方案核發行銷推廣獎金。

表 3-3 獎勵制度

行銷產品	影響成本條件	費率資訊	每件點數
KOD 新裝	綁約 2 年	200/月	225
KOD 續約	綁約 2 年	200/月	40
色情守門員	月繳	99/月	75
色情守門員	年繳/預繳 1 年	999/年	140
時間管理	月繳	99/月	75
時間管理	年繳/預繳 1 年	999/年	140
健康上網二合一	月繳	180/月	150
健康上網二合一	年繳/預繳 1 年	1800/年	280
PC-cillin 防毒防駭 (單機板)	月繳	99/月	75
PC-cillin 防毒防駭 (單機板)	年繳/預繳/綁約	990/年	130
PC-cillin 防毒防駭 (三機板)	月繳	169/月	110
PC-cillin 防毒防駭 (三機板)	月繳(綁約)	109/月	160
PC-cillin 防毒防駭 (三機板)	年繳/預繳	1690/月	160
Norton 防毒	月繳	99/月	75
Norton 防毒	年繳/預繳/綁約	990/年	130
Norton IS 防毒(單機)	月繳	149/月	90
Norton IS 防毒(單機)	年繳/預繳/綁約	1490/年	130
Norton IS 防毒(雙機)	月繳	189/月	110
Norton IS 防毒(雙機)	年繳/預繳/綁約	1890/月	140
Norton IS 防毒(雙機)	年繳/預繳 (須客戶開通)	1890/年	415

表 3-4 獎勵制度

行銷產品	影響成本條件	費率資訊	每件點數
PC-cillin 防毒防駭 (單機板)	月繳 (須客戶開通)	99/月	130
PC-cillin 防毒防駭 (單機板)	年繳/預繳 (須客戶開通)	990/年	230
PC-cillin 防毒防駭 (三機板)	月繳 (須客戶開通)	169/月	220
PC-cillin 防毒防駭 (三機板)	年繳/預繳 (須客戶開通)	1690/年	415
PC-cillin 防毒防駭 (三機板)	綁約 (須客戶開通)	109/年	415
Norton IS 防毒(單機)	月繳 (須客戶開通)	149/月	200
Norton IS 防毒(單機)	年繳/預繳/綁約 (須客戶開通)	1490/年	320
Norton IS 防毒(雙機)	月繳 (須客戶開通)	189/月	220
Norton IS 防毒(雙機)	年繳/預繳/綁約 (須客戶開通)	1890/月	415
1288 名片型	連續租約或預繳 1 年	99/月	40
1288 豐富型	連續租約或預繳 1 年	300/月	120
1288 名片型增值	連續租約或預繳 1 年	129/月	55
1288 名片型升 1288 豐富型	連續租約或預繳 1 年	159/月	65
市話	無約		25

七、員工保險與福利

表 3-5 員工保險與福利

人員類別	中階	進階
	基本時薪/(晚)夜點費 /(夜)夜點及交通費	基本時薪/(晚)夜點費 /(夜)夜點及交通費
A1 類 大專(肆)畢	143/13/41	158/15/45
A2 類 大專(肆)畢	129/13/41	143/15/45
A3 類 大專(肆)畢	123/13/41	138/15/45
B1 類 高中職畢	118/13/40	130/15/45
B2 類 高中職畢	118/9/27	128/12/32
B3 類 高中職畢	113/9/22	123/12/28
B4 類 高中職畢	110/5/20	115/12/28
C1 類 大專畢具工作經驗 或必要證照	175/25/55	175/25/55
C2 類 大專畢具工作經驗 或必要證照	200/25/55	200/25/55
C3 類 大專畢具工作經驗 或必要證照	230/25/55	230/25/55

全勤獎金：每月無事假、病假、遲到、早退、曠班者，或上足原排定班務與配合調度之工時，每人每月發給全勤獎金 600 元。

### 三節獎金：

#### (1)端午、中秋獎金給付標準：

A.中階(完成 80 小時值前訓練且通過綜合測試)滿一個月(含)以上者，獎金 1500 元；未滿一個月者，獎金折半。(中階期間不適任擬通知更換者不予給付)

B.產假期間，獎金照給。

#### (2)春節(年終)獎金給付標準：

A.依照人員派用月(年)數核計。

B. 人員派用月(年)數：自通過綜合測試通知派用日起計算至除夕前 1 天，超過 15 天以上，以 1 個月計算，未滿 15 天(含)部分不予列計。

C.獎金給付如下：

(a).未滿 6 個月者：獎金依派用月數\*1000 元核計。

(b).滿 6 個月(含)以上者，核給獎金 10000 元。

(c).滿 1 年(含)以上 3 年以下之二線人員及年度績效列前 2/3 之一線人員，加發獎金 2000 元。

(d).滿 3 年(含)以上之二線人員及年度績效列前 2/3 之一線人員，加發獎金 5000 元。

(e).向承商申請「育嬰留職停薪」後復職或值離後復職人員，由復職日起至除夕前1天，連續工作超過半年以上，核給獎金10000元、未滿半年(含)一月數\*1000元核給，唯不另發獎金。

(3)端午、中秋、春節等各節日年離職人員不予發放。

其他福利：

(1)尾牙：配合業主辦理聚餐，或發放500元餐費。

(2)國內旅遊：由公司提供遊覽車、茶水、餐點等。

(3)慶生：800元。另由公司提發200元與優福會作為慶生活動經費用。

(4)結婚：到職日起工作未滿一年發給禮金1200元，未滿三年發給禮金2600元，未滿五年發給禮金4800元，五年以上給禮金6000元。(需付喜帖)

(5)哺乳：子女未滿一歲須員工親自哺乳者，除規定之休息時間外，本公司將每日另給哺乳時間二次，每次以三十分鐘為度，哺乳時間，視為工作時間。

(6)喪事：(父母、養父母、繼父母、配偶)奠儀2000元，(祖父母等)奠儀1000元(需附訃文)。

(7)工傷：受傷住院者，發慰問6000元。

(8)差旅費：因業務需要出差或參加受訓，比照業主員工標準。

(9)天然該害：當地政府宣布停止上班日，以業主防災小組成立起計算之，補助車資 300 元【免收據、另提供 80 元餐費(於次月發薪日給付)】。

(10)意外險：由甲方投保二百萬意外附加醫療險，費用甲方負擔。

給假及保險約定：

1. 各假別之說明如下：

婚假：結婚者給予婚假八日，工資照給。(以基本時薪計)

事假：因事必須親自處理者，得提出證明請事假；一年內合計不得超過十四日。事假期間不給工資。

喪假：工資照給(按照時薪單價計算)。喪假得依習俗於百日內分次申請。

(1)父母、養父母、繼父母、配偶喪亡者，給予喪假八日。

(2)(外)祖父母、子女、配偶之父母、配偶之養父母或繼父母喪亡者，給予喪假六日。

(3)兄弟姊妹、配偶之(外)祖父母喪亡者，給予喪假三日。

公傷病假：因職業災害而致殘廢、傷害或疾病者，其治療、休養期間，給予公傷病假。

產假：

- (1)分娩前後，應停止工作，給予產假八星期。
- (2)妊娠三個月以上流產者，應停止工作，給予產假四星期。
- (3)第一目、第二目規定之女性員工受雇本公司工作於六個月以上者，停止工作期間工資找給(按基本時薪單價計算)，未滿六個月者減半發給。
- (4)妊娠二個月以上未滿三個月流產者，應停止工作，給予產假一星期。(不給薪)
- (5)妊娠未滿二個月流產者，應停止工作，給予產假五日。(不給薪)
- (6)乙方請產假須提出證明文件。

公假：乙方有依法令規定應給公假情事者，依實際需要天數給予公假，工資照給。

註：員工請婚假、喪假、公傷病假、公假者，發給全勤獎金。

2.乙方須負擔勞、健保費自負額。

3.乙方自進入甲方指定之業主工作起，平均每月工作達 160 小時，且滿一定期間者，每年均依下列規定予特別休假：

- (1)一年以上三年未滿者七日。
- (2)三年以上五年未滿者十日。
- (3)五年以上十年未滿者十四日。

(4)十年以上者，每一年加一日，加至三十日為止。

註：特別休假年資依實際到職計算，可請假天數則依照履約期間比例計算，按日班時薪單價\*8小時為一天計給，提前解約或契約期滿而未休者，由甲方發給未休天數之工資。

4.此特別休假不得於未申請之情形下使用或當病假、事假使用。

5.其他未盡事宜，依勞基法規定辦理。

## 第二節 營運管理實習

### 一、顧客服務

#### 1.顧客詢問之處理

Q：你是中華電信那應該可以查帳單吧？

A：先生/小姐不好意思，因為我們的業務範圍不同，所以可能辦法幫您查詢帳單這部分，您方便撥打到0800-080-090做查詢，這支客服電話是我們手機及帳單都可以撥打做詢問的，如有需要歡迎撥打要0800-080-090，謝謝您。

#### 2.顧客抱怨之處理

Q：網路真的跑得很慢，我不需要再申請其他優惠。

A：先生/小姐不好意思，在這裡看到您的上傳速率跟下載速度是2M/64K，在這裡有想要升速的部分嗎？我這裡有一組客服電話您方便做抄寫嗎？電話是0800-080-123，歡迎您撥打去做詢問。您的指教，我們一定會做改進，謝謝您。優惠這部分，我們的先生/小姐還沒有考慮的話沒有關係，請您有需要有考慮歡迎撥打電話到0800-080-412或是我們中華電信門市也可以做個詢問，謝謝您。

### 3. 主動服務顧客之技巧

Q：行銷電話用戶很容易拒絕說不要，但是他們在掛掉電話前總會習慣問你說：「這邊可以看到我的速率是多少吧那現在是多少錢，可以升到幾M」？

A：速率這部分我馬上幫您查詢，這邊看到您是2M，每個月228元，ADSL最高就是8M還是要考慮我們光纖，最高是可以到100M的，如果有需要的話還是我馬上幫您洽詢另外人員，或是說有需要的話可以撥打0800-080-123，或市內電話拿起來撥打123。。

### 4. 讓顧客留下好印象之技巧

例如早上撥打電話出去可以問候「早安不好意思打擾您了」，要禮貌的問候客戶方不方便講話，語氣要輕聲細語，不可帶自己的情緒下去撥打電話。聲音要有精神、開心，讓接到電話的客戶聽到聲音就可以開心的。

## 二、客戶申辦網路增值服務的忠誠度

### 1.了解客戶使用網路增值服務對企業的影響

我們行銷的業務主要分為三種：

#### (1)Hinet KOD分為兩種優惠專案

A綁約一年方案-每個月249元，違約金一年4000元。

B綁約二年方案-每個月200元，違約金兩年6500元。

#### (2)健康上網-色情守門員

A學生方案-第一年每個月75元，第二年開始每個月90元。

B一般方案-第一個月50元，第二個月至第十二個月99元，第十三個月開始每個月90元。

#### (3)防毒防駭軟體

A賽門鐵克諾頓(依每季優惠專案有不同的費用計算方式)

B趨勢科技PC-Cillin(依每季優惠專案有不同的費用計算方式)

即便只是網路上的增值服務，若與網路本身的費用比起，確實是少很多的，但是積少成多，以色情守門員舉例來說：若一個月大約至少有三百人辦理色情守門員的服務，三百乘以五十元，一個月中華電信就多了一萬五千元的收入，這只是單一業務一個月的大約估計，若全部業務加起來收入其實也是很驚人的。

## 2.提高客戶購買網路增值服務的方法

- (1)針對不同的客戶，要針對不同的客戶，要有不同的銷售技巧。
- (2)不管活動到期日是什麼時候，都要跟客戶說只到月底。
- (3)要以是對客戶好的方向出發，客戶產生認同感後接受增值服務的機會高。

## 3.客戶滿意度對企業之影響

使用中華電信網路的用戶占全台灣人數約百分之七十，若其中約有百分之三十五的客戶來申請增值服務，那個收入數目是不容小覷的。所以我們為了讓客戶在使用了增值服務後以及過程當中是滿意的，會提供 24 小時的免付費客服電話 0800-080-412，在客戶使用上有任何問題時，隨時都會有客服人員為客戶服務。

### 三、突發狀況之處理

#### 1.突發狀況之模擬

用戶同意申辦產品，要做身分證後四碼核證，用戶不願意，問說為什麼要核證？

先生/小姐是這樣的，中華電信要確保您是不是本人所以要確認可否申請，總不可以隨便一個人說同意申請就申辦，這樣對我們的用戶都不公平，所以才要核證身分證才能確保您是本人。

#### 2.突發狀況之處理與檢討

用戶接起一開始都很客氣說請講沒關係，聽到稍稍後面一點發現說是行銷電話，就開始大聲並很生氣的說，我不想再接到你們的行銷電話可以不要再打來了嗎，這時候就要詢問用戶是不想再接到我們行銷電話嗎，用戶說是的話，就要跟他們說這樣可能優惠服務都沒有辦法收到了，您確定不要再接到我們的行銷電話嗎，用戶如果很確定的說不要，就要幫他們做拒電銷的服務。主管方面當然不希望用戶拒電銷，因為這樣我們沒有電話可以打，所以小組長就會要你想像是不是剛開始講話的態度、禮貌是不是哪裡講錯或不好，怎麼會讓用戶想要做拒電銷，所以小組長就會糾正你的說話方式，糾正你的錯誤。

### 3.如何避免突發狀況之發生

要跟用戶解釋清楚怎麼會有你的聯絡電話，是因為什麼事才會打到這支電話，要跟用戶講清楚不可以含糊帶過。

### 第三節 行銷企劃實作

#### 一、環境分析

- (1)政府層面-積極推動相關政策，加強資訊通信產業還普及。
- (2)層面-上網人口的增加，正代表著網際網路服務的需求急增。
- (3)文化層面-網際網路的使用，正衝擊著傳統人文以及企業文化。
- (4)科技層面-技術不斷的提升，但仍落後歐美等先進國家。

#### 二、策略分析

未來電信產業所包含的應該是資訊、通訊與多媒體的整合，而電信事業也必須走向國際化，電信使得國與國沒有了國界，世界越來越小，地球村的理想逐一實現。綜觀全球各國的電信公司紛紛走上國際舞台，身為台灣電信業的龍頭也有這樣的策略想法。中華電信目前已積極在海外成立辦事處，包括美國華盛頓、日本東京、泰國曼谷、香港，除了蒐集當地市場的情報資訊外，也希望能與當地政府官員建立良性的互動關係，而接下來歐洲與南美洲也將會成立辦事處，以將觸角伸展。

#### 三、控制行銷策略

透過市場環境分析、總體環境分析、個體環境分析，進行產品的分析及定位、建立目標族群規劃與策略規劃，並預設行銷活動執行的方案與時程、效益評估、預算與人力資源。

(一) 市場環境分析：由外在的一些成員與因素所構成，共同影響行銷管理者建立與維持成功目標顧客關係之能力。

### (二) 消費者分析

消費族群分為一般消費客戶以及企業客戶，但以寬頻上網來說，應該是要以網路使用的用量高低，來做分類會較為正確。

### (三) 競爭者分析

分析競爭者的定價、優惠方案，了解客戶會在什麼樣的情況下，放棄使用本公司的網路服務，而選擇競爭廠商的網路服務。

## 第四節 組長與管理職務實習

### 一、 認識營業店

#### 1.商品認識

我們的主要業務分為三種：

##### (1)Hinet KOD分為兩種優惠專案

A綁約一年方案-每個月249元，違約金一年4000元。

B綁約二年方案-每個月200元，違約金兩年6500元。

##### (2)健康上網-色情守門員

A學生方案-第一年每個月75元，第二年開始每個月90元。

B一般方案-第一個月50元，第二個月至第十二個月99元，第十三個月開始每個月90元。

##### (3)防毒防駭軟體

A賽門鐵克諾頓(依每季優惠專案有不同的費用計算方式)

B趨勢科技PC-Cillin(依每季優惠專案有不同的費用計算方式)

## 2.人員認識

主任-督導

主管-處理突發狀況

組長-輔導值機人員

值機人員-撥打方案

側聽人員-監聽值機人員的音檔有沒有錯誤

Key 人員-新增名單、處理成交名單

### 二、認識組長職務

#### 1.職務與工作內容

一線支援，工作內容是於加派訪員每天的活動名單、公告訪員的通話時數以及訪員缺失的輔導名單、客訴名單、加強訪員業務上不懂的服務，都是由一線支援所負責。

#### 2.應具備之基本條件和技能

本身有受過中華電信客服專業的課程，以及待過寬頻網路障礙客服人員、Hinet 客服人員經驗、技能，像說累積很多中華電信 Hinet 網路、加值業務產品及服務客戶的專業知識、專業術語。

#### 3.值班經理工作內容和要點

負責整棟關燈關門的安全服務，及主要環境安全跟緊急通報。

#### 4.教育訓練活動之推動

帶領新進人員旁聽、職機作業，了解業務性質及熟悉工作流程，針對客戶問題所排解。

### 三、業績掌握與目標管理

#### 1.工作流程規劃

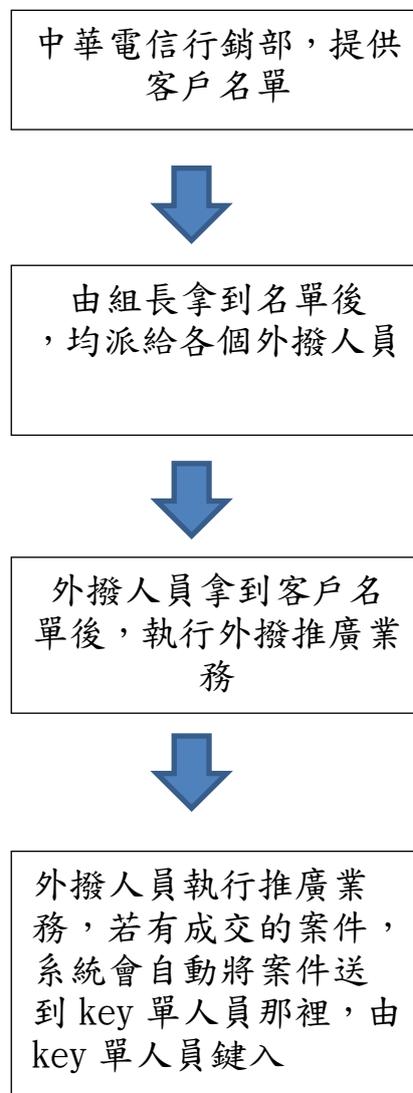


圖 3-2 工作流程規劃圖

## 2.門市作業督導

- (1)每週一次整體單位外撥人員業務宣導。
- (2)各小組每個月會開一次小組會議。
- (3)側聽人員每天抽查外撥人員與客戶通話過程是不是有出現錯誤。
- (4)組長公布每天的通話時數，激勵組員。

## 3.營運報表編制與重點分析

本單位分為兩大重點報表：

### (1)成交案件報表

由 key 單人員統計每位外撥人員每天、每月成交案件數量，在每個月月初公布上一個月所成交的案件數量，讓每個外撥人員可以確認自己所成交的案件跟業績。

### (2)人員考核成績

由固定主管，每個月月初，藉由外撥系統的數據，了解外撥人員的操作是否正確，外撥系統對公司來說，是一個能清楚了解到外撥人員是否有正確操作及準時值機的重要角色。

## 4.營運週報分析

由管理各小組的主管，會在每天公布外撥人員的通話時數，另外在製作通話效能表格，讓外撥人員自己可以清楚知道，自己的通話效能是否有待加強。

## 5.營業報告分析與業績掌握

每一個月，本單位會公布目標通話時數以及目標績效，每一個外撥人員都有基本該達到的業績目標，基本上外撥人員都能超過公司所要求的目標績效，辦公室裡也有個公佈欄，會公布每月績效前十名的外撥訪員、各產品績效前三名的外撥訪員、通話時數前三名的外撥訪員。

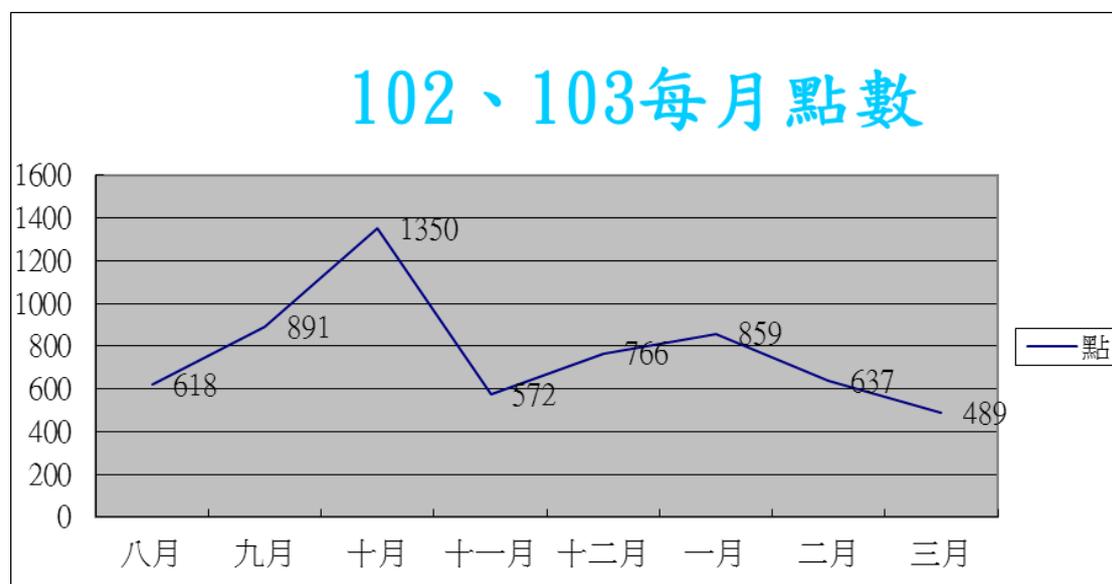


圖 3-3 102 年 8 月至 103 年 3 月業績圖

#### 四、領導技巧

##### KOD

您好我這裡是中華電信，敝姓廖，想請問廖小姐嗎？我們是針對家裡的網路線有個 KOD 服務在通知，它是針對網路以及電視後的 AV 端子連接就可以歡唱的服務，機台只有兩手合併的大小可以輕鬆攜帶出門，是家庭式的行動歡唱機盒，我們會贈送兩支有線麥克風，一本大歌本，歌曲還會每個月新增 100 首歌曲，是不用另外付費的，現在很划算每個月只要 200 元，家裡喜歡唱歌嗎？

##### 色情守門員

我們的防護功能是可以阻擋有害的網頁連接，比如網路詐騙、廣告彈跳網頁、釣魚網站以及色情網頁，現在第一個月半價 50 元，沒有合約限制，有沒有考慮這項服務呢？

##### 市話來電答鈴

朋友打進家裡一開始都會聽到傳統的嘟嘟聲，現在可以把嘟嘟聲轉換成好聽的音樂鈴聲，讓撥打進來的親朋好友聽到鈴聲也會心情愉悅，現在是前半年每月 15 元，最重要是沒有合約，這邊直接幫您開通可以嗎。

## 第五節 商業自動化與營運決策實習

### 單位報表

#### (1) 成交案件統計報表

外撥人員執行推廣業務，有成交案件時，外撥系統會自動把成交案件送到 key 單人員那，key 單人員在每月月初會將上個月成交的案件作統計，呈現出來給外撥人員看，讓外撥人員可以清楚知道自己所成交的案件是否有列入績效獎金。

#### (2) 電銷(外撥)人員考核

外撥人員每個月有系統操作上及工作行為的考核，公司依據外撥系統，所呈現出來的數據，以及每一細項考核的百分比，去計算出每個外撥人員每個月的考核成績，藉此外撥人員可以知道自己在工作上的各個行為，是否正確或是有待加強。

#### (3) 通話時數效能

每天外撥有規定的通話時數，最基本的一天若值機時間為 8 小時，而當天通話時數最基本的要達到 3 小時；若加班半小時，這半小時內就要達到 12 分鐘的通話時數；主管會在每天公布前一天外撥人員的通話時數效能，例如：上通電話與此通電話間的閒置時間、通話時數是否有到達標準，外撥人員在看到此報表時，可以清楚知道今天應該要做多少的努力才能讓通話時數效能更好。

## 第六節 物流與供應鏈管理實習

### 一、 企業之供應鏈網路

中華電信所提供的產品有，KOD、色情守門員、市話來電答鈴。

防毒防駭軟體是跟賽門鐵克以及趨勢科技合作。

### 二、 顧客服務與訂單管理

顧客服務的內容：

外撥人員把中華電信的服務產品，藉由電話通知介紹給中華電話的客戶，讓客戶知道有這樣的產品。

我們的產品有：

- (1) 色情守門員
- (2) KOD
- (3) 防毒防駭軟體
- (4) 市話來電答鈴

key單管理：

外撥人員在成交案件之後，外撥系統會自動將成交的案件送到key單人員的受理系統，由key單人員受理案件後，才能真的算是一個完整成交案。

### 三、策略聯盟

#### 1.何謂策略聯盟

策略聯盟 (strategic alliances) 是指組織之間為了突破困境、維持或提昇競爭優勢，而建立的短期或長期的合作關係。策略聯盟又稱為伙伴關係 (partnership) 原是企業界提昇競爭力的重要策略，目的在透過合作的關係，共同化解企業本身的弱點、強化本身的優點，以整體提昇企業的競爭力。依企業策略訂定客服中心在顧客、流程、學習成長，財務等構面的關鍵績效指標。

#### 2.目前是否有聯盟企業並說明內容

中華電信與微軟公司共同宣佈雙方策略聯盟的合作意向書，於2007年5月15日由中華電信董事長賀陳旦與微軟公司董事長比爾蓋茲在微軟總部正式簽訂。中華電信近年來因應行動電話與網際網路廣泛運用所掀起的生活行動化、寬頻化、及數位生活風潮，相繼推出光世代FTTX寬頻及MOD服務，期望透過與全球軟體大廠微軟公司的結盟，擴大電信與網際網路效用，積極開發行動增值、網路應用、數位生活、IPTV、VoIP、以及影音多媒體等服務，希望以台灣企業客戶為基礎的發展成功經驗，延伸到兩岸三地台商族群，進而前進到世界舞台。

#### 3.可以哪裡企業進行策略聯盟

像航空跟航空。長榮航空首次與美國航空業者進行策略聯盟，重要的聯盟活動有共掛班機號碼、市場行銷計畫、一票到底、行李直掛轉機作業、直接進入雙方電腦系統訂位、共用機場貴賓室，甚至在互為地勤代理及機務維修都有結盟合作的計畫。

#### 4.如何選擇策略聯盟企業

在考量選擇合作對象時，經營理念、經營方向，及經營目標等因素之看法若彼此相似性高則聯盟成功之機會會較高，及較容易與較快速產生策略聯盟成效。

#### 5.對公司有何好處

連結中小企業與消費者間之資訊應用，共同創造中小企業新市場機會，並將就各業別與異業結合及應用中華電信服務，建立以實驗方式發展可以複製成功經驗之合作機制，進而將此成功經驗移植至中國大陸及世界舞台。換句話來說，策略聯盟或是企業聯盟可以使公司更賺錢。

#### 四、定價模式

##### 1. 何謂差別定價

差別定價指生產者於生產某產品之成本相同的情況下，對不同顧客或不同之購買數量的要價不同，其存在之前提乃因需求者採購時，會產生「消費者剩餘」(consumer surplus)，所謂消費者剩餘指消費者願意付的代價與實際付出的差額。這種剩餘的發生導因於人對某種物品的邊際效用，會隨著他可享用數量的增加而減少。

##### 2. 目前產品或服務的定價模式為何

色情守門員：

月繳：第一個月半價50元，第二個月99元，第十三個月每月90元。

預繳：第一年999元，第十三個月起每月90元。

年繳：第一年999元，第二年起每年900元。

時間管理：

月繳：第一個月半價50元，第二個月99元，第十三個月每月90元。

預繳：第一年999元，第十三個月起每月90元。

年繳：第一年999元，第二年起每年900元。

防毒防駭軟體：

諾頓單機版：

月繳：每月149元。

預繳：第一年1490元，第二年起的每月149元。

年繳：第一年1490元，第二年起的每年1490元。

諾頓雙機版：

月繳：每月83元。

預繳：第一年1890元，第二年起的每月179元。

年繳：第一年1890元，第二年起的每年1790元。

諾頓三機版：

預繳：第一年1490元，第二年起的每月169元。

PC-Cillin單機版：

月繳：每月99元，第二年起的每月89元。

預繳：第一年990元，第二年起的每月89元。

年繳：第一年990元，第二年起的每年890元。

PC-Cillin三機板：

月繳：每月169元，第二年起每月109元。

預繳：第一年1690元，第二年起每月109元。

年繳：第一年1690元，第二年起每年1090元。

市話來電答鈴：

前半年每月15元，第七個月開始每月30元。

3. 是否有進行差別定價

是，有進行差別定價。

4. 可否執行差別定價及如何執行

可執行差別訂價，網路增值服務，有綁約跟沒有綁約的費用是不一樣的，通常定價較低的產品服務，就會綁約；價格較高的服務，就不太會有綁約的狀況，另外也會依照增值服務的性質不同，有不同的定價出現。

## 五、供應鏈風險管理

### 1.何謂風險管理

風險管理（Risk Management）是一個管理過程，包括對風險的定義、測量、評估和發展因應風險的策略。目的是將可避免的風險、成本及損失極小化。理想的風險管理，事先已排定優先次序，可以優先處理引發最大損失及發生機率最高的事件，其次再處理風險相對較低的事件。實際狀況中，因為風險與發生機率通常不一致，所以難以決定處理順序。故須衡量兩者比重，做出最合適的決定。

### 2.公司可能面臨的風險有哪些

個資，就是我們最大的風險。所有機關內個人資料作業程序以及個人資料檔案之盤點後，要想制定出管理與保護機制，就必須了解這些與個人資料作業程序以及個人資料檔案所存在之環境有哪些弱點，凡威脅皆是利用弱點，而風險就是這些威脅發生的機率。

### 3.該如何因應

每一個單位都有負責的業務，所以也有權限，也是為了保護客戶的個人資料不隨便外洩，所以當客戶要處理的業務，本單位無法受理時，會請他直接到臨櫃或是撥打其他客服電話。

## 六、供應商管理

### 1.如何選擇供應商

選擇供應商，就是在要求供應商能持續滿足預先設定的質量標準的前提下，保證按時供貨。評估供應商，就是根據精心制定的質量和交貨標準，對供應商進行有規律的科學評價。供應商的選擇和評估系統，最理想的狀態是，供應商業績衡量是個連續的過程，結果將被反饋到供需雙方的管理層，做出不斷改進的機會並付諸實施。

### 2.供應商如何管理

每個廠商在每個月，都有固定配合的客戶名單數量，有時 KOD 會使主要推廣活動，有時色情守門員也有可能是主活動，所以外撥人員在主、次活動更改時，就必須隨著主、次活動的不一樣而有不一樣的推廣技巧。

## 第七節 消費者行為分析實習

### 一、立地條件調查

中華電信行銷推廣部門位於台中市西區，客戶群分布全台。



圖 3-4 公司位置圖

### 二、消費者行為調查

#### 1. 風俗習慣

家用寬頻網路幾乎是每個人都需要的服務(產品)，即便風俗習慣不同，卻還是有需要使用到網路的時候，基本上是不會因為風俗習慣的族群不同，而有重大的改變或調整。

#### 2. 宗教信仰

佛教、道教、天主教...等，每個人的宗教信仰會影響生活的習慣，但現在是網路發達的時代，即便每個人的信仰不同，也還是需要使用到網路的。

### 3.消費者習慣、價值與態度

現代人很注重產品的品質好壞，也很注重產品的費用，若網路的連線品質不佳，亦或是加值服務並沒有想像中的好用，客戶便會覺得此服務並不值這樣的一個價格，就會開始反應費用高，或者引起客訴案件，所以提供 24 小時的電話客服中心，讓客戶在使用網路上有相關問題時，能找到替客戶解決問題的對象。

### 4.顧客滿意度

(1)拉長臨櫃服務中心的服務時間，讓更多有需要辦理網路業務的客戶更方便。

(2)除了網路相關服務的牌告價(原價)，定時會推出優惠方案、促銷活動，提供給客戶可以參加價格較划算的優惠方案。

(3)提供 24 小時的客服電話，在使用網路、網路加值服務，有任何問題都可以隨時撥打客服電話向客服人員尋求解答。

### 三、人口資料與顧客系統管理

#### 1.到府協助裝機

推廣的四種增值服務裡，其中有個歌唱服務叫 KOD，在成交 KOD 的服務後，通常要再 3 至 5 天的工作天，因為 KOD 的服務需要請工程部師傅，到客戶的府上裝機、接線，也可以在客戶面前當場測試 KOD 的相關設備是否都正常，通常師傅在完成裝機的動作後，確定都沒有問題，就會請客戶在申請的相關資料上簽名，這樣才算是完整的成交 KOD 的服務。

#### 2.顧客資料建檔與應用

由於外撥人員有權限的限制，公司會由負責的行銷部，將客戶名單建入外撥系統，再由組長拿到名單後，均派下來給所有外撥人員，進行推廣業務。

#### 3.顧客拜訪技巧

通常外撥時，要先表明自己的身分來歷，適當提供出客戶的資料，降低客戶的防備心，提高客戶對產品的興趣；也要試著與客戶攀談，通常借用攀談中的小技巧，可以抓住客戶對產品的興趣點所在，順利成交。

#### 四、競爭廠商優勢調查

##### 1.競爭廠商定價策略

競爭廠商將定價訂定的比本公司低，讓客戶把競爭廠商所訂定的價格與本公司做比較。

##### 2.競爭廠商促銷策略

不定期推出促銷方案，吸引消費族群注意。

##### 3.競爭廠商促銷人才培育策略

由於近年來人才成本的增高，很多廠商都藉由電話行銷來賺取更多營利，就聯競爭廠商也有成立推廣部門，藉此來提高公司營業利潤。

##### 4.競爭廠商顧客服務策略

(1)增加服務中心的據點，提高客戶處理業務的便利性。

(2)成立電話客服中心，讓客戶在遇到產品上的問題時，可以隨時找電話客服處理問題。

## 第四章 實習心得與未來建議

### 第一節 實習心得

一開始在選擇實習單位我真的很猶豫，真的要選擇中華電信嗎？我的考量很多，那時因為家裡發生了點事，想說是否要直接選擇離家近的實習單位比較好照顧我家人，問過很多人的意見大家都說中華電信是大公司大品牌不如去試看看，另一個單位是以前做過類似的公司，應該要試試、嘗試不同的工作，於是就選擇了一個以前都沒試過的公司，中華電信。

進公司前就覺得只是講電話而已有什麼難的，之後才發現我的想法是錯的！每間公司每個工作都有它的難度，就看你怎麼克服它。可是我從實習近來到要實習結束，我說真的我根本就沒有克服過它。說難也不是難，說簡單也不簡單，只是推薦客戶購買你的產品，我對客戶堅持三不：1.不強推 2.不強求 3.客戶說不要就謝謝接聽有需要在請洽客服，這就是為什麼我說難的原因。因為我不喜歡強迫，可是做行銷的就是要稍微有點強迫客戶聽你說正眼看產品，所以我想這就要看人來做。

我打過一通客戶內容大約是這樣的，用戶想申辦我們的產品試用看看，可是客戶怕我是詐騙，所以有請客戶至門市洽詢，他去看完之後跟我說了哪裡不好的地方，而且一次就要綁兩年太久了，然後跟客戶周旋了二個禮拜，他終於下定決心來試用看看，辦下去過沒多久二個禮拜後客戶進線了，說可不可以退嗎？詢問客戶為什麼之後才知道，因為人聲導唱部分不多，雖然一開始有跟客戶說他也去門市看過了，但是就會發生這種無法預料的事，之後是有解決沒錯，但是對我而言來說會有些失落。

不過對我來說最大的收穫就是學到了更多東西，也了解到言語上可以使人有更多的購買欲望，也了解到原來語言也有那麼多該注意的地方。如果在選擇一次我還是會選擇實習的，畢竟這是出社會很重要的一步路。

## 第二節 未來建議

無論畢業後是否還會回到富邦工作，這樣的工作環境當中所學習到資訊是非常多的。不敢說建議但我相信公司上會一步一步的更進步，會讓更多人選擇富邦。

在大四實習有好有壞，因為怕有些同學前面的學分數不夠來不及補修，所以我是覺得大三實習會是不錯的選擇，大四的時候就可以修有被當掉的科目了。

一直以來我都認為實習是出社會最重要的一個步驟，所以希望接下來的學弟妹有機會一定要選擇實習，可能大家都有在工作，在工作上也有經驗了，但在大公司工作的人不一定多，學校安排實習就是希望我們出社會可以比人家更早一步，選擇實習後就可以去看看公司的體系以及機制。

### 第三節 我的未來計畫

這一年實習當中我學到真的很多事物，像工作上處理的方式，或是做人處事上道理，都有他一定的標準理由在。

畢業後會先從是一些彈性的工作，再一點一點累積我在工作上的經驗，雖然這樣會比其他人多花點時間，但是我想至少我的工作經驗方面會比其他人來的更多。之後會把工作這方面放在出國打工遊學上，出國打工雖然辛苦可是也是最快知道自己的能力所及，我知道以現在的我可能還沒辦法，但我相信只要再給我一點時間，我一定可以。

大家都有自己的想法，而我的想法可能比較不一樣，我不一定要進大公司，雖然大公司福利好、體系好、薪水好，但是很多事物都會被約制住，如果有能力的話我希望可以自己開店，因為我們家有廚師、烘焙師，只要好好規劃，自己當老闆就不是夢了。

## 參考文獻

1. <https://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1405101304585>
2. <https://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1507030703667>
3. <http://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E4%BE%9B%E5%BA%94%E9%93%BE%E9%A3%8E%E9%99%A9%E7%AE%A1%E7%90%86>
4. <http://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E4%BE%9B%E5%BA%94%E5%95%86%E9%80%89%E6%8B%A9>