

学校编码: 10384

分类号____密级____

学 号: 200614055

UDC_____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

“四位一体”的客户服务质量管理体系研究
——基于中国移动福建公司的案例分析

The Study on the “Four in One” of Customer Service Quality
Management System

——Case Analysis Based on China Mobile Group Fujian
Company Limited

秦瑞

指导教师姓名: 唐炎钊 教授

专业名称: 企 业 管 理

论文提交日期: 2013 年 月

论文答辩时间: 2013 年 月

学位授予日期: 2013 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2013 年

厦门大学博硕士学位论文摘要库

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

() 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，于
年 月 日解密，解密后适用上述授权。

() 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

摘要

3G 时代的到来，通信市场竞争愈加激烈，通信市场产品同质化的趋势越来越明显，竞争的焦点已经从产品的功能、价格的竞争转向产品品牌、服务的竞争，最终转为客户资源的争夺。所以，电信企业如何与客户建立和保持一种长期、良好的合作关系；如何掌握客户资源、赢得客户信任；如何分析客户需求及价值，并在此基础上制定出企业发展战略，将是企业核心竞争力的关键所在。

中国移动福建公司遵循“客户为根、服务为本”的服务理念，自 2003 年开始启动满意度测评工作，将客户服务满意度列入绩效考核的范畴，并不断研究完善客户服务质量管理体系，其客户服务满意度在国内处于领先水平。

本文以中国移动福建公司客户服务现状分析与对策研究为课题，基于服务质量差距模型、峰终理论、CRM 等基础理论，提出构建“四位一体”的服务质量管理体系，不断弥合客户感知和客户期望间的差距，从而提高客户服务满意度水平。

通过本文的实证研究，主要取得了以下几个结论：

- 1、基于服务质量驱动模型能够全面的定位与弥合客户感知和客户期望间的差距，有效提升客户感知；
- 2、对于客户的服务与关怀，需把握“关键时刻”，做好客户关键时刻服务的规范，对企业服务满意度提升至关重要；
- 3、充分利用信息技术，将 CRM 与业务等系统进行无缝对接，为客服人员提供实时、有效的数据与信息支撑，能够大大提高客服响应能力；
- 4、实现有效的企业客户服务质量管理，必须从客户感知管理、服务标准制定、服务执行保障、服务承诺管理等方面系统分析，打造全面管理体系；
- 5、结合中国移动福建公司的客户服务现状，构建了科学可行的服务质量管理体系。

关键词：中国移动 服务质量 满意度

厦门大学博硕士学位论文摘要库

Abstract

With the coming of 3G era, the competition in the Telecom market is more and more fierce. It's more and more obvious that the products in the telecom market from different companies are in same quality level. The focus of the competition is not the functions and prices any more, and it has switched to the competition of brand and good service. Finally it becomes a contest for customer sources. Therefore, the key point of the competitive core of the Telecom corporation is how to build up and maintain a good long term relationship of cooperation with customers, how to control customer sources, how to gain the belief from the customers, how to analyze the customers desire and value, and further to draft a strategy for corporation development.

China Mobile Group Fujian Company follow "customer roots, service-oriented" service concept, Since 2003 started work satisfaction survey, and the customer satisfaction becomes an important part of performance assessment on the companies. In addition, It is committed to study and improve customer service quality management system. China Mobile customer service satisfaction in the domestic leading level.

The thesis is a research on the status of Fujian Mobile Corporation customer satisfaction, taking the theory of the Service Quality Model、Peak-End Rule、CRM and so on as the guide, and building a "four in one" service quality management system to continuously shorten the gap between customer expectations and customer perception, improving customer service satisfaction level.

The main conclusions are as follows:

(1) Based on the Service Quality Model, we can fully identify and comprehend the gap between customers' perceptions and their expectations, and to improve the customer's perceptions.

(2) As for customer service and care, we need to grasp the "Moment of Truth", and establish MOT service specification, which is important to enhance the enterprise service satisfaction.

(3)The customer's responsiveness ability will be enhanced significantly if we fully take advantage of information technology and combine the CRM with their business systems.

(4)To achieve effective enterprise customer service quality management,we must establish a comprehensive management system based on customer perception management, service standards, service execution, service commitments and so on.

(5)Combining with the situation of Fujian Mobile Corporation customer service,we build a scientific and feasible service quality management system.

Key Words: China Mobile; Quality of Service; Satisfaction;

目录

1 绪论	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究意义与目的.....	1
1.3 研究的主要内容与方法.....	3
2 文献综述	7
2.1 服务质量相关理论综述.....	7
2.2 客户满意度相关理论综述.....	9
2.3 营销相关理论研究综述.....	11
2.4 服务质量与满意度的评估模型理论研究综述.....	13
2.5 服务质量与满意度提升策略理论研究综述.....	16
2.6 客户管理关系理论研究综述.....	19
2.7 当前研究存在的不足及本研究切入点.....	21
3 理论模型与研究框架	22
3.1 需求挖掘模型.....	22
3.2 服务标准模型.....	23
3.3 服务执行模型.....	24
3.4 服务承诺与传播模型.....	24
4 中国移动福建公司客户服务现状分析	26
4.1 中国移动福建公司简介.....	26
4.2 中国移动福建公司主要产品与服务.....	26
4.3 中国移动福建公司客户服务存在的问题分析.....	29
5 中国移动福建公司客户服务体系建设	32
5.1 体系建设思路.....	32
5.2 构建客户感知动态管理体系.....	32
5.3 构筑全面的服务品质标准规范管控体系.....	35
5.4 搭建跨部门协同的服务质量执行保障体系.....	42

5.5 建立服务承诺管理体系.....	43
6 研究结论、应用建议及展望	48
6.1 研究结论.....	48
6.2 企业应用建议.....	48
6.3 研究的局限性与展望.....	50
附录 1：2012 客户服务质量调查问卷	52
参考文献.....	54
致谢.....	56

厦门大学博硕士论文摘要库

CONTENTS

1 Introduction	1
1.1 Research Background	1
1.2 Research Meaning and Purpose	1
1.3 Research Content and Methods	3
2 Literature Review	7
2.1 QOS Related Theories	7
2.2 Satisfaction Theory	9
2.3 Marketing Theories	11
2.4 Theory of Satisfaction Evaluation Model	13
2.5 Satisfaction Improvement Strategy Theory	16
2.6 CRM Theory	19
2.7 Limitation of Current Research and Point of Penetration	21
3 Theoretical Model	22
3.1 Demand Mining Model	22
3.2 Service Standard Model	23
3.3 Service Execution Model	24
3.4 Service Commitment and Propagation Models	24
4 Fujian Mobile Company Customer Service Analysis	26
4.1 Company Introduction	26
4.2 Major Products and Services Introduction	26
4.3 Customer Service Problem Analysis	29
5 Fujian Mobile Company Customer Service System Construction	32
5.1 System Construction Ideas	32
5.2 Customer Perception of Dynamic Management System	32
5.3 Customer Service Standards System	35
5.4 QOS Implementation of The Safeguards System	42
5.5 Service Commitment Management System	43
6 Conclusions and Prospects	48
6.1 Conclusions	48
6.2 Application Recommendations	48

6.3 Research Limitations and Prospects	50
Appendix	52
References	54
Acknowledgements	56

厦门大学博硕士论文摘要库

1 绪论

1.1 研究背景

3G 时代的到来，国内电信产业格局发生了巨大的变化。2008 年 5 月 23 日，现有 6 大基础电信营运商合并为 3 大集团，即：中国联通将与中国网通合并，中国卫通基础电信业务并入中国电信，中国铁通并入中国移动，鼓励中国电信收购联通 CDMA 网。至此，国内电信运营企业开始了业务线的全面竞争。

从宏观来看，整个社会经济的发展已经进入了以“客户”竞争为主线的新经济时代。在这个时代，产品同质化的趋势越来越明显，竞争的焦点也已经从产品的功能、价格的竞争转向产品品牌、服务的竞争，最终转为客户资源的争夺。所以，企业如何与客户建立和保持一种长期、良好的合作关系；如何掌握客户资源、赢得客户信任；如何分析客户需求及价值，并在此基础上制定出企业发展战略，不断提高客户满意度，将是企业核心竞争力的关键所在。客户是企业生存和发展的基础，企业的利润来源并不只是吸引顾客，更重要的是维系客户、保持客户，而达到这一目的的关键是要让客户满意。

1.2 研究意义与目的

(1) 适应国家通信行业重组的需要

2008 年，为深化电信体制改革，电信资源配置进一步优化，竞争架构得到完善，电信业持续健康发展，实现全业务经营，形成适度、健康的市场竞争格局，电信业进行了重组。对于中国移动来说，原有的体系力量结构、服务对象、服务内容、服务标准等都发生了前所未有的变化。服务管理作为中国移动力量结构的重要组成部分，为了适应竞争发生的新变化，原有的服务管理体系必须随之更新，否则，一个旧的服务体系势必难以适应新的形势发展的需要。也可以说，中国移动能否建立起一个新型的服务管理体系，也事关国家通信行业重组战略决策的落实。^[1]

(2) 适应电信企业发展的需要

服务管理贯穿于企业运营的各个层面，是企业运营的核心。它涉及到营销、

管控、支撑等各个层面，可谓是“牵一发而动全身”。做好服务工作不单单是服务部门的事情，而是企业良好的整体运营能力的体现。能够将服务管理工作始终如一地做好，不仅仅需要前台提升服务质量，更重要的是后台的支撑要跟上。运营商单靠一些零敲碎打的计划是无法从根源上解决服务问题的，更不可能凭此获得竞争优势。现代企业的发展实践表明，一个企业的服务管理体系是否完善、有力，直接影响甚至决定着一个企业的命运。服务管理工作做好了，企业的运营必然有序，发展充满活力；而服务管理不到位的企业，总难免要出这样那样的问题或纰漏，轻则影响企业的效益，重则造成企业的倒闭，这样的事例屡见不鲜。

（3）应对激烈的市场竞争的需要

当前基础电信市场同质化竞争严重，由于客户选择的机会大大增加，迫使各电信运营商围绕着客户的争夺愈演愈烈，使得电信运营商们面临着前所未有的竞争压力。对客户的争夺，已经成为当前各电信运营商竞争的焦点。在这种背景下，为了谋求长远发展，运营商就不能不越来越关注服务水平的提升，将服务管理作为企业核心竞争力的关键要素。企业要在日益竞争激烈的市场上站稳脚跟，立于不败之地，既要注重新技术的研发，新市场的开拓，新产品的推广，同时又要做好服务管理，并且这种服务管理是能够覆盖企业各个层次、各个领域、各个环节的体系性管理，而不是单一、片面、分散、游兵散勇、各自为政的服务管理。

（4）适应客户需求的需要

目前，电信企业进入了围绕消费者体验的后营销时代，客户服务质量对消费者体验结果有很大的影响作用，服务作为企业价值链上最靠近消费者的一环，对提高客户的满意度、培养客户的忠诚度至关重要。通过服务环节，可以让公司的产品或服务增值，消费者实现的价值最大化。中国移动完全可以提升企业的服务水平，形成企业的核心竞争力。从中国移动内部看，现有作业组织、服务流程、管理职能与客户对服务的要求不相适应，纵向全网协同不足，横向渠道协同不足，前后端协同不足。这些问题都迫切需要企业要从管理角度，以客户为中心、以企业的整个运营流程为主线，构建一个“始于客户需求，终于客户满意”的全业务服务管理体系。通过加强服务管理，通过改进服务质量，提高客户的满意度及忠诚度。

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库