探討雲端科技及體驗行銷對服務創新的影響－以健康事業為例

INFLUENCES OF CLOUD TECHNOLOGY AND EXPERIMENTAL MARKETING ON SERVICE INNOVATION-THE CASE OF HEALTH BUSINESSES

余依宸

輔英科技大學健康事業管理所研究生

包怡芬

輔英科技大學健康事業管理所副教授

Yi-Chen Yu

Graduate Student, Graduate Institute of Health-Business Administration, Fooyin University

Yi-Feng Pao

Associate Professor, Graduate Institute of Health-Business Administration, Fooyin University

摘要

目的：本研究探討雲端科技與體驗行銷，對於服務創新的影響。目的有三點：(1)了解不同健康產業的科技服務創新與體驗行銷模式。(2)探討服務雲端科技化與服務創新的影響。(3)探討體驗行銷策略對服務創新的影響。

方法：本文採取立意取樣半結構式訪談法，以高雄市三家不同類型的健康產業公司三位主任級以上之主管，採質性個案研究法進行資料蒐集及分析，事先擬定訪談大綱並郵寄電子信件給訪談對象，訪談方式以一對一視訊方式深入訪談法，每位訪談時間進行 40 至 50 分鐘，受訪者均知情同意採全程錄音方式記錄，並轉譯為逐字稿進行質性分析，針對產業雲端科技、體驗行銷、服務創新三大議題，進行各產業的資訊比較，歸納出不同事業的差異性及主要構念和文獻探究其要點。

結果：長照產業與其他產業比較起來所使用的創新科技較少。健康產業業者，雲端科技技術若有專門審核技術的部門，其進步越快且精密化；健康產業，雲端科技創新的部份，若有漸進式創新，隨著規模越大，根本式創新的部分亦同時並進。科技創

新的部分，注重標準化流程和顧客互動的技術開發。體驗行銷若結合科技線上體驗的健康產業，項目越多元化，越接近體驗行銷模組，也就越貼近顧客需求，並結合其他行銷方式擴展業務，而若加入科技層面，將可降低培訓成本。

結論：有設專門審核技術的部門，其雲端科技技術進步越快且精密化，因此企業設立專屬技術審核部門，結合雲端科技創新與標準化流程和顧客互動體驗，則可降低培訓成本、貼近顧客需求並加速服務創新。

關鍵字: 服務創新、科技應用、體驗行銷、策略體驗模組