

99年台糖公司新進人員評價六等人員甄選（企業管理）「服務行銷管理」試題

一、請解釋下列名詞：

- (一)信任屬性 (credence attributes)。
- (二)情緒勞務 (emotional labor)。
- (三)關鍵時刻 (moment of truth)。
- (四)服務場景 (servicescape)。
- (五)收益管理 (yield management)。

二、相對於實體產品，服務具有無形性 (intangibility)、不可分割性 (inseparability)、易變性 (variability)、易逝性 (perishability) 等四大特性。

請以渡假旅館為例，回答下列問題：

- (一)「易逝性」對渡假旅館而言，會衍生那些現象或行銷問題？
- (二)渡假旅館的行銷人員或管理階層可以用那些方式來解決「易逝性」所帶來的問題？請任舉出三種方式。

三、許多學者專家指出，企業應設法拉近並拉緊與目標市場的關係，也就是強化與顧客之間的關係聯結 (relationship bonds)。請問除了結構化聯結 (structural bonds) 之外，其他三種聯結的名稱和定義分別是什麼？針對這三種聯結，請各舉一例說明各聯結的具體作法。請問三種聯結當中，那一種最容易被競爭者所模仿？

四、越來越多的企業採用「自助服務科技」 (self-service technologies)，也就是讓消費者利用機器設備或網路來取得服務，有別於傳統以與服務人員互動的方式來進行交易或服務。

- (一)請舉出兩個常見的自助服務科技的例子。
- (二)自助服務科技對於業者和顧客分別可帶來那些好處或利益？