

行動電話號碼可攜服務開放後顧客轉換電信業者之關鍵因素研究-以台中地區為例

李堯賢, 孔秀琴, 徐正忠

財務管理學系

管理學院

hsien@chu.edu.tw

摘要

中華電信在我國電信市場中，長久以來都具有獨佔地位，但隨著國內電信政策的開放，電信市場已邁入一個服務競爭激烈的新紀元，而顧客在新的競爭服務環境中轉換其原有的服務業者，造成後者在經營上的客戶流失與利潤損失，已成為業者急需尋求對策的經營課題。本研究的主要研究目的即在探討行動電話號碼可攜服務開放後影響顧客轉換電信業者之關鍵因素。

本文以品質成本的概念，運用45。線重要-表現程度分析法(I.P.A)並結合藍海策略之行動架構分析(ERRC)，並將消除(Eliminate)修正為維持(Keep)以(KRRC)的行動架構進行分析，探討行動轉換電信業者之關鍵因素重視程度與滿意程度間之關係。本研究獲得以下兩大執行策略：(一)以成本節約的策略提升電信業者競爭力而言，可分為

(1)維持因素策略，電信業者可以將消費者重視程度與滿意程度皆偏低的因素予以維持在目前的服務方式，以降低業者的成本，而應維持的因素包括轉換業者的時間，手機故障的修復速度，能迅速完成顧客的需求，能正確完成顧客的需求，具有良好的專業知識及能力，這些行動要素主要是消費者對電信業者所提供服務品質與產品品質的重視程度及滿意程度皆呈現較低的水準，對於電信業者而言應該加以採取維持現有服務方式策略，或思考轉為外包或網路服務以節省成本。(2)減少行動因素策略，最主要是針對消費者的重視程度滿意程度低，但實際滿意度卻很高的要素，電信業者可以減少服務方式的要素包括服裝儀容整潔美觀，會主動洽詢顧客需求，對申請業務內容會清楚的說明，具有良好的禮貌及親切的態度，電話禮貌很周到，會主動告知其他優惠訊息，這些行動要素大部份為業者附加的服務項目，對於消費者而言這些要素並不會影響其選擇更換電信業者，所以，對於電信業者而言應該加以修正，即可以削減不必要的因素，或是提升消費者的重視程度，公司可以藉由消滅或提升的動作，來達到差異化與降低成本的目標。(二)以差異化的策略提升電信業者的競爭力，可分為

(1)提升行動因素策略，主要是以消費者對業者所提供的服務品質與產品品質重視程度高，且滿意程度也高的部份，電信業者可以加以提升的因素包括尖峰時間接通率，通話中斷率，觀光高山地區的接通率，業者轉換費用的補償措施，業者電信費率，業者所提供的通聯，這些行動因素表示消費者對業者所提供的產品品質與服務品質已有相當程度的認同，電信業者應該大膽地執行，並且強調這些要素，可以大幅度地達到差異化的目的。(2)創造行動因素策略，業者可以創造的行動因素策略主要是以

消費者對業者所提供的服務品質與產品品質重視程度高，但滿意程度卻較低的部份，其主要的因素包括公共建築物的接通率，偏遠地區的接通率，電信費率的公開透明化，業者對客戶通聯資料的保密性記錄，業者對客戶通聯資料的保密性，用戶的申訴案件，會立刻處理顧客的抱怨圓滿解決，這些因素既然是消費者非常重視的部份，對於電信業者而言應該繼續努力，或是創造新的服務內涵，以提升產品的差異化，進而增加業者的競爭力。

關鍵字：行動電話、電話號碼可攜服務、服務品質、顧客轉換