

優化顧客體驗

主動關懷，透過電話關懷讓服務品質更為加分，隨時因應時節、氣候，給予客戶祝福或提醒，增進彼此關係。



5

優質運輸服務

不論大小訂單／路況遠近／各種需求，皆會努力完成與滿足客戶所需之服務，且嚴格要求做好每個配送環節，務必以客戶需求至上，完成每次配送任務。



4

衛星犬智慧車隊管理

提供優質專業的司機送貨服務，透過衛星定位掌握車輛動態與路徑，並進一步整合，提供兩段式送貨簡訊通知客戶，讓客戶預知與掌握到貨時間，增加客戶滿意度與減少客戶花心力追蹤送貨時程。



3

飼料專家

大成飼料提供營養均養、高品質檢驗、客製化優質飼料。
E化電腦精準配料、膨化製粒領先設備、配方／獸醫／生產團隊一條龍熱情服務。



2



大成 用服務、關懷打造有溫度的客戶服務 CALL CENTER

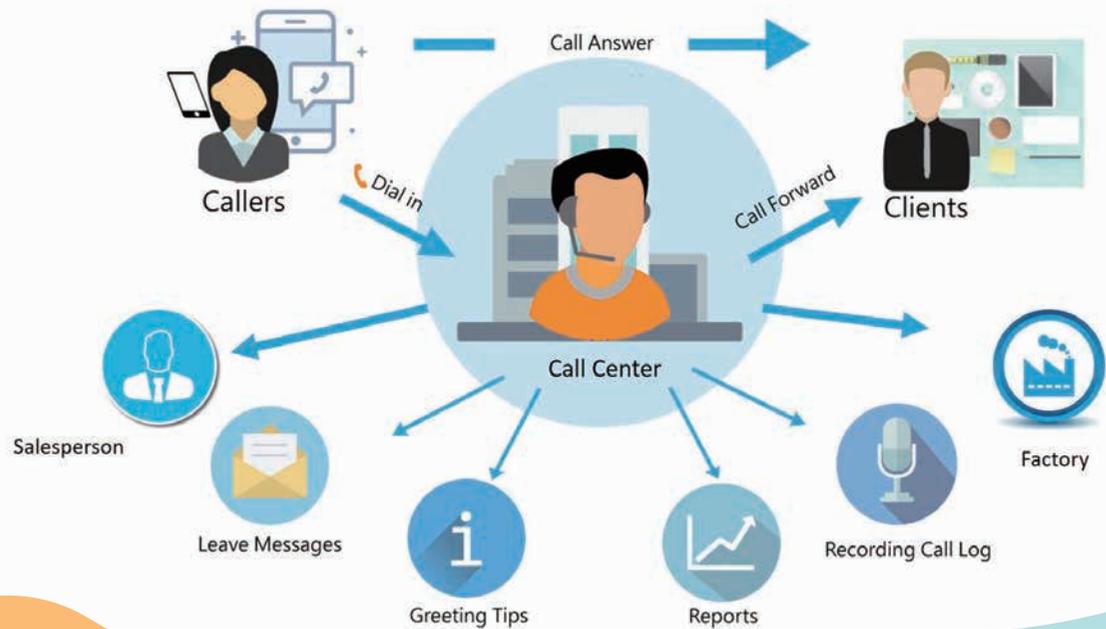
全方位客服中心

主動出擊，以溫暖的服務取代冷冰冰的交流，用熱忱打進每位客戶的內心，強調换位思考站在客戶的角度，充分展現同理心，協助客戶處理問題。



1





Call Center 林芳吟

熱線 20 年不中斷

隨著資訊科技的推演，為了更有效率地進行顧客關係管理，企業廣設 Call Center 多年，目前以歐美地區應用最深。國內許多以服務為導向的企業，尤其業務內容大量涉及 B to C 者，為了增加溝通效率並即時滿足客戶需求，也紛紛於企業內部設立 Call Center。

Call Center 建置主要可區分為『集中型 Call Center』及『分散型 Call Center』兩種型態，為了提供標準化且一站到位的服務，大成 Call Center 整合總公司配方技術、獸醫諮詢、行銷企劃、專業飼料顧問業務等重要資源，以『集中型 Call Center』設置於臺南總公司，每天接打超過三千通電話，服務範圍包括：處理客戶訂單、協調業務人員及廠方與客戶溝通事宜、客訴處理、提醒訂貨……等，同時針對『目標客戶』、『大客戶』、『新客戶』等，進行『VIP 客戶服務』。

Call Center 提供的服務除了客戶來電反映事項會由單一窗口協助完成需求外，我們也按照別將客戶平均分配給客服人員，客服人員可以根據系統所呈現的客戶訂貨週期，主動電話提醒所屬客戶提前訂料、應出未出追蹤、客訴處理、自備品項庫存提醒、業務交辦事件……等，客服人員與客戶互動增多，同時也分享客戶的喜怒哀愁，從而與客戶建立充滿信任的關係，將原本單純的接打訂單功能加深加廣，提高顧客滿意度，也增加客戶對公司的依賴，讓業務同仁在市場上推廣公司產品時更有競爭力。



大成臺南總公司客服部門成立至今近約二十年，隨著公司料量不斷成長，Call Center 也持續有新血加入，目前人數二十三人已超過草創時期一倍有餘，為了貫徹成立宗旨「用服務、關懷打造有溫度的客戶服務」，我們進行了組織調整，新成立「電訪課」，主動出擊以溫暖的服務取代冷冰冰的交流，用熱忱打進每位客戶的內心，強調换位思考站在客戶的角度，充分展現同理心，協助客戶處理問題，目標化被動為主動讓客戶真切感受到信任與溫度的氛圍，提升客戶對公司的黏著度。

服務的本質除了原有的熱忱之外，未來我們將更強調主動關懷，透過電話關懷讓服務品質更為加分，隨時因應時節、氣候，給予客戶祝福或提醒，增進彼此關係，例如：近日來寒流加遽，可請客戶多注意保暖，或新年將至，祝客戶來年順心等等，都讓電話交流不僅是在於訂單上，在生活上也能更貼近對方，用有熱度的交流取代傳統的機械式問答。此外，我們也會開始針對客戶的特殊事件進行紀錄追蹤，例如：客戶生日會貼心寄發生日賀卡，若知道客戶近日有生病或住院，主動關心並祝福早日康復；或得知客戶有其他婚喪喜慶時刻，也都隨時給予問候。客服人員必須時時保持服務熱情，並真實與客戶建立關係成為朋友，更全方位地融入客戶的生活。

客服人員除了正向、樂觀、靈敏外，也需要有善加傾聽的能力，準確地掌握顧客傳遞的訊息，重視細節並同時讓客戶知道公司非常重視他所提出的問題，有效率且積極的處理，讓客戶的問題得到滿意答案。

客服人員必須對公司產品的專業知識及每個動植物飼養時期所使用的飼料進程瞭若指掌，才能準確地幫助客戶解決問題。重視客戶的每通來電，以人為主的客戶服務，讓辦公室充滿有溫度的色彩，客服是最即時的心與心的連結，我們期許每次拿起電話都能用正面且愉悅的心情迎接，用充滿彈性的去應對，讓每一位來電的客戶都能夠滿意我們的服務。



大成 成長城公司於二〇〇一年成立 Call Center 部門，是業界的創舉，秉持「客戶至上」的服務根本。客服人员面對的不只是電話及訂單，更多的是來自客戶的聲音與需求，也因此客服人员是全年無休，風雨無阻持續在第一線為客戶服務。我們的工作包括：

訂單作業與核對：

- 接單→打單→傳送生管→排程生產→運輸配送
- 聯繫業代、獸醫、相關人員

所謂：「謹慎能捕千秋蟬，小心駛得萬年船。」每一張訂單的建立，客服人員都必須細心注意訂單每一個環節，並根據訂單歷史資料評估是否發生異常。在建入時，要注意每位顧客的收料習性不同，反覆核對訂單資料與內容備註，甚至在運輸與生產上必須主動提醒廠方要注意的事項，以確保交期與運輸品質都能讓客戶滿意。

戰鬥小組編組：

客服人员針對所分屬之動物別客戶，甚至 VIP 客戶的關係維繫，都必須時刻關注，讓服務直入顧客心裡。提醒訂料、產品服務滿意度詢問、訊息告知、與客戶真實建立關係增加信任感。

運用 SAP 提供「客戶訂料週期表」

提醒訂料與客戶飼養關懷：

這個週期表系統內含龐大的客戶出貨資料庫，它讓客服人员看清楚並深入了解顧客用料的習慣與飼養背後的用料意涵，概略了解客戶飼養情況並適時提醒客戶，與客戶常常電話溝通，並告知提前下單的好處，也會與業代配合聯繫說服客戶。唯有從容的準備，才能在生產及運輸上達成客戶滿意，減少客戶抱怨事件，司機先生也能更安全駕駛，到每個飼養場按照客戶要求完成卸料。

大

成長城公司於二〇〇一年成立 Call Center 部門，是業界的創舉，秉持「客戶至上」的服務根本。

客服人员面對的不只是電話及訂單，更多的是來自客戶的聲音與需求，也因此客服人员是全年無休，風雨無阻持續在第一線為客戶服務。我們的工作包括：

訂單作業與核對：

- 接單→打單→傳送生管→排程生產→運輸配送
- 聯繫業代、獸醫、相關人員

所謂：「謹慎能捕千秋蟬，小心駛得萬年船。」每一張訂單的建立，客服人員都必須細心注意訂單每一個環節，並根據訂單歷史資料評估是否發生異常。在建入時，要注意每位顧客的收料習性不同，反覆核對訂單資料與內容備註，甚至在運輸與生產上必須主動提醒廠方要注意的事項，以確保交期與運輸品質都能讓客戶滿意。

戰鬥小組編組：

客服人员針對所分屬之動物別客戶，甚至 VIP 客戶的關係維繫，都必須時刻關注，讓服務直入顧客心裡。提醒訂料、產品服務滿意度詢問、訊息告知、與客戶真實建立關係增加信任感。

運用 SAP 提供「客戶訂料週期表」

提醒訂料與客戶飼養關懷：

這個週期表系統內含龐大的客戶出貨資料庫，它讓客服人员看清楚並深入了解顧客用料的習慣與飼養背後的用料意涵，概略了解客戶飼養情況並適時提醒客戶，與客戶常常電話溝通，並告知提前下單的好處，也會與業代配合聯繫說服客戶。唯有從容的準備，才能在生產及運輸上達成客戶滿意，減少客戶抱怨事件，司機先生也能更安全駕駛，到每個飼養場按照客戶要求完成卸料。

運用全球定位系統 (GPS) 提供「客戶出貨動態管理」

精準掌握送貨時點：

無法預期等待時間，經常是客戶不耐久候而產生客訴的主要原因，每日定時查詢應出未出的訂單，若有延誤的，則馬上聯絡客戶，並告知能達到時間，讓客戶了解預計等待時間，除了方便客戶時間安排外也能有效降低不滿意度。

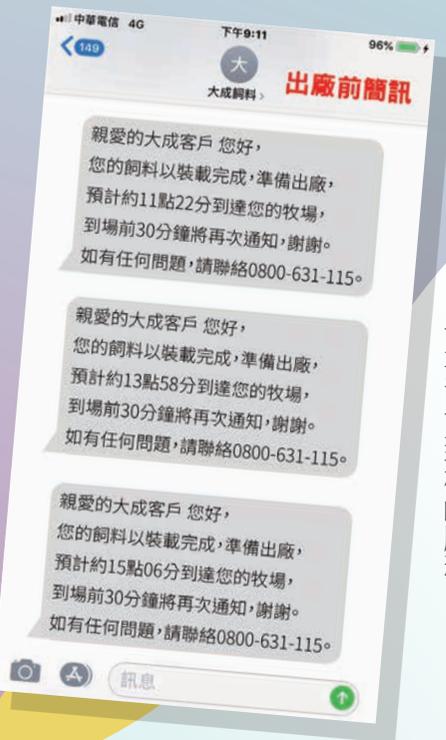
另外，為了提供客戶與業務人員更即時且正確的運輸資訊跟廠方訊息，Call center 於二〇一五年開始使用衛星大智慧車隊管理系統，司機位置、狀態，如：靜止、行駛中及時速……等，更加容易掌握，客服人员藉此也可更準確預判客戶等待時間。二〇

二一年起，配合盧慶煒廠長推行的 E 化專案全

面升級，司機裝料完成出廠後，會即時預估

到場時間第一次傳簡訊向客戶告知外，抵

達客戶飼養場前半小時會再發送第二次簡訊給業務及客戶，大幅提升客戶對飼料運輸進度的掌握，感受到更全面更準確的服務。



Cell Center 朱相如

Call Center 工作內容與運作



結合 SAP 提供「客戶自備品項管理」：

為了貫徹公司「從農場到餐桌的食糧安全，用的放心，食在安心」的政策，公司於二〇一七年成立大成品檢中心，嚴格要求飼料所有添加物，皆必須完全「零污染、無藥殘」，符合農糧法規標準才准許使用。我們利用系統準確通知客戶自備品項最即時的使用狀況以及安全庫存預警，同時承請客戶提供自備添加品項相關檢驗報告並簽署相關切結書等，以確保飼料生產過程的安全。客戶抱怨客訴管理：

Call Center 對於客戶抱怨，進行主動管理，提供個人化的服務，接獲客戶抱怨項目後，建立客訴檔案並傳送於負責單位，處理後不以制式化信函回應客戶及事件相關人，而是以進一步最有溫度、最直接的口語進行追蹤，確實從客戶的反應及回饋判斷客戶是否滿意。

區域性訂單整合：

為了方便廠方針對特定地區併單合車，客服小姐會主動邀請客戶下單，另一方面，若各廠若有生產延誤狀況，也會主動協調它廠協助跨廠區出貨。

配合公司促銷活動，或特殊節日預排

飼料：

例如「推廣週日出貨的活動」說明與宣傳、新春年假等較長時間休假時協助客戶排料、颱風過境前預排飼料等。

「大成送好禮」強勢回歸！



活動日期：109/11/8(日)~110/2/28(日)
凡週日現送收料及週日壓台的「提早訂料」
訂單，隨車送大成熱銷產品！

2噸(含)-5噸 隨車贈送 [鐵人麵2包]
5噸(含)-10噸 隨車贈送 [沙拉油1瓶(3L)]
10噸(含)以上 隨車贈送 [沙拉油2瓶(3L*2)]

注意事項：必須於「當週週六下午17:00前下單」才成立
*不含週六壓台訂單 *以「同一場址」累積計算
*同一場週日不同時段所有訂單贈款合併計算



蛋品客服中心簡介

Call Center 周雅琪

蛋品客服中心成立於民國一〇六年，由從草創時期的兩位客服開啟了蛋品的旅程。雖然當時資源稍顯不足、團隊也還在建構的階段，但蛋蛋客

服們秉持著「先接受，再挑戰」的信念，一路斬妖除魔，攜手走到了現在。而隨著訂單量增加，目前已經有四位蛋蛋客服可以為大家服務囉！

接下來，就讓我們帶大家一起來了解蛋品客服的世界吧！從工廠端、業務端、會計端、物流端、生管端、廠商端以及客戶端，身為這些端點之間橋樑的「Call Center 蛋品客服」，必須熟悉知曉整個蛋品部的規範與作業流程，蛋品客服人員的工作內容和運作大致細分為以下四種類別：

1 電話接單及解決問題：

在一般常見的電話溝通方面，蛋品部有蛋品專線，協助客戶利用客服專線進行疑難雜症之排解、訂單的訂購與詢問，並且適時地為客戶提供正確的蛋品知識，必要的時候蛋品客服人員會與業務進行合作分工，從小型單一店家至大規模的加盟企業組織，雙向地為客戶進行產品介紹以及解說銷售。

2 Line 群組與 B2B 系統操作部分：

客戶方若有較為大量的訂貨量，則透過電子商務的資源平臺來交易和預下訂單，利用現今的網際網路科技，來支援各種買賣的資訊架構，蛋品客服人員再於每日結單時間統計客戶的雞蛋需求量，將收集而來的訂單數據製作成圖表或表格檔案，即時地呈現給出貨工廠，確保每日的雞蛋可以在對方指定的時間日期，按時按量地供給予每個客戶。

3 危機處理與內部溝通面向：

倘若物流端於出貨過程遇到無法避免的延遲或事故，蛋品客服人員必須第一時間通報給客戶，協助進行訂單修正，接著將訊息逐一傳達給工廠端與會計端，以利不同的單位進行後續的補償與帳務上的調整，將不同領域的訊息匯集並且任職溝通媒介的角色，即是客服人員的日常作業。

4 最關鍵的顧客服務層面：

客服人員站在第一線為消費者以及廠商端進行把關，除了溫柔而堅定的處理特殊客訴案件、督導並且修正不當的產品供給之外，蛋品客服人員也同時傾聽客戶的需求並迅速地給予回饋，提供問題解決方案，將問題進行蒐集與匯報給上層主管或是相關負責單位，即時性地維護與客戶之間的良好互動，提升整體服務滿意度，也輔助後續整個出貨流程能夠更加順暢地運作。

持續解決問題是客服人員最為重要的工作宗旨，而在各個部門夥伴的共同努力下，目前蛋品客群除了各個店家以外，也打入了連鎖通路，有麥味登、拉亞、饗樂、王品、漢堡王、伯朗、T.T.、全家、愛買、全聯、家樂福、頂好、富邦達，目前全臺蛋品市佔率百分之八的我們，即將邁入百分之十的市佔率。近期也結合 TMS 派車系統將派車作業 E 化，讓物流配送更有效率，大力感謝資訊室的同仁們。

蛋品客服們希望能讓每一個家庭、店家都能享有安全無藥殘的完美雞蛋，感謝各部門夥伴從養雞場到餐桌上的每一道環節都用心把關，客服也會全力將最暖心、超乎顧客期待的服務提供給大家。■





小編作品



橫空在世霸氣降臨

C.C. 小編早安



Call Center 鄭順鴻



「關於圖片是怎麼製作的？」

不要懷疑！客服萬能小編，沒有豪華辦公桌，電腦雙主機三螢幕，超過九成的圖文，都是從手機上生產出來的。拜現在各種強大的 APP 協助，以前幾乎得透過電腦軟體後製的圖片，現在「手滑一滑」就可以製作出來。當然這也是因為符合個人習慣，希望隨時都機動上手，才選擇用這樣的方式作業，但從早期沒有經驗，常常辛苦做完覺得很美的圖片卻被主管退件好幾次，甚至上傳了圖文卻被反應有錯字或日期的錯誤，而尷尬的收回重做，至今快兩年的磨練，能很快切中主題跟主管想表達的重點，快速做出精準的圖文，也是一路走來相當努力的血淚交織啊！

除了平時客服工作的忙碌之外，一開始被賦予小編的任務時真的倍感壓力跟恐懼，深怕不能完成主管交代的任務，還讓人覺得寫的東西跟圖片「不好笑」，但起初雖然沒有方向不知道分寸也跌跌撞撞，慢慢地開始有了觀眾的回應，一個簡單的笑臉，甚至是私訊小編說剛剛的圖文蠻很好笑的，這些肯定都成為小編不斷進化成長的動力，也是會讓人上癮的神奇魔力。

如今為了提供更多元的訊息，逐漸壯大的「小編群」將繼續推出好笑的圖文來服務大家，也希望各位繼續給予掌聲跟指教喔！腫編甘蝦鞠躬！

「發文靈感從何而來？」

首先，會被主管找來賦予小編的工作，就是平常太常寫一些胡謔瞎扯的文章被發現，所以具備一定的幽默感很重要……（自誇嗎？），由於每個禮拜需要發好幾篇的圖文，甚至隨時發生新事件，就會被主管「逼」做出發想，所以平常想到有趣的「梗」，或看到最近流行的社會話語，甚至是在騎車等紅燈、逛夜市、上廁所時，突然想到好笑的詞話，都要趕快用手機記錄下來，這樣才能隨時有可用的資料庫，不怕詞窮！

「大家早安！我是腫編，一早接到各廠打來哭喊的電話，直覺案情不單純，不是不想努力了，而是已經三倍速努力了，怎麼還是一直看不到年前排料的終點線啊？夥伴們，我們真的還要一起努力才能早點休息啦！GO GO GO！給它用力排起來！」

這一年多來，在大成飼料部的幾個群組，常常可以看到客服中心的小編像這樣時而詼諧耍笨，時而正經（通常是不正經）的發表一些引言與圖片，以佈達公司與各廠的重要事項，除此之外還有年前飼料排定、氣候轉變關懷、國定假日公告、臺語俚語小老師等，甚至還化身「防疫小編」，不定期推出有趣且吸引人的防疫圖文，潛移默化公司人員的防疫知識跟強度。總之，作為串場的綠葉，把死硬又容易被忽略但卻很重要的事情，讓大家可以簡單記住甚至看完哈哈大笑，這就是小編存在的重要目的。在這裡要跟大家透露兩個害羞的小編秘密！



小編群組頭貼



小編工作照

Call Center feat. AIoT ?

Call Center 陳貴子



十多年前為了順應潮流變化並做好顧客關係管理 (CRM)，我們成立了 Call Center。對外，作為公司與客戶接觸最直接的管道之一，除了專業的訂單處理能力及溫馨的訂料提醒服務外，客服人員與業務員一樣，每天透過電話與客戶聊天搏感情，幾乎參與客戶每一個婚喪喜慶的重要時刻，長期下來與客戶建立的深厚情感，是各路線業務人員辛苦開發市場後，維護客情的一大利器；對內，隨著各料別銷量不斷地增加，廠方、業代及客戶間的溝通協調質量也愈加複雜與頻繁，Call Center 提供單一窗口的功能，讓各種問題一站到位得到解決，大幅降低溝通成本進而提升整體作業效率。另一方面，為了發揮更大的綜效，公司正迅速成長的蛋品業務以及因組織重整，重新加入的全能精料業務也將是未來 Call Center 的工作重點。當年為了增加競爭力的創舉，放眼今日國內飼料同業，Call Center 仍是業界最獨特的存在，也是近幾年來，公司業績蒸蒸日上的一環。

根據管理學大師麥可·波特 (Michael E. Porter) 在他的成名之作《競爭策略》 (Competitive Strategy) 中提到：企業競爭優勢有三大策略，包括成本導向 (Cost Leadership)、差異化 (Differentiation) 及專精 (Focus)。在競爭市場中最基本、有效的策略，無非就是提高售價或降低成本，若還是無法在競爭中勝出，那就結合企業的資源，火力集中於某特定市場，並持續專注或同時執行提高價格、降低成本這兩種策略，波特認為在競爭市場中，企業最基本應該要擇一執行。

然而，在物聯網 (Internet of Things, IoT)、人工智慧 (Artificial Intelligence, AI) 及兩相結合的智慧物聯網 (AIoT) 等技術發展下，對企業而言，在差異化、成本和專精的策略選擇上，不再相互排斥。透過相較人力成本低廉的物聯網設備監控畜物行為，再以人工智慧科技對收集到的數據進行資料探勘、分析並預判畜物發展變化，並採取相對應的做法給予精準營養甚至精準繁殖，是當今科技與傳統畜牧結合的趨勢所在。

AIOT 與傳統畜牧的應用

早在一九九五年，比爾蓋茲 (Bill Gates) 就在《擁抱未來》 (The Road Ahead) 一書中提出物聯網 (IoT) 的概念，利用網際網路讓物體互聯交換訊息，並透過電子標籤、感應器、攝影機等電子裝置，實現智能監控等多重目標，進而打造智慧生活。而在物聯網的時代裡，大致上有三種主要的商業模式：資料分享與串流、產品即服務、產品共享。企業不再僅依賴硬體販售獲利

潤，資料的交換也將成為主要的獲利來源；藉由大數據分析、軟體升級或人力服務，幫客戶解決問題；客戶僅在使用時須付費。

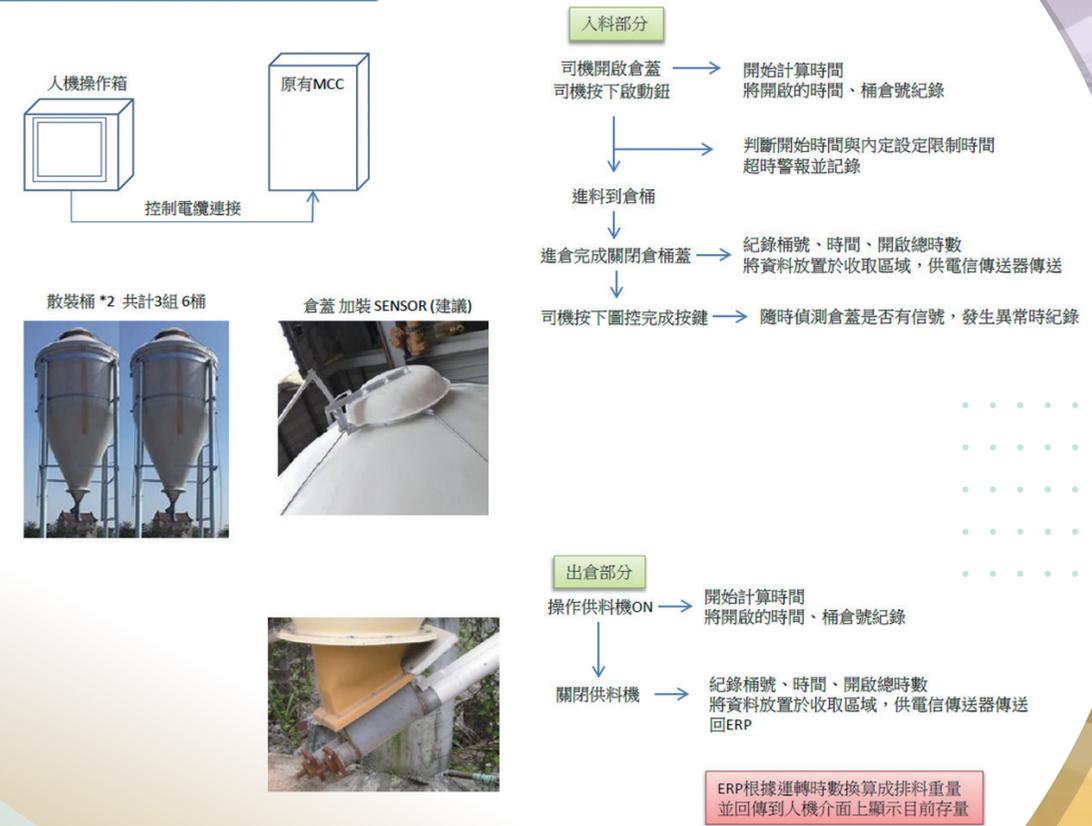
作為臺灣飼料業龍頭公司，我們掌握了足以表徵各畜物業界型態的資訊流，隨著未來由廠方主導建置的農場 E 化成品桶專案完成，再配合研發部多年來的田野研究並彙整客戶端的飼養畜物種類、規模及 SAP 系統內的歷史訂料紀錄等資訊，我們有機會做到提前預判客戶的訂料需求，若再整合外部環境變數包括：節氣、溫度、濕度、雨量、流行疫病等資訊，甚至可以成為專業的畜牧顧問團隊，除了飼料秤斤論兩的利潤外，透過大量數據及經驗累積而成的競爭門檻，可預期在智慧物聯網的幫助下，公司業績將再創高峰。





大成 DoChen Call Center

飼料廠e化專案 農場成品桶系統



冰冷的數據，溫暖的服務

而位處飼料部溝通樞紐的 Call Center 為了與時俱進，除了委請資訊室協助調整系統簡化下單程序，減少重複性的動作，同時也進行組織調整，以「打造有溫度的客服中心」為目標，新成立『電訪課』主要負責主動關懷客戶並增加客戶黏著度，將節省下來的時間用來做更有價值的事。未來，我們也將針對訂貨系統進行使用者介面 (User Interface, UI) 及使用者經驗 (User Experience, UX) 優化，讓訂貨程序更直覺，降低錯單及相關的失誤成本，同時也讓系統結合廠方正在推行的簡訊推播系統，若客戶來電詢問飼料進度，將可根據系統計算司機送貨排程、目的地距離、車流甚至路況等，給客戶更精準地等待時間；另一方面，利用前段所述之智慧物聯網系統的提示，準確提醒客戶提前訂料，方便廠方生產及運輸排程；最後甚至找到最有價值的客戶，配合各路線業務人員主動出擊，給予專業的畜牧建議成為客戶的養殖虛擬顧問。

對比 AIOT 在數據彙整及資訊利用的便捷，客服人員具備溫度、關懷和探索動機，在客戶反映問題或不滿意的當下，客服人員可以經由經驗與感知，去描繪出顧客反應背後的真實動機和情緒，再以智慧物聯網及大數據分析所產生的專業建議資料庫，作為反應的依據，Call Center 將能夠從原本被動的模式轉為更積極主動的全方面服務，創造公司與客戶雙贏局面，真正做到精準溝通。