

工業工程專題

應用FMEA 和Service Family 進行 服務創新——以居家服務公司為例

第八組

指導教授：邱銘傳 老師

學 生：余宛蓓、黃哲憫、楊 堅



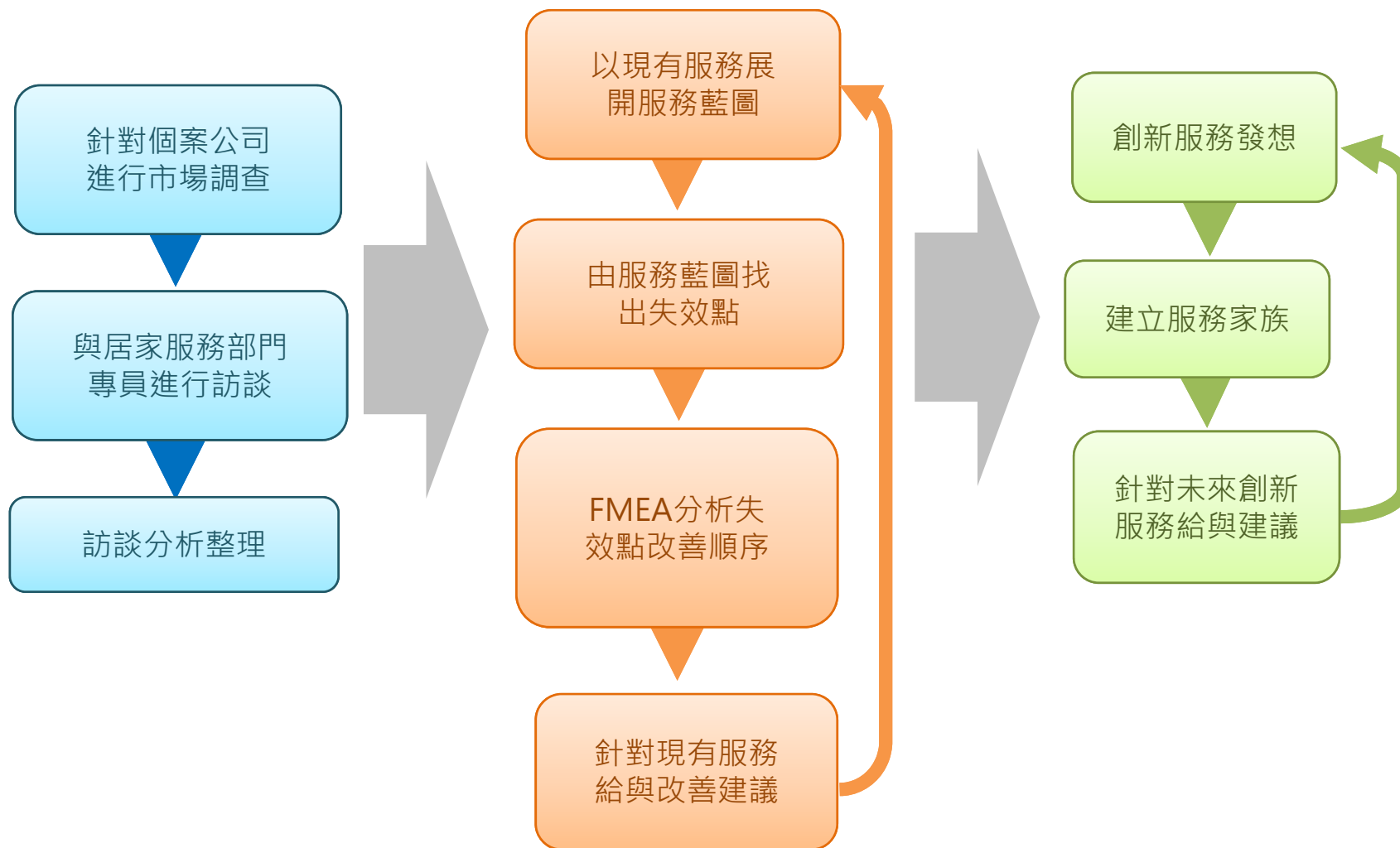
國立清華大學
National Tsing Hua University



研究動機與目的

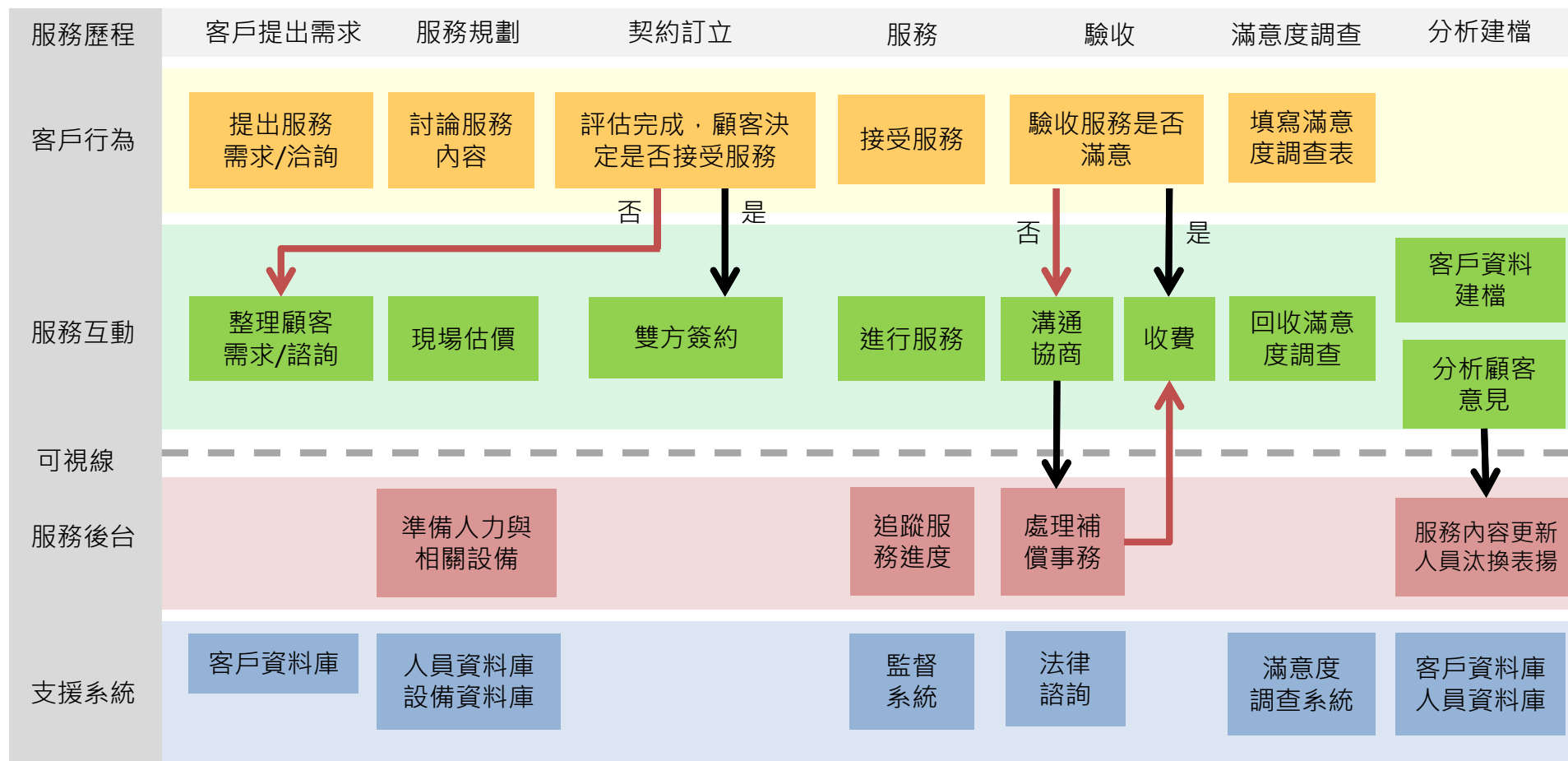
居家服務 (In-homeservices) 是以客戶所熟悉的居住環境做為服務提供場所之服務。從傢俱、裝潢材質的保養、衣物的送洗、洗衣整燙、膳食料理、孩童照顧、接送陪伴、到一般的家務整理清潔等工作，都屬於居家服務的範疇。而經統計資料，從2007年到2012年，客戶對於居家服務的需求有了兩倍的成長，而服務件數更成長了五倍之多，目前全國家務代勞產值，超過新台幣四百億，商機十分驚人，所以本研究希望藉由**改善現有居家服務之流程**並結合**創新服務**，設計一個低成本、高報酬的服務包裹，以期能提供消費者更創新、更多元的選擇，提升個案公司的居家服務的市場競爭力。

研究方法流程圖





服務藍圖展開

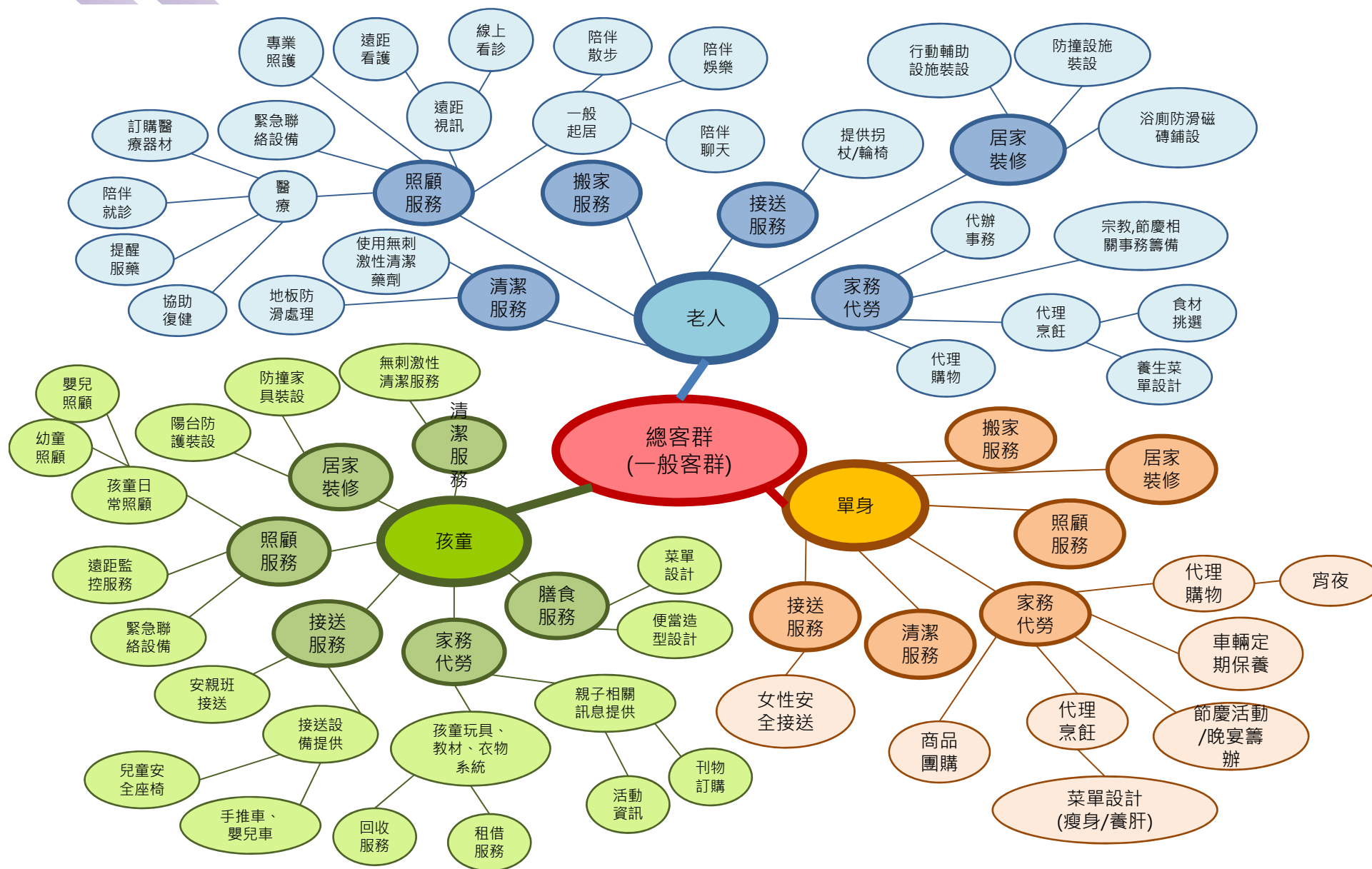




失效模式與效應分析(FMEA)

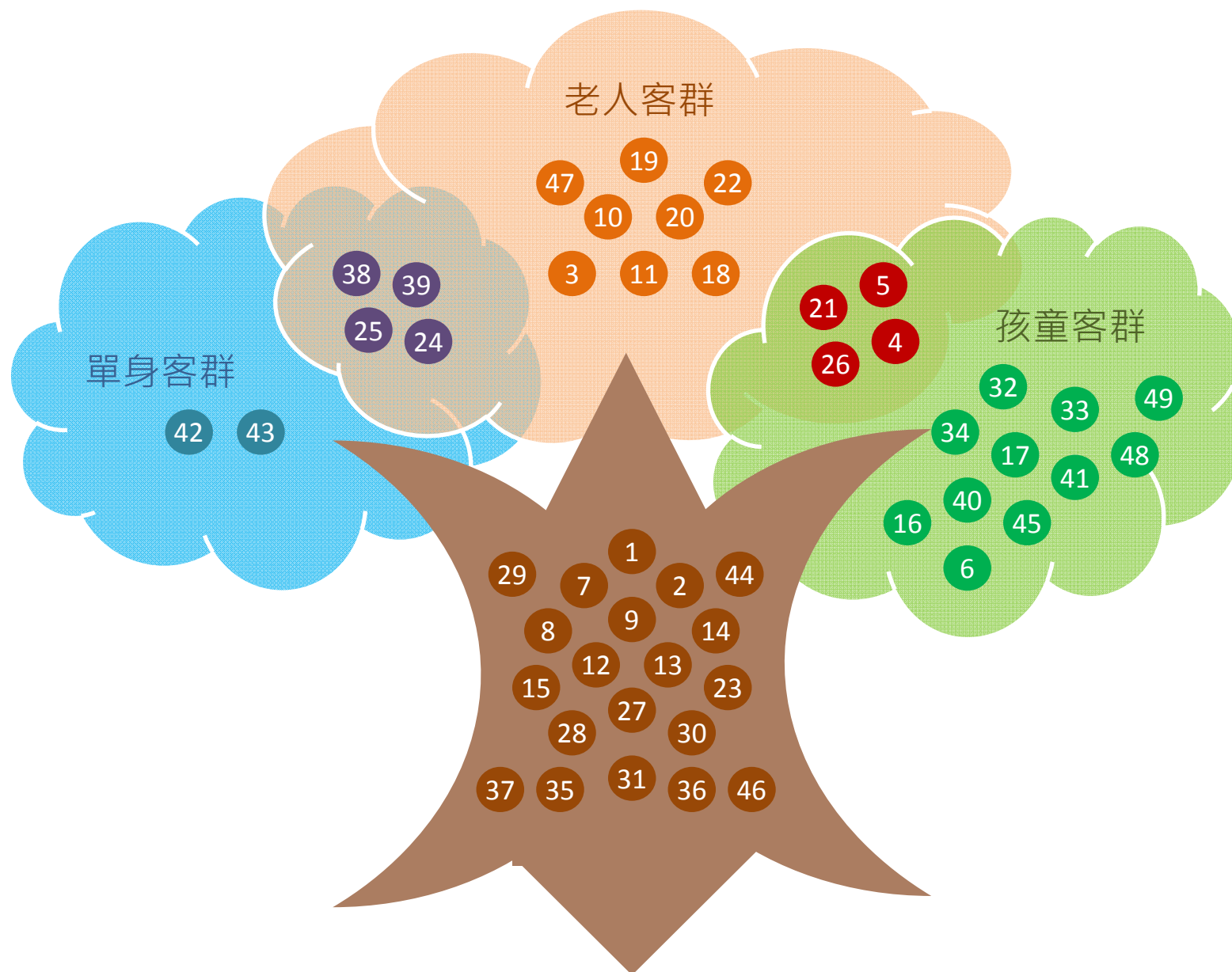
針對各個可能發生的失效點，觀察每個服務步驟的潛在缺失，定義每個服務作業的潛在缺失之嚴重性（Severity）、可偵測性（Detection）及發生性（Occurrence）且進一步訂定評量的基準表以做為服務步驟風險衡量的依據，並將S、O、D之評比結果相乘，求得每個服務步驟的潛在缺失之總合風險數值（Risk Priority Number RPN， $RPN=S*O*D$ ），並依據RPN值之大小進行排序，以訂立處理居家服務流程缺失之先後順序。

創新服務發想





創新服務包裹意識圖





研究結論

本研究改善現有居家服務的失效點，提升顧客滿意度，並透過創新發想發展出符合未來市場的潛在服務項目與客戶群，最後透過服務的組合減低成本，相較其他市場更有優勢，間接達到提高客戶忠誠度的最終目標，並結合台灣首位的房仲佔有率優勢到居家服務內，使服務涵蓋範圍更廣。在房仲與居家服務相輔互助下，得到一加一大於二的效果。

