

17771_金書講堂-閱讀 X 管理新思維 剛剛好的款待：米其林服務心法x數位場景行銷x沉浸式體驗，在線上線下持續創造價值的服務一點訣

課程摘要

本摘要由 Gemini AI 協助生成，僅供參考

1. 適合對象與能力門檻

- 適合族群：
 - 服務業第一線從業人員：適合想提升溝通技巧、化解客訴與奧客危機，並從日常服務工作中獲得成就感與尊榮感的基層同仁。
 - 餐飲/零售/服務業企業主與店經理：適合正面臨缺工挑戰、流動率高、食安與政策危機，或想透過 OMO（線上整合線下）經營與激勵制度打造品牌競爭力的管理者。
 - 公部門及泛服務業管理者：適合希望打破傳統框架，導入商業服務思維以提升民眾滿意度的公家機關或組織單位。
- 能力門檻：入門（無需任何管理或財務背景，講師以第一線實務採訪故事、白話觀念進行剖析）。

2. 課程核心大綱與架構圖

- 章節架構：
 - 章節一：第一線危機處理與奧客應對 — 破解 Google 亂點評、面對奧客與不合理要求的應對底線，以及公部門（如台鐵站長、戶政事務所）的高品質服務實踐。
 - 章節二：服務業生存指南與食安/政策危機應變 — 剖析餐飲業大缺工、食安風暴下的經營困境，並借鏡美國 Chipotle 等案例談「正值食物」與價值的建立。
 - 章節三：實體體驗再造與新型態服務模式 — 解析日本「文喫」等付費入場、專人選書的體驗型書店，探討如何賣「奢侈的時光」與提出生活風格。
 - 章節四：員工激勵與向心力塑造 — 探討降低流動率的方法，以 TGI Fridays 的「Pink 勳章文化」為例，說明如何具象化表彰同

仁、建立榮耀感。

- **章節五：OMO 跨管道款待與品牌價值** — 說明 Online Merge Offline（線上整合線下）如何延伸至服務業，透過包裝、隔空關懷（如海底撈隔離小火鍋）打造雙重口碑與一致的品牌風格。

3. 必備前置知識清單

- **服務業基本運作概念**：具備基本的客戶服務或門市營運經驗更佳，但非必要。
- **同理心與觀察力**：願意站在顧客與第一線同仁的角度思考危機處置與體驗設計。

4. 專有名詞與概念辭典

- **剛剛好的款待（vs. 傳統服務）**：傳統服務是單向、黑白且照 SOP 執行的；「款待」則是雙向、彩色的，透過傾聽與同理心創造超越期待的雙向感動。
- **OMO（Online Merge Offline，線上整合線下）**：將線上與線下的服務管道深度融合，無論顧客透過外送、線上社群或實體到店，都能感受一致的品牌風格與無縫的服務體驗。
- **Pink 勳章文化**：源自 TGI Fridays 的激勵制度，將員工的優良表現（無論前場服務或後場洗碗）以勳章具象化表彰，建立內部讚賞與榮耀感的文化。
- **正值食物（Real Food）**：強調選用地、有機、無添加且良心生產的食材，即使單價較高，也能透過真材實料與價值獲得顧客認同（以 Chipotle 為代表）。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：顧客服務管理師 / 門市營運主管 / 品牌體驗企劃
- **主要工作任務/能力指標**：
 - **危機處理與談判能力**：能平穩處置不理性客訴與網路負評，在保障團隊權益的底線下靈活談判，並應對食安或外部政策衝擊。
 - **團隊激勵與制度設計能力**：能建立具象化的榮譽與獎勵機制（如

勳章制度)，提升員工向心力並降低流失率。

- **體驗設計與 OMO 整合能力**：能重新定義服務場域（如體驗型空間設計），並跨線上與線下渠道打造一致的品牌款待體驗。