

系統可靠度實驗室 System Reliability Lab. http://campusweb.yuntech.edu.tw/~gre/index.htm

Improving the Odds: Combining Six Sigma and Online Market Research for Better Customer Service

作者:David H. Rylander, Tina Provost

From: Sam Advanced Management Journal

指導教授:童超塵教授

報告者:卓益如

前言

- 顧客購買產品,其滿意度主要來自顧客服務, 若產品故障,好的顧客售後服務還是能夠留住 客人。
- 此篇論文敘述科技能夠結合品質管理和顧客服務。主要介紹創新的線上市場調查並且以六標準差進行方法改善。

The Game Plan: Six Sigma

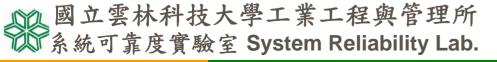
■ GE(奇異公司)是六標準差長期的擁護者,他們如此描述6σ:「6σ並非口號,它幫助我們開發及實現零缺點的產品和服務。」

六標準差著重在消除浪費、錯誤和重工,標準差是在某流程中,變異程度的度量值。現今評估各項成效均採標準差用以衡量各數值間分布狀況,掌握變異情形。

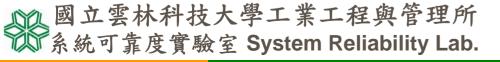


The key concept of six sigma

- Critical to quality (關鍵品質要素)
- Defect (瑕疵)
- Process capability (製程能力)
- Variation (變異)
- Stable operation (穩定運作)
- Design for Six Sigma (6 σ 設計)



- ■以往市場調查用的box-score評分法,只是設計幾個問題讓顧客勾選『滿意』、『普通』和『不滿意』的問卷(尺度分類),問卷上不過是無意義的分數;這樣是無法了解顧客需求以及需要改善的問題。
- 因此我們必須藉由統計方法得到較精確的數值, 六標準差就是一個可預測、可重複並且能得到正確資料的流程改善方式。



六標準差的基本準則:五大行動步驟

- 界定(Define): 界定問題,找出關鍵品質要素 (CTQ)。
- 衡量(Measure):蒐集資料後衡量流程,過濾 資料的正確性再將資料量化。
- 分析(Analyze):從優先順序中找出最顯著因素成為首要目標。
- 改善(Improve):歸納最佳方案進行改善
- 控制(Control):全程控制並維持改善後的成果



Counting the card: Online Research

■ 因為網路已成為找尋資訊最方便的工具,由於它涉及的範圍幾乎沒有限制且相當快速,若是將它發展成顧客能夠表示意見的平台,那麼公司能夠很快速得到意見並加以改善;因此,資訊流將會變成『拉的系統』。

■ STARS (Survey Tabulation and Research System)開發一個新平台: MMIS ∑™ (marketing management &information system sigma),它是一個高度客製化的系統;並且依循六標準差的原則,可以讓顧客的滿意度以平均數和標準差的方式表現。

Case: Peterbilt

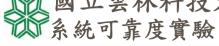
■ 2002年,Peterbilt Motor Company (1938年成立,為美國最大卡車製造商)的總經理提出,要以科技交流取代以往的文件來往,他也明白指出良好的顧客服務才是公司改革最重要的主軸。於是STARS公司為Peterbilt設計了一套決策支援系統(DSS),使得代理商也能跨國界得到資訊。

- Peterbilt公司是由電話蒐集客戶滿意度,並在 24小時之內輸入在reporting tool。因此,公司 鼓勵客戶利用網路反應意見,然後再利用URL (全球資訊定位)回饋詳細的客戶需求;藉著讓 客戶多使用網路資源也能節省電話費成本。
- 然而,客戶偏好不盡然相同,MMIS∑™可以 指出滿意度低的項目,那麼管理者能立即給予 完善的售後服務;總之,顧客會希望他們的聲 音被聽見,感受被了解。



The lesson learned

- 確保執行者與顧客共同參與
- 建立明確的流程讓顧客得到適當的資訊
- 別忽視數位差距(Digital Divide)
- 與聲譽好的廠商合作



Conclusion

■ 六標準差結合了人員能力(people power)與 流程能力(process power),最終將使顧客 滿意度和企業利潤提升;其精神與價值在於 「服務為了讓顧客滿意,因此我們得到利 潤。」