

## 第二章應用案例

### 應用案例 2.1

#### 讓評估快速執行！

這個事件在許多地方都有報導，並且已經成為說明必須確認問題的經典範例。Ackoff（如 Larson, 1987 所摘錄）描述了在高樓層飯店中有關於電梯速度過慢的客訴管理。在試了許多方法以減少客訴之後，包括設定通往不同樓層的電梯、增加操作人員等，管理階層決定真正的問題不是實際 (actual) 等待時間，而是「認知」(perceived) 上等待時間。所以，解決方法為在每一層樓的電梯門上裝設全身鏡。如 Hesse 與 Woolsey (1975) 指出，「女性會看著鏡中的自己整裝，男性則會看著女性，不知不覺中，電梯來了。」藉由減少認知等待時間解決了問題。Baker 與 Cameron (1996) 提供了幾個分散注意的其他例子，包括照明、展示等，組織可以用來減少認知等待時間。如果真正的問題為認知等待時間，在提出的解決方法與成本上會有很大的不同。例如，全身鏡的成本可能比新增加一部電梯要少許多。

資料來源：Based on J. Baker and M. Cameron, "The Effects of the Service Environment on Affect and Consumer Perception of Waiting Time: An Integrative Review and Research Propositions," *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 24, September 1996, pp. 338-349; R. Hesse and G. Woolsey, *Applied Management Science: A Quick and Dirty Approach*, SRA Inc., Chicago, 1975; R. C. Larson, "Perspectives on Queues: Social Justice and the Psychology of Queuing," *Operations Research*, Vol. 35, No. 6, November/December 1987, pp. 895-905.

## 應用案例 2.2

### 博物館的高階技術：RFID 讓藝術活過來

一般而言，最新技術不是博物館的專長。然而，一些博物館現在使用高科技裝置來了解訪客（顧客）以判斷訪客希望見到的事物為何（需求）以及希望何時見到。有手持裝置的訪客在史密斯博物館的幾處可以看到地圖、進入展示品的互動名單、獲得協助，找出特定項目位置、找到導覽行程時間、觀看包括未在樓面中展出者的影片與圖片與其他訪客進行即時通訊 (instant message, IM) 以及取得群體中其他人資訊。史密斯博物館希望此名叫 Siguide 的系統能夠帶給訪客更佳的參觀經驗，讓訪客能夠更有效地利用參觀時間。它可以推廣各種未充分利用的展示，根據系統偵測到的訪客興趣，向適當的群眾推廣。透過定位追蹤技術，系統可以追蹤對特定展示或展示種類的需求，並且史密斯博物館可以對未來展示制定出更佳決策。

克里夫蘭美術館更進一步地利用無線射頻識別 (radio frequency identification, RFID) 的追蹤技術。該系統收集訪客使用的展示詳細資料，並且幫助判斷個人與群體行為已確認高需求展示，它能夠追蹤博物館的參觀與動線模式，最後產生每一位訪客的個人化經驗。

丹麥阿爾路斯的自然歷史博物館將 RFID 標籤放在 50 隻標本鳥展示旁邊，使用 PDA 的訪客可以進入所儲存的文字、問題與視聽影片。有些博物館使用 RFID 標示館藏，進行內部追蹤。

資料來源：Based on C. Lindquist, "Magical History Tour," CIO, July 15, 2005; S. Hsi and H. Fait, "RFID Enhances Visitors' Museum Experience at the Exploratorium," *Communications of the ACM*, Vol. 48, No. 9, September 2005, pp. 60-65; and F. Khan, "Museum Puts Tags on Stuffed Birds," *RFID Journal*, September 7, 2004.