

## 摘要

台灣近年來整體經濟水平大幅提升，連帶消費者對於自有車輛需求大增，在各大汽車品牌推出各種具有高競爭性商品下，如何使消費者在選擇變多之下，讓品牌與商品更具有競爭力，除了提升商品競爭力之外也積極提升售前與售後之服務流程品質，希望透過高品質之售後服務來提升顧客滿意度及品牌忠誠度。

本研究針對個案公司所提供之保修服務接待流程，運用失效模式與效應分析針對個案公司服務流程中之 12 項服務接待流程分站提出潛在失效模式及風險等級評估，再針對風險優先指數最高之前 20% 高風險項目進行對策對應來降低失效模式之風險優先指數為主要目標。

經研究結果顯示運用 FMEA 於服務全流程進行分析探討後，列舉須優先改善之 7 項高風險項目，透過小組進行分析與討論並提出對策措施後，最終評估能有效將風險優先指數由原 140 至 175 降至 48 至 72 可接受之風險範圍內，代表運用 FMEA 能有效將服務流程中的潛在失效模式之風險優先數降低，透過對策方案之執行可大幅降低各項失效所帶來的風險，確保能夠穩定且持續提供良好之服務流程，有效為公司降低執行服務流程可能產生的失效風險外，更能有效提升顧客滿意度以及鞏固顧客忠誠度。

關鍵詞: 失效模式與效應分析(FMEA)、服務接待流程、車輛保修服務品質。