



## 媒體報導

日期：2011年12月19日（星期一）

資料來源：信報 - 港聞

標題：四成服務員指女客最麻煩

# 四成服務員指女客最麻煩

當女性在現代社會不只能頂半邊天，更重要的是普遍愈來愈有錢以至愈來愈肯花錢，有僱員服務顧問10月街頭訪問500名職務上要跟顧客直接接觸的在職人士，超過一半都認為，顧客的麻煩程度與性別有關，當中又有八成認為，女性顧客尤其麻煩。換言之，即有至少四成服務從業員對女性顧客或多或少都有不滿。

至於在所有受訪者眼中的麻煩顧客，27%人指是提出無理或超出他們服務範圍的要求，其次就分別是說話大聲與對服務或貨品諸多挑剔，分別有26%與25%。負責調查的機構建議，前線服務人員招呼顧客時應展示誠意，說話的語氣要平和；管理人員也要為員工提供職前及情緒培訓，讓他們更好掌握服務顧客技巧。雖則作為打工仔，受客戶氣確是很難受，但不少有關女性消費心理的研究都指，女性確是麻煩有理；若能從女性顧客的角度看問題，或許可令一眾服務從業員更有理由專業一點。

翻查資料，一間替Nike等大企業專門針對女性設計產品及營銷策略的公司Smart Design，2009年根據耶魯大學一項調查作跟進研究，便發現女性消費者尤其是家庭主婦，基於要兼顧家庭生活，日常真正屬於自己的時間較男性更少，故最重視產品能如何令她們節省時間及更輕鬆生活。

更重要的是，基於女性對銷售人員的態度也會較男性敏感，她們作出任何消費的決定時，着重的不單是產品本身，店面環境與銷售人員態度更會是最後關鍵。