

# 書香點滴

## 創造令人感動的 服務品質

文／醫療品質部 管理師 劉淳儀

醫院要創造更令人感動的醫療服務品質，需要大家一起努力。我摘錄了10本有關服務品質書籍的重點，在此與您分享，其中許多雖是從企業經營為出發點，但對醫療服務來說，也極具參考價值。

### ◆發揮小創意，舞動大溫馨

案例1：某家旅館主動提供「寵物金魚」給顧客。當顧客第一次到飯店，櫃檯人員說：「我們飯店非常歡迎寵物，如果您沒有寵物，我們可以提供金魚給您，牠能陪伴您，也不會跟您頂嘴，您唯一的責任就是幫牠取個名字。」當顧客再度光臨，櫃檯人員說：「您是否要我們把「瑪蒂達」（這位顧客上次幫寵物金魚取的名字）送回您的房間？」

案例2：在辛辛那提的萬豪西北酒店，當顧客說「謝謝」，員工的回答是「很高興為您服務」，而非一般的「不客氣」。

案例3：在芝加哥聖十字醫院，護士要拉上病床的簾子時會說：「我把簾子拉起來，維護您的隱私」。

案例4：在芝加哥聖十字醫院，清潔人員整理好病房後，總是順便詢問病人：「還有什麼我能做的？現在我有一些時間可以幫您。」從此，護理站的非醫療召喚降低了40%，病人也開始稱讚清潔人員是多麼地體貼和樂於助人。

◆重視自己的工作，不妄自菲薄

案例

三個石匠在鑿石頭，路人問他們在做什麼，得到三種不同的回答。

A石匠：能做什麼？我在鑿石塊啊！

B石匠：我在做石磚，做成尺寸大小一致的石磚好砌牆。

C石匠（很驕傲地說）：這附近要蓋一座大教堂呢！我們正在做準備工作，將來您會看到一座美麗的教堂！

啓示

切勿小看自己的工作，要看到「遠大的目標」。

◆白手套哲學，改造環境利人利己

案例

戴著白手套開車、並時時保持車內乾淨、舒適的計程車司機。

A、白手套代表尊重顧客及專業，可讓顧客安心。

B、看到白手套在方向盤上，也是一種安全警示，提醒自己的工作與生命攸關，避免打瞌睡。

C、當想要發脾氣時，看到白手套就想到工作榮譽，如同做情緒管理。

D、白手套需要搭配乾淨的白襯衫及全身穿戴整齊，順便做形象管理。

啓示

- 我們可以創造（或改造）自己喜歡的工作環境，讓自己開心，也讓別人開心；自己不開心，是無法耐心服務的。
- 先愛自己再愛別人，不愛自己的人，沒有能力愛別人。
- 隨時提醒自己要敬業、專業、熱愛工作、用心負責。



◆解決顧客的困難，而非找出顧客的瘡疤

案例

冰箱因顧客使用不當而損壞，第一次去維修的人員直接指責顧客，讓顧客面子掛不住而遭到申訴，後來只好由經理帶另一位維修人員將冰箱修理好，並送上水果禮盒致歉。

啓示

或許你不服氣，明明是顧客錯了，為何我們要忍受？沒有為什麼，唯一的理由是「因為他是花錢購買我們產品或服務的顧客」。當你站上服務的崗位，顧客永遠是對的。即使明知顧客的缺失，還是得三緘其口，以維護顧客的自尊。你的責任是「專注於解決顧客的困難」，而不是「找出顧客的瘡疤」。教訓顧客者，必得到教訓；服務顧客者，必得到利潤。

◆想要負面宣傳嗎？那就得罪顧客吧！

案例

計程車司機提前抵達，反而責罵顧客為何不早一點下來？當顧客提醒他服務態度不好，他卻叫顧客不妨打電話申訴。

啓示

- 常常抱怨的工作人員一生氣就會遷怒顧客，其實他是在生自己的氣，氣自己為什麼會這麼辛苦、氣自己要「服侍」別人、氣自己的「卑微」職業、氣自己運氣不好。他很不愛「自己」，一個不愛自己的人，沒有能力去愛別人，也不會愛自己的工作。
- 得罪顧客無法估計的無形損失，包括顧客重複傳誦「故事」所造成的形象損失。一件不良的抱怨處理事例，保守估計可能會傳達給210人次。顧客在盛怒之下都變成了大嘴巴。
- 不良服務的影響深遠，平均需要12次非常好的服務才能彌補1次缺失。顧客對於負面經驗的印象遠超過正面接觸，為彌補錯誤所付出的代價更是難以評估。
- 「不抱怨」的顧客不等於「滿意」的顧客。27位不滿意的顧客中，有26位不會來抱怨，所以任何顧客滿意度調查的抱怨數據應該乘以27倍，才是正確的數字。

### ◆顧客一席受難史，抵消鉅額廣告費

- 一家企業，可以教育出體貼顧客、超越期待的員工，卻也同時養著一批害群之馬。
- 千百萬的廣告費敵不過一席顧客慷慨激昂的受難史。「反廣告」的破壞力很可怕，因為影響無法估計。
- 顧客不會原諒企業組織內任何一位員工的重大缺失，他們會向企業討回公道。
- 讓你的顧客「感動」，他會「感覺」虧欠你。



### ◆建立雞婆文化，追著顧客跑

- 當員工看到高階主管為顧客付出，也會興起效法的念頭。但是，感動顧客之前，需先感動員工，否則一切感動，都不可能推動。
- 有「雞婆老闆」，就會有一群「好管閒事」的「雞婆員工」，並養成「雞婆文化」，拼命追著顧客跑，甚至跑在顧客前面，以減其憂勞。
- 員工隨時有頭也不回走出公司大門的權利，企業必須為員工增加價值，以換取他們留任，並繼續為公司增加價值。價值，不僅是金錢的鼓勵，也是學習的機會、生涯的發展、潛能的開發。

### ◆打造個人品牌，多替對方思考

- **合宜的外表**：無關俊醜肥瘦，而是外表是否宜人，是否合乎職場形象？
- **表達能力**：無關口才優劣，而是能否充分表達，讓別人可以瞭解你的意思？
- **禮儀應對**：語言與肢體動作是否有禮貌、令人喜歡？
- **專業能力**：無關學歷有多高，而是在工作上「具有價值」的專業能力。
- **熱情**：無關是否會與人哈啦，而是對工作執著、努力不懈，抱持積極正向的態度。
- **解決問題的能力**：找出問題的原因，努力解決它，而不是把困難擺一邊、擺到爛，或推給別人。
- **溝通協調**：無關甜言蜜語，口若懸河，而是能注意到人際關係的處理與團隊的協調，進而完成任務。
- **情緒管理**：無關脾氣好壞，而是面對挫折或挑戰能冷靜處理，不讓情緒影響判斷或表現。
- **魅力**：無關是否會講很多笑話，而是別人跟你相處時是否如沐春風，覺得很舒服、很有趣。
- **穿別人的鞋子**：站在對方的立場來思考，有同理心、體貼他人，不過分自我。

### ◆說話簡單有力，少用負面語言

- 多用正面語言，少用負面語言。避免使用：不行、不會、不可能、沒有、不確定、或許、可能、大概吧。
- 言語簡單有力：先說明事情的大綱，再解釋原因。
- 說明事情要有條有理，可利用「5W1H」的敘述方法：What（發生了什麼事）、Who（是誰）、When（何時發生）、Where（在何處發生）、Why（為什麼會發生）、How（事情如何處理）。

### ◆服務是母性，也是父性

- 擁有愛每一位顧客，但不求回報的奉獻精神，便可提供更有深度的服務。我們所遇見的人，都是跟你有緣分的。以愛來擁抱顧客，守護他遠離危險。
- 母性是「愛人的心」，父性是「對技術的嚴格認知」，也就是服務技巧。
- 爲了讓顧客得到好的服務，偶爾也要對後輩嚴加指導，像嚴父一樣，將技巧徹底灌輸到後輩身上。

### ◆你是病人？還是我是病人？

- 將心比心、將自己比諸顧客，將顧客的事視同自己的事，將顧客的痛視同自己的痛。
- 不會傾聽病人說話的醫師比較容易挨告！好的醫師會花時間告訴病人治療的過程、詢問病人的意見並確定他們是否了解。到底醫師需要多少時間來成功表達同理心？只要3分鐘！

- 醫師常說：「你是醫師，還是我是醫師？」病人也有權利說：「你是病人，還是我是病人？」

### ◆服務的二多、二不、七點訣

- 二多：多捨少取、多聽少訓。
- 二不：不做比較、不予計較。
- 七點訣：眼睛利一點、鼻子敏一點、嘴巴甜一點、耳朵靈一點、心地好一點、脾氣小一點、動作快一點。
- 服務、做事、做人，一通百通！

人一生的價值不是賺了多少錢，而是幫助了多少人。讓我們根據「三從」原則：從我開始、從現在開始、從小事開始，提供很好的服務給病人，讓病人心靈上得到更多的安適。☺

### 參考書目

1. 攻心服務（洪秀鑾著，平安文化公司）
2. 卓越服務（洪秀鑾著，平安文化公司）
3. 讓顧客感動的服務（馬淵哲、南條惠著，張麗瓊譯，遠流公司）
4. 你就是品牌一用服務打造你的品牌（陳文敏著，天下遠見出版公司）
5. 危機服務（洪秀鑾著，平安文化公司）
6. 魔術師給服務業的26個啟發（Ron Zemke & Chip Bell著，郭婷瑋譯，臉譜公司）
7. 不平凡的服務（George T.K. Quek 著，黃詩芬譯，雅書堂文化事業公司）
8. 我在漢堡店臥底的日子（傑瑞·紐曼著，但漢敏譯，商智文化）
9. 迪士尼用服務感動客人（迪士尼學院著，莊口雲譯，智富公司）
10. CEO成功學2—這樣服務就對了（窪山哲雄著，李曉雯譯，城邦文化事業公司）