



基于服务蓝图技术的汽车露营服务质量提升策略 ——以上海海湾房车露营地为例

张程锋

摘要: 服务质量管理是组织运营管理的永恒课题,提升汽车露营地服务质量是完善汽车露营地运营管理的重要内容,也是推进汽车露营产业高质量发展的重要举措。现有的关于汽车露营服务质量的研究对具体指导优化服务质量实践工作缺乏可操作性。服务蓝图技术通过分析服务接触点能够精准识别改进服务质量的关键点,为优化服务质量提供可操作性方案。以上海海湾房车露营地为个案,试图通过构建服务蓝图,为个案提供可操作的服务质量行动指南。研究显示,构建汽车露营地服务蓝图对具体改进汽车露营地服务质量工作具有重要的指导意义。

关键词: 汽车露营地;汽车自驾运动营地;服务质量;服务蓝图技术

中图分类号:G80-05 文献标志码:A 文章编号:1006-1207(2021)04-0099-06
DOI: 10.12064/ssr.20210415

Automobile Camping Service Quality Improvement Strategy with Service Blueprint Technology: A Case Study of the Shanghai Bay RV Campsite

ZHANG Chengfeng

(Sport Institute of Economics and Management, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai 201620, China)

Abstract: Service quality management is an ever-lasting topic of organization operation management. Improving the service quality of automobile campsites is an important content to perfect the operation and management of automobile campsites, as well as an important measure to promote the high-quality development of the automobile camping industry. The existing research on the quality of automobile camping services lacks operability to specifically guide the practice of optimizing service quality. The service blueprint technology can accurately identify the key points to improve service quality by analyzing service touch points, and provide operable solutions for optimizing service quality. This paper attempts to provide a service quality action guide for the Shanghai Bay RV Campsite by constructing a service blueprint. It shows that building a blueprint for automobile campsite services has important guiding significance for actually improving the service quality of automobile campsites.

Key Words: automobile campsite; automobile self-driving camp; service quality; service blueprint technology

截至2019年底,我国汽车保有量达到2.6亿辆,与2018年底相比较,增长了8.83%。其中私家车保有量达2.07亿辆,近五年年均增长1966万辆^[1]。随着我国私家车保有量的持续增长,居民生活质量的不断提高,自驾游和汽车露营日渐成为国民休闲的重要方式。据中国旅游车船协会统计,2018年中国自驾游人数达到35亿人次,已建成自驾车旅居车

营地540个,在建388个^[2]。汽车露营地旅客平均停留时间2.97天,人均消费1062元。汽车露营市场的持续火热,直接刺激了汽车露营地的快速建设与发展。但总体上我国汽车露营地建设仍处于初级发展阶段,在运营管理方面还存在诸多问题,其中营地服务质量是影响汽车露营地长效发展的重要因素之一。为推进我国汽车露营产业可持续健康发展,研究

收稿日期:2020-09-19

基金项目:上海工程技术大学2021年度校级教学建设项目(c202123001)。

作者简介:张程锋,男,博士,讲师。主要研究方向:体育管理。E-mail:931214100@qq.com。

作者单位:上海工程技术大学 体育经济管理研究中心,上海 201620。



汽车露营地服务质量具有重要意义。

现有汽车露营服务质量的研究较少, 并且已有露营服务质量和汽车露营服务质量优化的研究, 基本沿袭或修订经典 SERVQUAL 服务质量评价量表, 测量消费者对服务质量的感知程度, 以此提出服务质量的改进方案^[3-4]。温美龄^[3]以 SERVQUAL 量表为基础, 使用有形性、可靠性、移情性、环境性、娱乐性和安全性测量了东平森林公园露营地的服务质量。张秀^[4]对青岛蓝凤凰汽车露营地的服务质量测评同样基于 SERVQUAL 量表, 从有形性、体验性、响应性、保证性、可靠性、移情性 6 个维度测量游客服务质量感知。此类服务质量评价范式的优点是将服务质量评价内容进行具体化和量化, 但研究结果对改进服务质量工作的操作性不强, 对管理人员和一线员工的实践工作指导性较弱。服务蓝图技术(service blueprint)有别于现有主流的服务质量定量评价方法, 能够将服务流程可视化并描绘出顾客和员工的服务接触点, 通过分析服务接触点特征, 达到改进服务质量的目的是。本文借助服务蓝图技术, 对汽车露营地服务质量进行研究, 以上海海湾房车露营地为个案构建营地服务蓝图, 通过识别服务接触点和考察关键点, 提出优化营地服务质量的具体方案。

1 服务蓝图技术与汽车露营服务质量改进

1.1 服务蓝图简介

服务蓝图是服务设计与服务管理的重要工具, 现广泛应用于医疗、餐饮、旅游、金融、零售等服务领域, 最早由美国花旗银行时任副行长 Shostack 发明。Shostack^[5]在 1982 年发表的《如何设计一项服务》一文中提出, 将服务流程化并建立类似于建筑设计领域的施工蓝图, 可以有效帮助企业提高服务效率、节省服务时间和高质量完成服务过程, 达到改善顾客省时体验的目的。服务蓝图通过可视化图形详细描述了服务系统, 揭示服务运营管理的基本流程, 具体包括服务生产的过程、接待顾客的空间点、员工的角色和有形展示。

经过长期发展与演化, 通过使用服务蓝图提升顾客体验的目的从最初改善顾客省时体验, 逐渐发展到改进顾客感官体验、情感体验以及多元综合体验^[6]。伴随线上服务渠道的出现以及线上、线下服务渠道的并存与融合, 服务蓝图结构由最早的 1 条可视线分割可视、非可视 2 部分内容演进到如今基本稳定的 3 条线分割的 5 部分内容。3 条分割线具体为外部互动分界线、可视分界线与内部互动分界线,

5 部分内容包括有形展示(证据)、顾客行为、前台员工行为、后台员工行为、支持系统(图 1)。

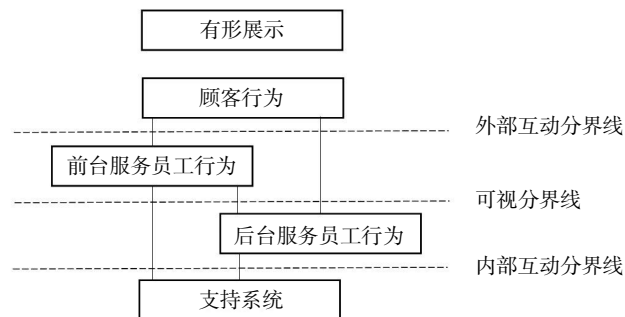


图 1 服务蓝图的基本构成

Figure 1 Basic Composition of the Service Blueprint

(1)有形展示描述的是顾客在接受服务过程中直接接触到的内容;(2)顾客行为描述的是顾客从售前到售后的整个行为参与过程;(3)前台服务行为描述的是顾客能够直接接触的员工在为顾客提供服务中的行为流程;(4)后台服务行为描述的是为支持前台员工能够顺利和更好满足顾客需求, 在顾客看不到的后方发生的行为过程;(5)支持系统描述的是支持前台或后台服务顺利完成所需要的配套服务。服务蓝图基于顾客角度, 为企业、服务提供者描述了一个全面、系统的服务流程, 使得企业能够更为精准、更有目的地安排服务内容和服务过程, 从而达到提升顾客消费体验的目的^[7]。

识别服务接触点与关键点是分析服务蓝图和优化服务流程的重点, 服务接触点的范围包括顾客与员工、顾客与顾客、顾客与物体之间的接触。

1.2 服务蓝图技术改进汽车露营服务质量的可行性

服务蓝图技术的应用思想主要是基于服务接触点改进服务质量, 识别服务接触点不仅可以获得服务质量评价, 而且还可以在服务传递中找到影响服务质量的关键服务接触点, 通过改进服务接触点从而提升整体服务质量^[8]。识别和改进服务接触点赋予了服务蓝图技术在应用层面的超强操作性, 为制定具体、针对性的服务质量提升行动方案提供了可能。服务蓝图技术现广泛应用于服务领域中的服务质量改进工作, 在传统服务行业和网上零售服务行业都有着较好的应用反馈^[9-10]。汽车露营地核心产品是向游客提供休闲、游憩、餐饮、住宿的综合性服务, 具有完全的服务属性。游客从预定阶段到体验环节均是通过服务传递完成服务消费, 构建服务蓝图能够精准还原游客汽车露营的真实情景, 挖掘服务接



触点,从而找到改进服务质量的机会。就应用情境层面而言,借助服务蓝图技术改进汽车露营服务质量有着较强的适用性。

2 上海海湾房车露营地服务蓝图构建

2.1 个案基本情况

上海海湾房车露营地坐落于上海市奉贤区海湾镇国家4A级森林公园海湾国家森林公园内。露营地提供房车、木屋、帐篷等住宿设施,其中31个独立院落配置了31辆高级别房车,拥有6座多功能现代化IBOX木屋。营地内设备较为齐全,提供中西式餐饮和自助烧烤,并开发了多种休闲娱乐项目,如皮划艇、骑马、射击场、真人CS(Cosplay of Counter Strike)、卡丁车、儿童乐园、篝火晚会等。在第六届中国汽车(房车)露营大会上,上海海湾房车露营地获得了“全国四星级房车营地”的荣誉称号。

为完善露营地的运营管理,提升露营地的服务质量,本文借助服务蓝图技术详细呈现顾客在露营地的服务体验流程,精准识别顾客的服务接触点,并对服务接触点进行深层次剖析,以期找到改进服务质量、提升顾客服务体验的机会点和优化策略。

2.2 服务蓝图绘制步骤

从现有文献来看,构建服务蓝图的步骤尚未形成定论,不同的学者提出了不同的观点。泽丝曼尔^[6]最早详述了创建服务蓝图的8个步骤,王国顺等^[10]使用了7个步骤,构建网络零售企业的服务蓝图,也有研究者^[11-12]提出绘制服务蓝图主要包括5个基本步骤。尽管相关研究构建服务蓝图的步骤不尽相同,但主要环节大致一样,包括:第一步识别制定蓝图的服务过程,第二步分析顾客的内在需求,第三步基于顾客需求描绘顾客对服务的经历,第四步描述前后台行为与支持系统,第五步连接顾客行为、服务人员行为与支持系统,第六步添加有形展示,第七步修正和完善服务蓝图。

2.3 上海海湾房车露营地服务蓝图的基本结构

通过对上海海湾房车露营地负责人的访谈和线上咨询,了解到通常房车露营地的营业时间为每日下午14:00,离营时间为次日中午12:00。但对于顾客来讲,当日下午14:00至次日中午12:00仅为在汽车露营地的体验时间,而不是一次汽车露营地之旅的开始与结束时间,汽车露营地之旅的开启是从选择和预定开始。因此,对汽车露营地服务蓝图的描绘,

在结合现有服务内容的基础上,从时间序列上需要记录“入营前-在营-出营”3个阶段中游客、前台员工、后台员工、支持系统的互动过程和服务接触点。上海海湾房车露营地是集住宿、餐饮、运动休闲、娱乐康养为一体的房车露营地,因此在构建上海海湾房车露营地服务蓝图方面,要充分还原游客的具体露营情境和服务体验内容。

为力图还原游客在汽车露营地的体验过程和游历情境,本文主要采用了参与式体验、情景观察、深度访谈相结合的方式,精准构建了上海海湾房车露营地服务蓝图。具体操作过程为:一是通过对上海海湾房车露营地实地考察,以顾客角色沉浸式体验整个露营流程和服务内容,详细记录露营流程中的每个服务接触点;二是在亲身体验的过程中仔细观察其他顾客与服务员工的互动交流、顾客与顾客间的人际交互,分析服务接触和服务互动;三是对一线员工与管理者进行深度访谈,了解汽车露营地服务内容与流程,获悉可能的服务接触点。

基于上述服务蓝图构建步骤的分析,以及研究人员的实地考察、深度体验,对从业人员与消费者的访谈,本文构建了汽车露营地的服务蓝图(图2),较为系统地描绘了汽车露营地的服务流程。第一部分是汽车露营地的顾客行为,详细描述了顾客从预定到离开露营地接触的全部服务内容与过程,包括露营地预定、抵达露营地、物品租赁、卫浴使用等相关流程。第二部分是前台服务行为,描述了露营地员工为顾客直接提供的各类服务。第三部分是后台服务行为,描述了露营地后台员工为支持前台顺利提供服务所进行的服务流程。第四部分是支持系统,描述了支持完成露营服务所需要的保障性服务。第五部分是有形展示,描述了顾客在露营中直接接触的内容。建立汽车露营地的服务蓝图,能够更为直观、全面地了解顾客的服务需求。

从顾客行为来看,从左至右能够清晰地观察到整个露营服务体验过程:选择营地-线上预订-抵达营地-营地泊车-办理入营与咨询-租赁与购买物品-检查入住-游憩与休闲活动体验-休闲设施、公厕、垃圾桶使用-晚餐-游憩与休闲活动体验-夜间休息-早餐-游憩与休闲活动体验-办理出营-离开营地-线上评价。

从前台员工行为来看,主要服务环节包括:信息解释-介绍交通信息-停车引导-业务办理与解答-商品介绍与收银-引导组织-菜品介绍与收银-引导组织-值班-菜品介绍与收银-引导组织-业务办理-车场引导-回复评论。

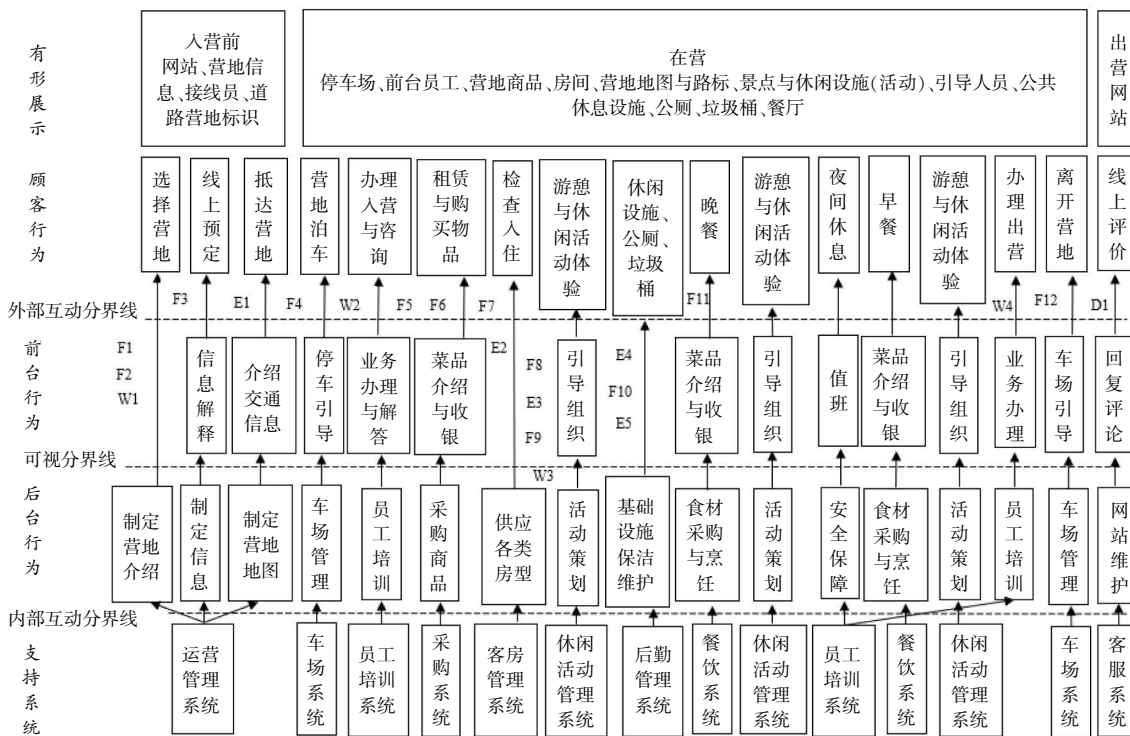


图2 上海海湾房车露营地服务蓝图

Figure2 Service Blueprint of the Shanghai Bay RV Campsite

注:F表示失败点,F1即为失败点1,失败点共12个;W表示等待点,W1即为等待点1,等待点共4个;D表示决策点,D1即为决策点1,决策点共1个;E表示体验点,E1即为体验点1,体验点共5个。

从后台员工行为来看,主要服务环节包括:制定营地介绍-制定信息-制定营地地图-车场管理-员工培训-采购商品-供应各类房型-活动策划-基础设施保洁维护-食材采购与烹饪-活动策划-安全保障-食材采购与烹饪-活动策划-员工培训-车场管理-网站维护。

从支持系统来看,主要包括:运营管理系统、车场系统、员工培训系统、采购系统、客房管理系统、休闲活动管理系统、后勤管理系统、餐饮系统、客服系统。

3 上海海湾房车露营地服务质量优化分析

借助服务蓝图分析工具,梳理服务流程、服务接触点以及对关键点的考察,对提升服务体验能够提供具体、精准的参考。本文在构建海湾房车露营地服务蓝图的基础上,对上海海湾房车露营地服务质量优化进行分析,在精准识别顾客在不同时间和空间的服务接触点的基础上,结合服务接触点,对影响房车露营地服务质量的关键点,如失败点、等待点、决策点与体验点进行透视与优化。

3.1 接触点识别

服务蓝图技术的主要思想,是通过识别服务接

触点分析服务接触点的特征与内容,从而寻找改善服务质量的机会。识别服务接触点是分析关键点的重要前提和根本依据,服务接触点识别的准确性直接影响到关键点的分析效果。一次完整的汽车露营地之旅,基本上可分为入营前、在营、出营3个阶段。

本文通过参与式体验、情景观察与深度访谈相结合的方式,识别到顾客入营前阶段服务接触点包括:网站、营地信息、接线员、道路营地标识。顾客在营阶段服务接触点包括:停车场、前台员工、营地商品、房间、营地地图与路标、景点与休闲设施(活动)、引导人员、公共休息设施、公厕、垃圾桶、餐厅。顾客出营阶段服务接触点包括网站。

3.2 关键点分析与优化策略

通过分析关键点能够洞察影响服务失败的潜在因素,同时也能找到提升服务质量的机会点。关键点分析主要通过剖析服务接触点实现,实质上是透视服务接触点的内容与特征,服务接触点的特征决定了关键点的分析角度。现有研究基本上是从失败点、等待点、决策点、体验点4个角度剖析服务接触点^[10,13],本文对汽车露营服务关键点的分析也是如此。



3.2.1 失败点 F 分析与优化方案

失败点是指直接导致顾客产生负面评价和消极口碑的因素,此类因素的存在一定会产生不满意情绪,但消除此类因素就会消除顾客的不满意情绪。失败点的内涵类似于双因素理论中的保健因素,此类要素不达标就必定影响服务质量。

基于服务接触点分析,在汽车露营整个服务流程中,通常主要出现以下失败点:F1 网站界面冗杂,网站跳转速度慢;F2 营地信息不完整;F3 客服服务态度不友好;F4 停车位数量少,智能化低,卫生差,工作人员消极服务;F5 前台员工服务态度较差;F6 商品种类不齐全,质量差,价格贵;F7 房间卫生差,生活物品不齐全;F8 景点卫生差,休闲设施不安全;F9 景点(休闲设施)工作人员服务态度差,缺乏相关岗位资质;F10 公厕卫生差,数量少,空间分布不合理;F11 餐厅卫生差,种类不齐全,价格贵;F12 停车场工作人员服务态度差。

优化方案:通过对失败点的透视,可以精准定位改进服务质量的“机会点”。不同的失败点既有本体独特的问题,也有与其他失败点共存的问题。失败点 F1 和 F2 同属网页设计问题。首先,优化网页内容,去繁从简,减少广告信息和无效信息,基于顾客角度加强人性化设计,让顾客能够在最短的时间内获取关键信息;其次,增加网络带宽,定期维护网站运营,提升顾客浏览网页的速度和流畅性;第三,完善网页必要信息披露,例如营地简介与配套信息介绍、住宿类型与价格信息、地理位置与交通路线、周边景点与娱乐活动、顾客评价信息、多渠道的联系方式。

失败点 F3、F4、F5、F9、F12 共同反映的部分问题是相关岗位员工服务态度和胜任力,应针对不同岗位的特点制定符合各岗位的服务流程标准、服务内容标准,让员工明确不同阶段的工作内容。加强服务细节管理,收集不同岗位运营中出现的服务质量问题,建立服务质量问题清单,并提供针对性的解决对策,降低同一个问题二次发生的概率。让员工了解服务过程中易发生的失败点,提前规避和掌握应对方案。对员工岗位能力进行定期培训和考核,尤其是高风险的运动休闲岗位,不仅要求员工具有从业资格证书,还应具备该有的岗位能力,杜绝“有证无能”。

失败点 F4、F7、F8、F10、F11 共同存在的部分问题是卫生环境,可以基于停车场、客房、景点(休闲活动区域)、公厕、餐厅等分别建立卫生管理制度,明确保洁的具体区域、标准与要求以及责任人。

针对失败点 F4 停车位和智能化问题,应采取如下优化方案:首先,可以通过扩建或者建设智能化多层停车位,尽量满足顾客停车需求。其次,升级停车

场智能系统,方便顾客停车和取车。第三,安装监控系统,确保停车场安全。在有条件的情况下安装适量的充电桩,满足电动汽车的充电需求。针对失败点 F6,应建立采购制度,基于顾客需求明确采购商品的类别,采购人须对商品质量和价格负责。针对失败点 F8 休闲设施安全性问题,应建立安全问责制,明确负责人、安全检查内容及要求。对于失败点 F10 公厕的数量和布局问题,应考虑到客流高峰期情况、顾客习惯、性别比例,以及儿童、残疾人的需求,合理布局公厕的数量和空间安排。针对失败点 F11 餐厅饮食种类和价格问题,应考虑到不同民族、地区顾客的饮食习惯,尽可能提供多样化的饮食。在定价上也应做到符合不同人群的实际需要,既要有高档次供给,也要有一般消费产品。

3.2.2 等待点 W 分析和优化方案

等待点是指容易导致顾客延时接受服务和增加顾客等待时间的因素。通过对服务接触点特征分析,在汽车露营过程中主要的顾客等待点包括:W1 顾客等待客服接听电话,W2 顾客排队等待前台员工办理入营,W3 顾客排队参观景点和使用休闲娱乐设施,W4 顾客等待办理出营。

优化方案:针对等待点 W1,可安装 2 条客服接听热线,安排 2 名客服人员同时值班,保证 24 h 至少有一名客服人员不脱岗。等待点 W2 与等待点 W4 同属于前台接待问题,应根据客流实际情况,安排足够多的接待岗位。尤其是在客流高峰期,应能立即增加接待窗口,尽量减少顾客排队等待时间。同时在接待大厅可安置适量座椅,提供免费自助式茶水和水果,减少顾客旅途中的疲惫感和等待期间的焦躁感。针对造成顾客等待时间较长的情况,可以赠送一些小礼物或者在消费上给予优惠。对于等待点 W3,应安排专职人员对营地景点和休闲娱乐活动进行常规性巡视,及时疏散和引导客流,避免顾客无效等待或引发安全事故。

3.2.3 决策点 D 分析与优化方案

决策点是指在特定的时间和环节需要员工做出适宜的判断和选择。员工的决策能力和决策质量会直接影响顾客的积极情绪与满意度,对决策点的把握也是提升服务质量的重要途径。结合服务接触点分析,员工与顾客在服务传递中需要作出决策的环节是 D1,具体情境是汽车露营地客服针对不同顾客反馈的网络评论做出相应回应和解释。

优化方案:针对决策点 D1 的情况,作为汽车露营地运营方,应切实重视顾客的在线评论,收集和汇总顾客反馈意见,让员工了解和熟悉顾客经常抱怨



的问题,并掌握处理问题的技巧和方式,加强专业素养和业务能力,从而提高员工的决策质量。

3.2.4 体验点E分析与优化方案

体验点是指能够带给顾客惊喜和兴奋的服务内容,直接影响顾客对服务质量的正面评价和积极口碑。体验点的内涵类似于双因素理论中的激励因素,服务传递过程中一旦存在此类因素,一定会提升顾客的满意度。体验点与失败点具有一定的相似性,均是影响顾客满意度的服务关键点,但失败点是影响服务质量的基础性因素,消除此类因素就会消除负面评价,但体验点的持续满足不会产生持久性的积极评价。

结合服务接触点分析,汽车露营体验点主要有:E1 主要道路营地标识,E2 营地内地图和路标,E3 景点的观赏性、休闲活动的趣味性,E4 休闲娱乐设施的数量、布局、卫生;E5 垃圾桶数量、布局、卫生。

优化方案:针对体验点 E1 可以在通往汽车露营地的高速路口和主干道上设置一定数量的营地路标,并且合理规划营地路标的空间位置。在营地路标设计方面,要考虑到标识的显眼程度,指示内容应简洁明了,并且指示应有中英文对照。针对体验点 E2 在汽车露营地营内主要道路和景点设置一定数量的营地地图和路标,合理规划营地地图和路标的空间位置。在营地地图和路标设计上也应注意标识的显眼程度,不仅在内容上要简洁,而且应有中英文对照。针对体验点 E3,一方面加强景点开发与设计,另一方面结合本土地域人文和传统文化精心策划和组织休闲娱乐活动。针对体验点 E4 合理配置营地休闲设施的数量,盘活景点和绿地公共空间,根据季节特征规划消费者喜欢的休闲项目。同时休闲设施的卫生保洁制度,应明确保洁人、保洁区域以及具体要求。对于体验点 E5,在营地合理布局垃圾桶的位置与数量,方便顾客在营地任何位置都能便捷地处理手中垃圾,此外明确营地垃圾桶卫生清理的负责人以及保洁要求。

4 研究局限与展望

本文以上海海湾房车露营地为具体个案,构建的房车露营地服务蓝图细致描绘了上海海湾房车露营地的服务内容和流程,因此对识别的服务接触点以及关键点的分析也仅反映上海海湾房车露营地的特征。本文的研究成果在指导其他汽车露营地改进服务质量上不能照抄照搬。严格意义上,本文的研究价值是将服务蓝图技术具体应用到汽车露营地领域,为提升汽车露营地服务质量提供一个全新的优化策略和方法。没有“放之四海而皆准”的汽车露营地服务蓝图,其他汽车露营地服务蓝图的构建需

要结合自身产品和服务内容设计。

现有对服务蓝图技术的应用研究,较多是从“服务管理”的角度描绘研究对象或应用场景的“现在时”,分析研究对象现阶段的服务内容和服务流程,识别服务接触点和分析关键点,从而找到改进服务质量的机会点,对研究对象的分析过程是“现在是什么样”-“应该注意什么”-“具体如何改进”。后续对服务蓝图技术的应用,包括汽车露营地服务蓝图的构建,还可以尝试从“服务设计”角度探究服务项目设计和服务流程安排,首先描绘“完美服务场景是什么样”,再是“如何具体落实”,从改进服务转化为设计服务,从而达到提升服务质量的目标。

参考文献:

- [1] 人民网.2019 年底全国私家车保有量首次突破 2 亿 [EB/OL].(2020-01-07)[2020-09-19].<http://society.people.com.cn/n1/2020/0107/c1008-31538111.html?from=timeline&isappinstalled=0>.
- [2] 中国汽车露营网.文化和旅游部发布两项行业标准推动房车自驾游发展[EB/OL].(2019-09-10)[2020-09-19].<http://www.zgfclydw.com/article/72581.html>.
- [3] 温美龄.我国帐篷露营地服务质量评价研究[D].上海:上海体育学院,2018.
- [4] 张秀.中国汽车露营地旅游服务质量测评研究:以蓝凤凰汽车露营地为例[D].青岛:中国海洋大学,2012.
- [5] Shostack G L. How to design a service[J].European Journal of Marketing,1982,16(1):49-63.
- [6] 泽丝曼尔.服务营销:原书第 3 版[M].张金成,白长虹,译.北京:机械工业出版社,2004.
- [7] 李飞.全渠道服务蓝图:基于顾客体验和服务渠道演化视角的研究[J].北京工商大学学报(社会科学版),2019,34(3):1-14.
- [8] 徐爱君.服务接触、服务质量与顾客满意[J].现代管理科学,2006(5):94-95.
- [9] 王鹤,张婷.基于服务蓝图的电力客户满意度评价研究[J].华北电力大学学报(社会科学版),2007(2):7-11.
- [10] 王国顺,胡国武.网络零售企业服务蓝图的构建与流程优化[J].北京工商大学学报(社会科学版),2014,29(6):1-7.
- [11] 徐明,吉宗玉.服务蓝图及其应用[J].价值工程,1999(6):15-17.
- [12] 王予煜.M 公司基于服务蓝图的营销策略研究[D].上海:华东理工大学,2016.
- [13] 杜学美,张倩,苏强.基于服务蓝图的网上零售业感知服务质量[J].工业工程,2013,16(1):19-24.

(责任编辑:晏慧)