

幸福巴士 GO—幸福了沒？！

適用課程

行銷管理、消費者行為、商業營運模式

教學目標

1. 使學生了解行銷溝通對旅遊服務業的功能與品質效果。
2. 使學生認識消費者對旅遊服務品質的需求，進一步討論提升服務品質的策略。
3. 透過本個案討論，可思考擴展至其他文創產業的行銷溝通規劃。

教材

陳明萱(2010)：幸福巴士 GO—幸福了沒？！，光華管理個案收錄庫(KMCC)個案編號：2-10012-11。

請討論

1. 參加旅遊活動的消費決策過程？
2. 導遊江小姐為參加『幸福巴士 GO』團員服務的立場？
3. 江小姐在這天『北埔一日遊』旅程中，有否服務處置不周之處？
4. 劉太太的好意是否影響服務品質？若有，是否適當？
5. 幸福巴士 GO 的行銷溝通是否完整傳遞了服務內容訊息？
6. 江小姐有需要改進加強的地方嗎？