

The Amazon logo is displayed in white on a dark blue rectangular background. It consists of the word "amazon" in a lowercase, sans-serif font, with a yellow curved arrow underneath it that starts under the letter 'a' and ends under the letter 'z'.

時局再亂也不怕 亞馬遜如何  
靠「尊榮會員」服務，讓1.5  
億人不變心？



》》 亞馬遜的客戶成功心法：  
專注服務顧客，比擊敗競爭者更重要

# Amazon 西雅圖總部



# 專注顧客，而非競爭者

- 1 官網的企業介紹中，「顧客」這兩個字，無所不在。
- 2 「顧客至上」精神：領導者的工作從顧客出發.....，他們盡全力爭取並維持顧客的信任；雖然他們也注意競爭者，但更在乎顧客。

# 所有員工都是客服人員

- 1 不斷改善服務，是為了顧客而創新。
- 2 貝佐斯在2018年致股東，「我最愛顧客的其中一點，是他們永遠都不滿足.....這是人類的天性。所以，你永遠都不能滿足於自己的成就，因為顧客不允許。」

# 顧客的不滿意是動力

- 1 從一個最基本的功夫做起：  
網購商品配送
- 2 推出智慧車牌和智慧門鈴，讓  
顧客授權快遞人員透過手機開  
鎖，將包裹放在顧客的車裡或  
家中。



# 為了顧客而進步、創新

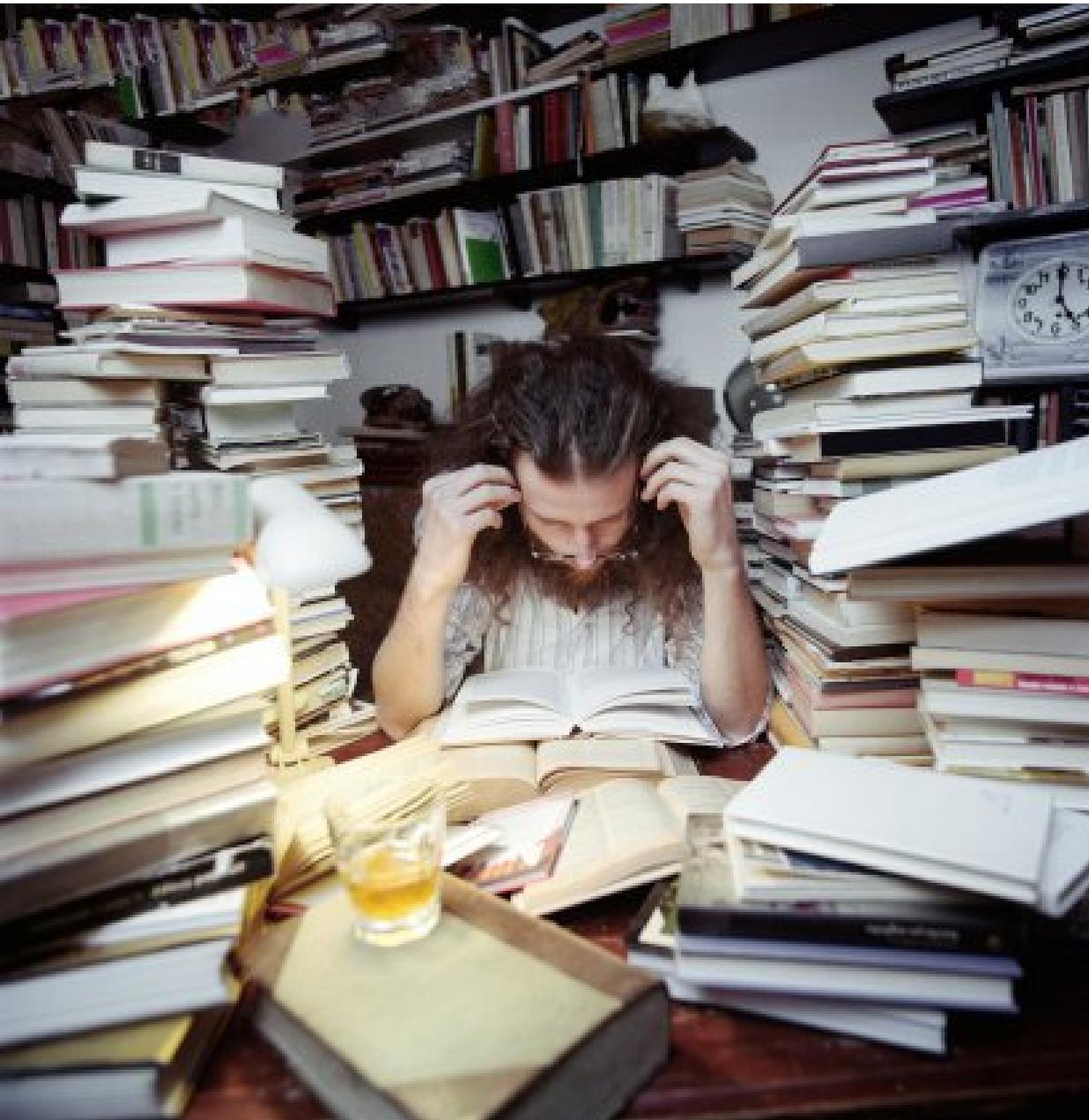
1

「亞馬遜是一家不斷思考『如何讓顧客的生活更便利』的創新型企業，」《哈佛商業評論》形容。

2

商品配送為亞馬遜吸引全球1.5億消費者成為Prime付費會員的競爭優勢，2011到2018年，連續8年獲得美國消費者滿意調查（American Customer Satisfaction Index）第一名。





思考

持續創新



# 服務

# 使用知識三種方式

#1 把個人知識與**任務**和**項目**結合起來

---

#2 把個人知識轉化為**專利形式**

---

#3 把個人知識產品化，提供**產品**和**服務**

---

THE END

---

謝謝