

航空飲食服務(香港)有限公司市場推廣及客戶服務經理張蔚蔚 (Joanne)。

CATHAY PACIFIC CATERING SERVICES

SWIRE



以誠待人 以客為先
空膳公司矢志成為最佳空廚



有「香港最大空中廚房」之稱的國泰航空飲食服務(香港)有限公司(CPCS)，始於1967年，憑著頂級的烹調技術及航空膳食方面的專業經驗，經歷40多年的努力，逐步發展為本港著名的航空飲食供應公司。現時CPCS是香港最大的空廚，亦是全球最先進的空廚之一。公司多年來矢志成為亞太區最佳的航空飲食服務公司，並致力為客戶提供優質的空膳服務。

CATHAY PACIFIC
CATERING SERVICES

「員工、客戶及公司的關係是緊扣的，員工做到從心出發，顧客自然開心，業務亦會有所增長，公司也可以投放更多的資源到員工身上。」



Joanne 表示公司會定出清晰的指引，讓前線員工與客戶聯絡和溝通。

建立互信關係 維持長期合作

航空業在這數十年間發展非常迅速，亦帶動了相關的行業，其中航空飲食服務業正是深受其惠。國泰航空飲食服務（香港）有限公司市場推廣及客戶服務經理張蔚蔚（Joanne）表示，CPCS從幾十年前製作幾千餐量到現在平均每天 57,000 份，足見公司有巨大的發展潛力，而這樣的成績與CPCS努力不懈地實踐客戶關係管理工作不無關係。

她指出，市場已由一個簡單的買賣模式轉變為與客戶建立合作關係及共同的價值觀，「CPCS的業務性質為 B2B（企業間的市場活動），故要與客戶建立長期性的合作夥伴關係，藉此協助企業管理銷售循環，以招徠新客戶、保留現有客戶、提升企業和客戶的關係，而現時公司有近 40% 的客戶的合作時間已超過 15 至 20 年。」

完善管理系統 上下各有角色

Joanne 指推行客戶關係管理時，於科技運用、工作程序及人手調配上都作了一系列的整合。「為了管理新舊客戶，我們建立了一個完善的資料庫，仔細記錄有關客戶的背景、公司架構、交易狀況、合約條文以及拜訪活動等等。同時，亦定立服務標準，針對顧客所提出的問題或需求，進行相應的管理和調整。」例如有回教信仰的客戶，CPCS會另闢廚房烹煮食物，房內不容豬肉及酒類飲品的出現；又如日本客戶要求日本廚房由日籍廚師主理，以及所有用料器具均要選用日本所生產的，CPCS都會一一滿足客人的要求。此外，公司亦會透過不同渠道收集客戶意見作參考，以提升產品及服務的質素。



CPCS指推行客戶關係管理時，於科技運用、工作程序及人手調配上都作了一系列的整合。

CPCS 的客戶關係管理計畫亦重視員工的參與，會透過不同層面和部門推行計畫。Joanne 謂：「由廚務部、航務部、價格及合約策畫到客戶經理，從前線（基層）到管理層的員工等，各部門都要提供相關的客戶資料以完善資料庫。而直接與客戶聯絡的部門，例如廚務部、航務部、價格及合約策畫部等，都會指派固定的同事跟進固定的客戶。」可見 CPCS 努力為客戶與員工提供一個良好的溝通渠道，以建立互信及鞏固與顧客的合作關係。



CPCS 重視公司與員工的關係，會定期舉行聯誼活動讓各員工一同參與。



推行客戶關係管理需要員工的積極參與，工作目標才能夠順利達到，惠及客戶、員工與企業。

鼓勵員工參與 提供多元培訓

「在日常工作中，航務部的餐務聯絡主任要負責協調運送飛機餐到航班上，與機艙服務員在關於餐的類別、數量、補餐等作出安排；管理層方面，負責品質控制和價格合約的協商，以及培訓員工，故他們如能培訓出優良的員工，對於他們在品質和合約的洽談上是有一定的幫助。」Joanne指出前線員工會最先與客戶會面，故他們如同CPCS大使，須先給客戶一個良好印象；管理層就如教練般，負責指導及培訓員工，以及監控品質及服務水平。

因此，CPCS為了鼓勵員工參與計畫，便為他們提供各類培訓。例如開辦語言培訓課程，加強員工的聽講及書寫能力，主要包括英語、普通話及日語等語言課程；Joanne表示：「員工能夠以客戶慣用的語言與他們聯絡，會使客戶倍覺親切，溝通變得方便外，員工工作更見效率。」此外，資深員工更會被派往學術機構進修，擴闊他們的視野，以及提升客戶服務技巧；亦會安排廚師到其他航空公司及酒店的廚房參觀，與同行作經驗和知識交流。

推出獎勵計畫 成功留住人才

員工在客戶關係管理計畫中表現出色，CPCS亦樂意向員工作出加許，因此推出一系列獎勵計畫。如「傑出之星獎勵計畫」正是獎勵於客戶服務工作上有優秀表現的員工；「傑出員工獎勵計劃」為表揚得到客戶讚賞的傑出員工而設。Joanne又謂，公司內部亦會有表現評核，分別是年終評核及試用期終結評核，客戶服務的表現是其中一個很重要的考慮因素。

員工晉升方面，CPCS更成立了1年制的「餐務聯絡助理培訓計畫」，讓前線客戶服務員有機會由餐務聯絡助理擢升至主任或管理層。Joanne透露：「選擇晉升某位員工時，公司首要考慮員工能否為客戶提供良好的服務。」綜觀CPCS員工的工作年資，可以發現有47%的員工在公司工作超過10年，可見推行客戶關係管理計畫時配合適當的獎勵及晉升制度，可助公司挽留人才。

Joanne 坦言推行客戶關係管理之初，因同事不太了解這計畫對員工、客戶及公司是有著長遠利益，故效果未見顯著。後來，公司透過定期的培訓班，成功扭轉員工於客戶服務的價值觀，並取得預期效果。她更認為：「員工、客戶及公司的關係是緊扣的，員工做到從心出發，顧客自然開心，業務亦會有所增長，公司也可以投放更多的資源到員工身上。」J

