



# 致理科技大學

## 商務科技管理系 實務專題報告



### AI 客服服務行銷之研究

指導老師：陳明郁

學生：袁融 (10933247)

徐銘 (10933249)

邱冠霖 (10933261)

中華民國 112 年 12 月

# 致理科技大學

## 商務科技管理系 實務專題報告

### AI 客服服務行銷之研究

學生：袁融（10933247）

徐銘（10933249）

邱冠霖（10933261）

本成果報告書經審查及口試合格特此證明  
指導老師（親簽）：\_\_\_\_\_

中華民國 112 年 12 月

# CTM 實務專題研究授權書

本授權書所授權之實務專題研究為 AI 客服服務行銷之研究 共 3 人，  
在致理科技大學商務科技管理系 112 學年度第 1 學期完成商管實務專題。  
商管實務專題名稱：

AI 客服服務行銷之研究

同意 不同意 本組同學共3人，皆同意著作財產權之論文全文資料，授予教育部指定送繳之圖書館及本人畢業學校圖書館，為學術研究之目的以各種方法重製，或為上述目的在授權他人以各種方法重製，不限地域與時間，惟每人以一份為限。

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬性發行權利。依本授權所為之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。上述同意與不同意之欄位若未勾選，該組同學皆同意視同授權。

指導教授姓名(親筆正楷)：

專題生簽名(親筆正楷)：

學號：

專題生簽名(親筆正楷)：

學號：

專題生簽名(親筆正楷)：

學號：

專題生簽名(親筆正楷)：

學號：

專題生簽名(親筆正楷)：

學號：

中華民國      年      月      日

# 誌謝

首先，感謝主辦單位的辛勞與付出。在這次活動中，你們的努力讓整個過程順利而有序。感謝你們為我們提供這個展現自己的機會，我深感榮幸能夠參與其中。

感謝所有協助的同學們，你們的團隊合作和互助精神讓我們攜手度過了每一個挑戰。大家的共同努力使得這次活動更加精彩和成功，真心感謝你們的協助與陪伴。

特別感謝指導我們的老師，您的悉心指導和耐心教導讓我們在學習中獲益良多。您的啟發與引導使我們能夠更好地理解 and 應用知識，謝謝您在我們成長過程中的陪伴。

最後，感謝家人和朋友的支持。是你們的鼓勵、包容和無盡的愛讓我堅持走到這一步。謝謝你們在我生命中的重要作用，我感到非常幸運擁有你們。

# 摘要

在科技不斷進步下，人工智慧(AI)與我們的生活產生越來越多的連結，許多大型廠商逐漸以 AI 替代人工的服務流程，或者開發新型 AI 服務系統，或將部分繁瑣的事情交由 AI 來替代處理。過去許多購物平台，大都以傳統人工方式進行客服回應，一次為一個客人進行逐項服務，例如處理瑕疵產品、退貨、維修等服務，需要花費的人力及時間非常繁雜。近年，AI 創新服務技術興起風潮，並逐漸擴及 AI 客服系統。本研究結合質化訪談和量化調查法，希望可以藉此了解網路購物平台的顧客對人工客服及 AI 客服使用習慣之接受狀況、滿意狀況的差異，並進而提供廠商對引進 AI 客服系統的可能建議。首先，我們從訪談的結果發現，多數經營網購或者電信相關服務的業者對於引進 AI 客服以縮減人力成本、提高服務效能等具有高度興趣。而從量化分析結果發現，經由問卷調查分析，我們發現顧客對於網購服務流程，最不能接受的狀況有無法即時解決客戶反映的問題、問題處理時程太過緩慢、問題處理步驟太過繁複等，綜合彙整顧客意見，我們從中分析整理可行的改善方案，結合現行 AI 工具，提出可供廠商立即解決問題的實施範例，期能藉此來提高顧客對網購、售後服務流程的滿意度。

關鍵詞：人工智慧、購物平台、客服、服務流程

# 目 錄

授權書 .....	i
誌 謝 .....	ii
摘 要 .....	iii
目 錄 .....	iv-v
圖目錄 .....	vi
表目錄 .....	vii
第一章 緒論 .....	1
第一節 研究動機 .....	1
第二節 研究目的.....	2-3
第二章 文獻探討 .....	4
第一節 AI 客服的未來潛力 .....	4
第二節 AI 階梯式發展優勢.....	4
第三節 AI 的市場需求 .....	5
第四節 AI 的平台服務 .....	5-6
第三章 研究方法與步驟 .....	7
第一節 研究方法 .....	7
第二節 AI 階梯式發展優勢.....	7
第二節之一 文獻探討-理論基礎之研究.....	7
第二節之二 產品與系統介紹.....	8
第二節之三 次級資料分析-產業情報分析.....	8
第二節之四 消費者情報分析.....	8
第二節之五 行銷 7P 戰術擬定.....	8
第二節之六 營收預估與財務規劃 .....	9
第二節之七 結論與貢獻.....	9
第四章 產品與服務內容.....	10
第一節 系統概念 .....	10-11
第五章 市場環境與競爭分析 .....	12
第一節 大環境趨勢情報分析.....	12

第二節 產業情報分析 .....	13
第三節 競爭者情報分析 .....	13-14
第四節 消費者情報分析 .....	14-15
第五節 市場目標定位分析 .....	16-17
第五節之一 市場區隔 .....	16
第五節之二 目標市場 .....	16
第五節之三 商品定位 .....	17
第六章 行銷策略 .....	18
第一節 產品策略 .....	18
第二節 價格策略 .....	18
第三節 宣傳促銷策略 .....	18-19
第四節 通路策略 .....	19
第五節 人員訓練策略 .....	19
第六節 有形展示策略 .....	20
第七節 服務流程策略 .....	20
第七章 問卷調查 .....	21
第一節 深度訪談 .....	21
第一節 深度訪談結果 .....	21
第二節 形成命題凝聚共識 .....	22
第三節 問卷設計 .....	22-23
第四節 資料分析與結果討論 .....	23-25
第八章 結論與貢獻 .....	26
第一節 結論 .....	26
第二節 效益說明 .....	26
參考文獻 .....	27-28
附錄一 .....	29-30
附錄二 .....	31-33
附錄三 .....	34-36

# 圖目錄

圖 1 評估研究圖 .....	7
圖 2 成果展示圖 .....	10
圖 3 python 程式碼展示圖 .....	11
圖 4 python 程式碼展示圖 .....	11
圖 5 結果展示圖 .....	11
圖 6 「AI 客服」五力分析圖 .....	13
圖 7 AI 客服問卷探討圖 .....	23
圖 8 AI 客服問卷探討圖 .....	23
圖 9 AI 客服問卷探討圖 .....	24
圖 10 AI 客服問卷探討圖 .....	24
圖 11 AI 客服問卷探討圖 .....	24



# 表 目 錄

表 1 PEST 分析 .....	12
表 2 競爭者情報分析 .....	14
表 3 SWOT 分析 .....	15
表 4 市場區隔 .....	16
表 5 目標市場 .....	16