

服務通有限公司
International Service Access Limited

知識資本管理報告 2009
Intellectual Capital Report 2009



這報告協助我們更瞭解公司的強項及危機。智識資本是公司日後發展的一個重要指標，我們希望藉著這套簡單的管理工具，每年更新報告，讓持份者更清楚我們自己的定位，以至令公司可避免出現不必要的危機。減低持份者的風險，我們更希望藉此能更有效率地發揮我們公司已有的資源。

資料準備：服務通市場部
編寫：服務通總經理及市場部

日期：二零一零年二月五日

目錄

- 1) 服務通有限公司的簡介
 - 1.1) 業務簡介
 - 1.2) 公司架構
 - 1.3) 媒體報導
- 2) 服務通的理念
 - 2.1) 使命與宗旨
 - 2.2) 提供精益求精的服務
 - 2.3) 回饋社會
- 3) 持份者
 - 3.1) 持份者的期望
 - 3.2) 圖示：持份者
 - 3.3) 持份者的關注
- 4) 知識資本管理流程
 - 4.1) 流程
 - 4.2) 知識資本結構圖
- 5) 知識資本指標
 - 5.1) 人力資本
 - 5.2) 結構資本
 - 5.3) 關係資本
- 6) 風險分析及緩解措施
- 7) 服務通的展望

服務通有限公司的簡介

1.1) 業務簡介：

服務通有限公司（服務通）於 2001 年成立，作為香港的一間以服務品質檢定的中小企業公司，知識資本管理 (ICM) 便變得極為重要。香港知識產權署推出“知識資本管理 (ICM) 的顧問服務，正好讓我們有系統地整理我們的知識資本。

服務通是一間專門提供神秘顧客服務的公司，對公司員工及店鋪的服務檢核 (Server Audit)。服務通目前擁有 10 名全職員工及 100 多名外判員工，服務於 100 多個香港客戶。累積了超過九年的營銷經驗，我們的客戶數目均每年遞增。至今，我們已累積了超過 400 個客戶。



在 2002 年，我們將業務擴展至中國內地。我們在中國和香港均擁有優越的管理。



神秘顧客服務是由一連串的神秘調查及評估其公司的服務質素的一種工具，透過我們的神秘顧客服務，用戶能夠清晰地了解其公司的服務質素，及需要改善的地方。這項服務能覆蓋多方面和不同的工業，如餐飲業、零售業、酒店服務業、以至政府部門等等。我們的服務包括實地神秘調查、電話調查、和競爭對手評估調查。

本公司提供一站式神秘顧客服務給我們的用家，由計劃、推行、持續查考、和因應用家的環境因素和需要而變更我們的服務，我們有信心提供“零”麻煩的神秘顧客服務給各用家。

我們的主要產品和服務包括：

- 神秘檢測服務
- 包括：- 神秘顧客服務調查
- 食品及藥物新鮮檢測服務

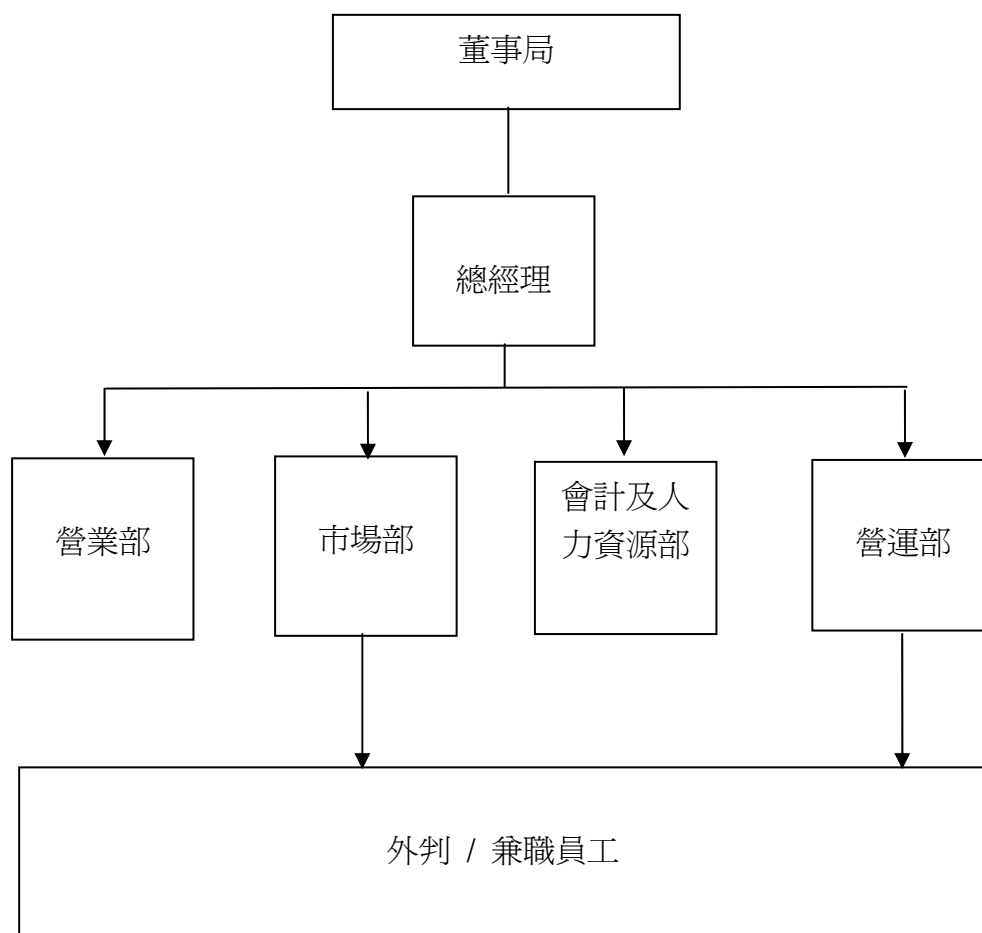
由 2001 年這項服務成立開始，我們不斷收到從各界的顧客給予很正面的回響。這段日子以來，在香港不同地方已經替顧客評估過超過 20,000 次的服務次數。當評估報告完成後，從我們專業的分析所得的資料能夠讓我們的客人對他們公司的服務質素有更清晰的認知和改善地方。

我們提供神秘顧客服務讓顧客更清楚自己前線員工的服務質素，藉著服務檢測獲得長期、穩定及即時的資料。

1.2) 公司架構

我們是一間小型的服務公司，公司全職員工只有十名，各施其職。除却全職員工，仍有數十至一百位外判/兼職員工在外工作。

架構圖



1.3) 媒體報導

本公司近年收到大量服務行業公司對神秘顧客服務計劃的查詢，可見香港消費者對服務質素的要求日益提高，及至本公司連月來廣受傳媒採訪，當中包括如無線電視、有線電視、SCMP 南華早報、明報、經濟導報、星島日報、一本便利及東週刊等，

2) 服務通的理念

2.1) 使命與宗旨

我們的使命

- 我們提供優質的服務。
- 我們提升香港以至中國的前線服務質素
- 提供價錢合理和有效率的服務給顧客
- 提供專業、有系統的服務給顧客
- 時刻警醒，在各方面都要保持最高的商業道德準則
- 提供神秘顧客高質素的訓練，以至今他們有充分的知識、能力、和建立正面的態度來達成我們的理想和使命

目標是要成為香港最好的神秘顧客服務公司，和在不久的將來成功打入中國大陸的市場。現時，我們已經在社會上成功建立很好的形象，還很榮幸地連續 6 年獲得社會的認同“商界展關懷”大獎 2004~2009 年度，但我們是不會滿足現狀的。

我們明白當一間公司的地點，價錢，和產品都不再有特別的優勢時，服務態度就成為了成功與否的關鍵。透過我們有十多年經驗的專業人仕隊伍，他們清楚明白到各行各業的需要和要求，我們就能夠提供更體貼更有質素的服務，例如透過調查及評估客戶公司的環境，產品品質，和顧客服務等等。

我們的宗旨

神秘顧客服務公司的宗旨十分簡單，它們集中在：

- 用最有效和最快捷的方法來提高我們顧客的服務質素和收益；
- 透過我們的服務，從而幫助我們顧客的公司去達到他們的目標；
- 嚴謹地從我們的資料庫選擇合適的神秘顧客，再提供高質素的訓練，才能夠確保我們所提供的服務是簡單而沒有麻煩。
- 時刻保持我們“高質素”和每一字的承諾。

2.2) 提供精益求精的服務

2005 年獲國際神秘顧客服務協會指定為香港會員，提供世界級的服務檢測水平。

神秘顧客協會

服務通是神秘顧客協會在香港唯一的一間神秘顧客服務供應商，神秘顧客協會在全世界上擁有超過 150 個成員，成員遍佈在美國、歐洲及亞太地區。神秘顧客協會負責監察及確保其會員所提供的的神秘顧客服務質素。



2.3) 回饋社會

我們亦致力回饋社會，因我們相信良好的社會氣氛更有助各企業的發展，各企業的發展亦有助我們公司的成長，最後達致三贏局面。我們所獲社會認可及獎項部份如下

- 連續六年獲 - 商界展關懷(Caring Company)證書，
- 連續三屆成爲匯豐銀行的「匯豐營商新動力」的優異獎
- 香港心理衛生會的「企業大使」嘉許狀
- 基督教女青年童會「你我有所求」

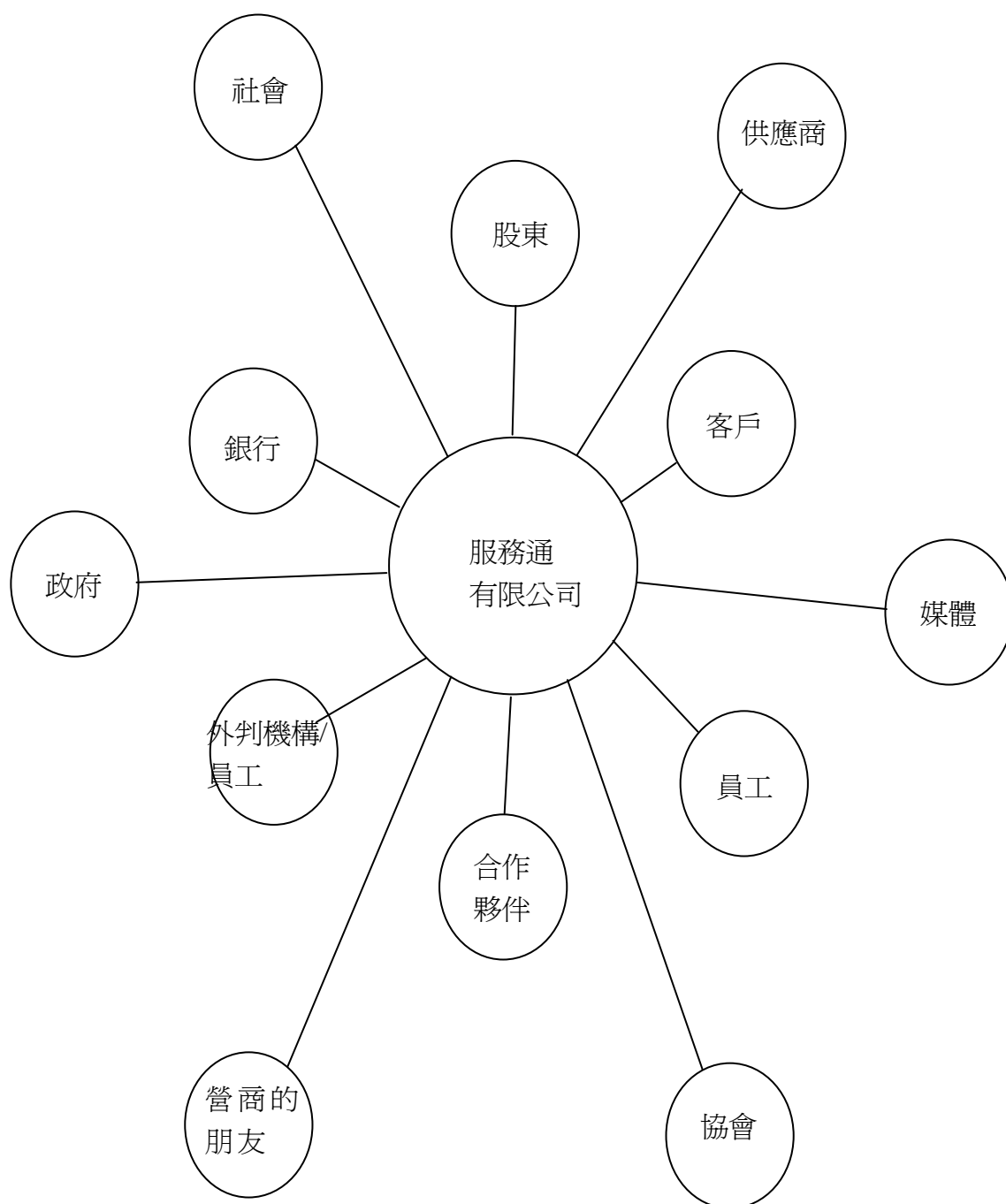


3) 持份者

3.1) 持份者的期望

我們以三贏為目標，公司、客戶以致社會。專注于滿足客戶及有價值的合作夥伴關係，與員工、股東、供應商和在的市民，我們致力達到各持份者不同的需要。與我們的運作和政策，以有效地滿足他們不斷我們堅持，基於雙贏公司理念的活動。我們包括所涉及的各方，例如服務和專業知識，最好的方法運用資源。

3.2) 圖示：持份者



3.3) 持份者的關注

持份者	關注
1. 股東	投資回報 企業價值 企業責任 社會地位
2. 客戶	優質服務 有效的解決方案 較低的成本 快速回應
3. 員工	較優的薪金 發展的空間 獎勵 同事間的關係 角色和職責 工作環境 繼續學習 團隊建設
4. 合作夥伴	服務範圍 服務水準 競爭優勢 公司網路結構
5. 外判機構/員工	較優的薪金 獎勵 同事間的關係 續約的機會 團隊建設
6. 銀行	風險管理 銀行的收入 政府對中小企業的支持
7. 供應商	銷售及收入 市場的新需求 發展的考慮因素 新產品和服務

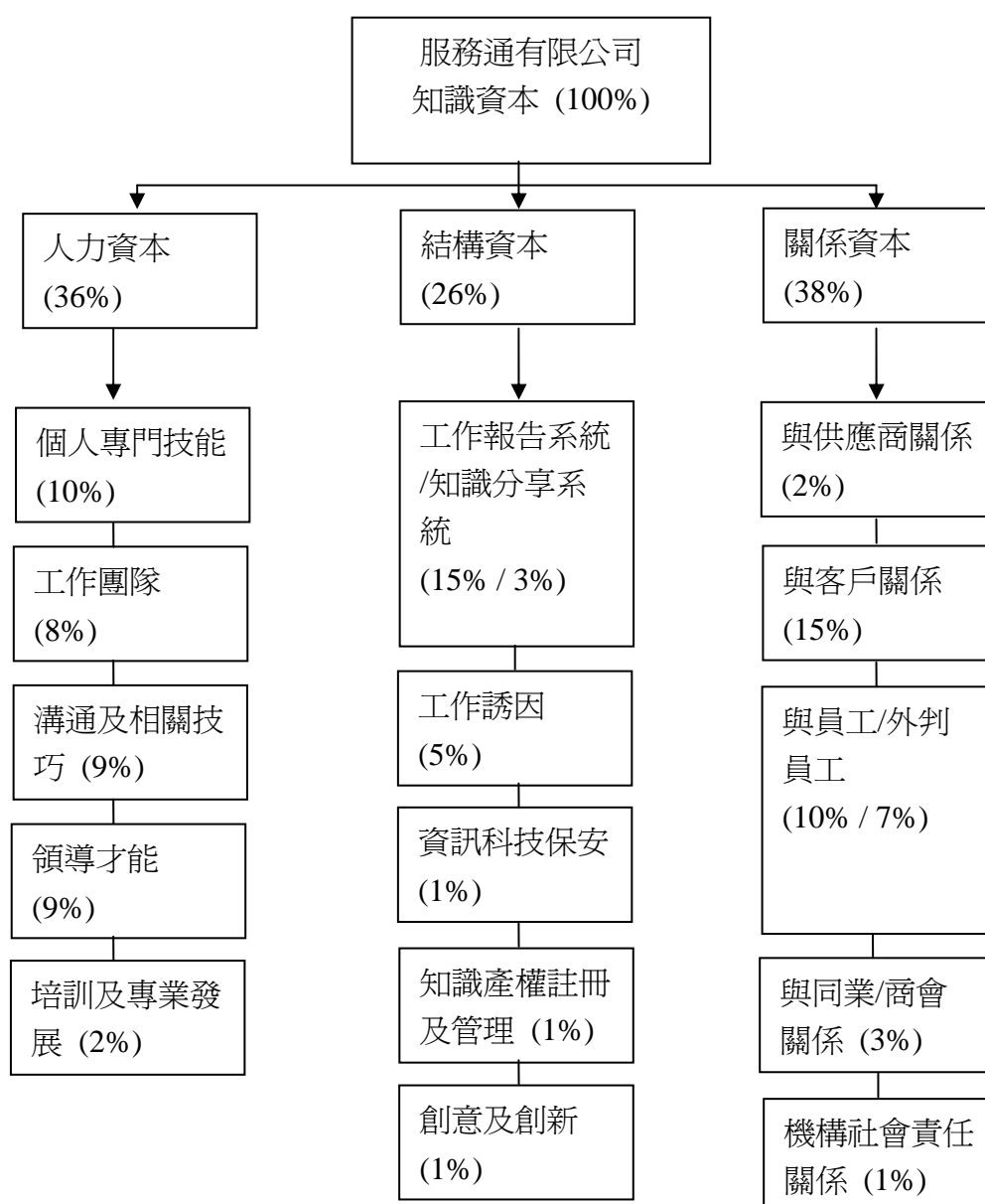
8. 媒體	<p>市民對特別行業的興趣</p> <p>中小企業對本地經濟的影響</p> <p>對政府政策的意見</p>
9. 協會	<p>從神秘顧客協會(MSPA)及營商友導協進會中認識的生意伙伴</p> <p>與業界分享經驗</p> <p>該行業的貢獻</p> <p>協同業界的生意</p>
10. 營商的朋友	<p>接收或提供支援</p> <p>對生意更瞭解</p> <p>一同感受成功</p>
8. 政府	<p>扶助弱勢中小企業</p> <p>加強業內人士溝通</p> <p>平衡社會資源</p>
9. 社會	<p>社會責任</p> <p>達致綠色的生活環境</p> <p>提升人民生活質素</p>

4) 知識資本管理流程

4.1) 流程

- 讓全體員工參與，發表及提供各部門及不同識級的知識。
- 分析我們現有有價值的知識，有系統地紀錄成爲可在我公司
- 根據我們現有的知識資本找出其它可發展的商機，
- 評估公司風險，以知識資產提供有效的策略以減低業務風險。

4.2) 智識資本結構圖



5)知識資本指標

資本	指標
人力資本	<p>專業知識：100%的全職員工接受了專業的神秘顧客服務培訓</p> <p>學歷：20%員工為碩士生</p> <p>工作經驗：40%員工達10年以上的工作經驗。</p> <p>團隊精神——團隊理解其作用的貢獻和尋求說明，從其他業務單位。</p> <p>管理經驗：不同的業務單位領導人帶領球隊的富有成果的結果。</p> <p>發展：鼓勵同事參加相關培訓、講座、商務訪問和聚會。</p> <p>溝通：除却每週例會，全體員工更有不定時的〈與總經理對話〉，以及定時的電郵匯報。</p>
結構資本	<p>專業行業協會指引：MSPA 提供了各方面的手則與專業指引，例如誠信指引、態度指引。</p> <p>工作手冊：的知識採用模型與客戶服務模式，使我們有機會繼續改善。</p> <p>系統：不同的 IT 系統以滿足外判員工的需要。</p>
關係資本	<p>聯會及組織：總經理為營商友導協進會主席。</p> <p>與政府關係良好：總經理連續六年為工業貿易署中小企業諮詢委員</p> <p>與職業訓練局關係良好：提供師友計劃於各 IVE 院校，學校亦提供優異人才。</p>

6) 風險分析及緩解措施

我們對以下風險設置了緩解計畫。

- * 市場溝通：每天超過 100 個電話與外判 / 兼職員工緊密溝通，以取得最快資訊。
- * 員工：多渠道正式與非正式會議讓同事溝通及分享工作感受。
- * 客戶：定時問卷調查，對我們員工及公司的意見。
- * 競爭對手：定時每週網上研究競爭對手的動向，以及現時公司在市場上的位置。
- * 國際同軌：定時參與國際業界的專業培訓，令服務準則貼近國際標準。
- * 資金流：為減低突發性資金流短缺，我們申請了四間不同銀行的透支額，以備不時之需。
- * 合作夥伴：創雙贏策略，我們公司對供應商從不拖延數期。
- * 服務水準：仔細設計及定時檢討相關的服務流程。記錄的事件以調整相應的服務水準。

7) 服務通的展望

建基於現有的基礎與知識，我們首先穩定現有客群，更深入發展現有客群。

往後，於 2010 年中將會積極異尋求可發展的空間，南中國將會是提我們另一個更大的生意增長點。

員工及專業知識將我們從競爭對手中分別出來，故此加強員工培訓及新增員工也會是公司未來的方向。把知識更系統化收集與整理亦甚為重要，故此，市場部員工將會承擔起此重任。

總括而言，對我們認為智識資本管理作為一種非常有用的工具，尤其對於我們這種小型服務公司，無形資產便是我們所有資產。我們會每年也進一步改善和檢討我們定期的知識資本管理。為此，我們有信心的我們會為更好地為現有客戶及持份者服務，並更有效地發展更大的市場。