

顧 客

顧客的定義是什麼？顧客的「顧」就是拜訪、光顧的意思，「客」是指來賓、客人，還有以客禮相待的意思。「顧客」是指前來購買東西的人或要求服務的對象，包括組織和個人。凡是已經來購買和可能來購買你的產品或服務的單位和個人都可以算是顧客，所以顧客就是指所有享受服務的人或機構。顧客現在也常稱為「消費者」，他們可能是最終的消費者、代理人或供應鏈內的中間人。

國際標準組織（ISO）則將顧客定義為：接受產品的組織或個人。

如按接受產品的所有者情況，又可有內部顧客和外部顧客兩類：

- 外部顧客

指組織外部接受產品或服務的組織和個人。例如，消費者、委托人、零售商和最終使用者等。包括最終消費者、使用者、收益者或採購方。

- 內部顧客

指組織內部的依次接受產品或服務的部門和人員。可以是產品生產流水線上的下道工序的操作者，也可以是產品或服務形成過程中下游過程的部門，或者是幫助顧客使用產品或服務的代理人。包括股東、經營者、員工。此外，根據「接受產品的組織或個人」這一定義，在一道生產線中，接收上道工序產品的下一道工序，也可解釋為上一道工序的顧客。

若以消費行為的觀點來看，顧客可分為兩種，一種稱為（最終）消費者，一種稱為工業用戶。

- 消費者

顧客購買產品或服務的目的是為了供其最終直接消費之用，則該產品或服務便稱為消費品，而購買該產品的顧客則稱為消費者。

- 工業用戶

顧客購買產品或服務的目的是為了投入再製造、再生產與再銷售，則該產品便稱為工業品，此時購買該產品的顧客便稱為工業用戶。

以上是「顧客」在學術上的定義，我們都可以在許多的教科書中找到。當我們要真的為一個組織分析其顧客到底是誰時，就會發現以上的定義並不實用！

管理大師杜拉克就把「顧客」定義為「有權搖頭說不的人。」如果我們採用這個觀點來分析誰是我們的顧客時，就會發現眼界立刻開闊很多。

舉例來說，我們分析一下「大學」的顧客是誰？傳統的看法是：

- 學生
以傳統的觀點來看，學生當然是大學的產品，但也算是大學的內部顧客。
- 用人單位
這主要是指學生畢業後去就業的公私立企業單位、研究機構或政府機關。這些單位錄用（相當於購買）大學的產品，當然是大學的顧客。
- 高一級的學校
大學的畢業生也可能會進入另一所大學或研究機構深造續讀研究所，所以也算是本校的顧客。
- 低一級的學校
他們的畢業生是本校學生的來源，所以可以算是大學的潛在顧客。
- 學校教職員
這些人願意到學校來工作，雖然領學校的薪水，但可算是大學的內部顧客。

可是，我們如果用管理大師杜拉克對「顧客」下的定義：「有權搖頭說不的人」，還可以列出以下的顧客：

- 家長
家長將子弟送來本校，當然有權對本校搖頭，所以算是顧客。
- 教育主管機關
提供大學經費或補助，又是法定的監管機關，有權核定本校的設立、招生、學生學籍、學雜費、課程、畢業生資格、教師資格……等，同樣有權對本校搖頭，所以也是學校的顧客。
- 大學所在社區鄰居
本校人員、車輛每天進出學校時，都會經過所在地的社區，居住在社區的鄰居一樣有權對本校搖頭，所以也是本校的顧客。
- 學校的外聘、外包人員
學校內有不少並非編制內的人員，包括保全人員、供餐人員、清潔人員、外送人員、外包商店人員甚至是外包的工程人員，他們常常進出或在校區工作，也常要和學校的行政部門及教職員工生打交道，他們當然有權對本校搖頭，所以算是本校的顧客。
- 供應學校採購物資的供應商
這些供應商供應學校日常營運所需的物資，他們也需進出學校還要和行政人員往來，這些人也有權對學校搖頭，所以算是顧客。
- 一般民眾
本校在民眾心目中自有評價，這些評價的積累成就了本校的名聲，所以至少是屬於潛在顧客。

唯有真正認識到自己的顧客是誰，才能分析顧客的需求，制定出符合顧客需求的決策！同學們，你還想到學校什麼其他的顧客需要補充嗎？