

# 分类树在满意顾客特征分析中的应用

李玉惠, 段万春

(昆明理工大学 管理与经济学院, 云南 昆明 650093)

**摘要:** 根据满意度指数测评指标和结果, 分析指数背后所隐藏的含义, 指导企业制定经营策略, 是顾客满意度测评的一个重要方面. 满意度问卷调查和测评结果是企业市场状况的信息反馈. 基于反馈信息分析满意顾客特征, 有助于企业正确地市场定位、明确目标顾客, 这是企业制定有效经营策略的基础. 针对如何有效直观地表示顾客特征问题, 讨论用分类树分析有效满意顾客特征的方法, 并应用于实例分析.

**关键词:** 顾客满意度指数; 分类树

**中图分类号:** F203 **文献标识码:** A **文章编号:** 1007 - 855X(2005)03 - 0111 - 03

## Application of Classified Tree to Characteristics Analysis of Satisfied Customer

LI Yu-hui, DUAN Wan-chun

(Faculty of Management and Economics, Kunming University of Science and Technology, Kunming 650093, China)

**Abstract:** It is important for a company to set marketing guidelines through analyzing the underlying meanings and result of CSI (Customer Satisfaction Index). Based on the feedbacks of CSI survey, customer characteristics are analyzed to help a company to cultivate its market and objective customers. The method of analyzing the characteristics of satisfied customers through classified tree is discussed in this paper and is applied to a real example.

**Key words:** customer satisfaction index; classified tree

### 0 引言

随着人们对顾客满意理论的认识和实践的深入, 作为企业经营目标的“顾客满意”已超出概念层面, 而进入量化处理要求阶段. 顾客满意度指数的概念一经提出便在经济运行中广泛应用. 美国国家质量研究院院长, 美国密西根大学商学院教授科罗思·费耐尔博士领导建立的美国顾客满意度指数 ACSI 自 1994 年开始每季度在《华尔街日报》发表以来, 已经成为美国经济的晴雨表. 瑞典、德国、日本、韩国等这些国家的企业已把顾客满意度指数作为经营管理的重要参考指标. 我国从 1999 年开始顾客满意度指数的研究<sup>[1]</sup>.

顾客满意度指数是顾客对企业产品或提供服务最终质量的评价. 顾客需求在不断变化, 顾客的潜在需求也在渐变过程中不断涌现出来. 今天的满意不代表明天也满意, 对满意度的理解需要不断地感知. 准确获得顾客需求信息就成为顾客满意的关键. 满意度指数除了给我们提供一个定量化分析的测评数据外, 其数字背后所隐藏的含义对企业更重要. 顾客满意度测评的一个重要工作是满意度分析<sup>[2]</sup>, 根据满意度指数测评模型和结果, 分析指数背后所隐藏的意义, 指导企业经营决策. 例如, 分析企业产品和服务的最有效顾客群特征, 便于准确市场定位, 进行低成本营销; 分析企业产品和服务的薄弱环节和竞争优势, 便于企业合理调配资源, 以最经济合理的成本、最有效地持续改进. 目前, 很多企业都在进行各自的顾客满意度指数测评, 但对顾客满意度的经济价值缺少较充分的量化分析, 对顾客满意度指数包含的有关未来的信息还不能较深入理解<sup>[3]</sup>.

满意度问卷调查和测评结果是企业市场状况的信息反馈. 如果把新项目论证中市场调查进行市场定位、确定目标顾客看做事前分析, 那么从满意度测评指标和结果再分析满意顾客特征则可认为是事后分析, 事后分析对事前分析是一种验证、修正、补充的作用. 基于市场反馈信息分析满意顾客特征, 有助于企

收稿日期: 2004 - 07 - 02

第一作者简介: 李玉惠 (1964. 7 ~), 女, 硕士, 在读博士生, 副教授. 主要研究方向: 智能控制、知识处理与商务智能.

业正确的市场定位、明确目标顾客,有利于企业实施差异化战略,这是企业制定有效经营策略的基础。针对如何直观有效地表达顾客特征、便于顾客特征分析问题,本文根据顾客满意度评价指标与测评结果,讨论用分类树表示和分析满意顾客特征的方法,并应用于餐饮店满意度特征分析。

## 1 分类树表示满意顾客群特征

### 1.1 分类树构成

分类树由节点和分支构成。每个节点表示在一个属性上的测试或评价,每个分支代表测试或评价的一个划分,每个划分按照属性特征强弱依次进行,分类树向下生长。一个分类树可以有多层划分,各层节点称为树叶结点,第一层节点称为顶节点,分类树结构如图1所示。

分类树适用于通过一种期盼行为(如响应或激活)来识别划分。这种识别应用于行为和结果的驱动因素分析或因果分析,很直观地表示和解释能力<sup>[4]</sup>。

### 1.2 分类树表示满意顾客特征步骤

- 1) 根据具体问题,确定满意顾客的特征划分层次。如第一层划分特征是性别(男性、女性);第二层划分特征男性是月收入,女性是年龄;……
- 2) 分类树顶节点表示问卷调查属性(满意测试或评价)全部数据;
- 3) 按照特征划分层次,从顶节点向下引出分支,依次作第一层划分节点、第二层划分节点,……,对应划分层次的分层树做完整为止。
- 4) 设定特征阈值,把满足特征阈值的分支描为粗实线,则满意顾客主要特征就直观地展现在分类树上;

## 2 应用

### 2.1 满意度问卷调查统计与测评结果

我们对餐饮店进行顾客满意度问卷调查和测评。问卷就顾客对服务价格、服务质量、服务公平性和总体感受进行调查,测量等级分为很不满意、较不满意、一般、较满意、很满意五级,统计时把回答较满意、很满意都认为是有效满意顾客响应。问卷调查统计数据和测评结果如表1所示。

表1 问卷调查数据统计与测评

Tab 1 Statistics and evaluation of question - answer survey

项目	男性 66人			女性 31人			综合	
	年均月收入及相应人数			年 龄				
	<3 000元	3 000 ~ 5 000元	>5 000元	<40岁	>40岁	合计		
调查人数	14	22	30	66	19	12	31	97
价格 人数	2	10	23	35	7	2	9	14
满意 响应率 / %	14	45	77	53	37	17	29	45
质量 人数	10	15	18	43	12	7	19	62
满意 响应率 / %	71	68	60	65	63	58	61	64
总体 人数	5	14	20	39	12	4	16	55
满意 响应率 / %	35	64	67	59	63	33	51	56

### 2.2 用分类树划分满意顾客特征

#### 1) 总体满意顾客特征分类树

根据顾客满意度问卷调查统计数据和测评结果,用分类树表示满意顾客的特征划分。分类树顶节点表示问卷调查有效响应全部数据。该餐饮店总体满意顾客响应率是56%,第一层划分特征是性别。男性节点的第二层划分特征是月收入,女性节点第二层划分特征是年龄。如图1所示。

#### 2) 价格和服务质量满意顾客特征分类树

为进一步了解顾客对该餐饮店在价格和质量两方面的满意情况,用分类树表示对价格和质量满意顾客的特征划分,如图2和图3所示。

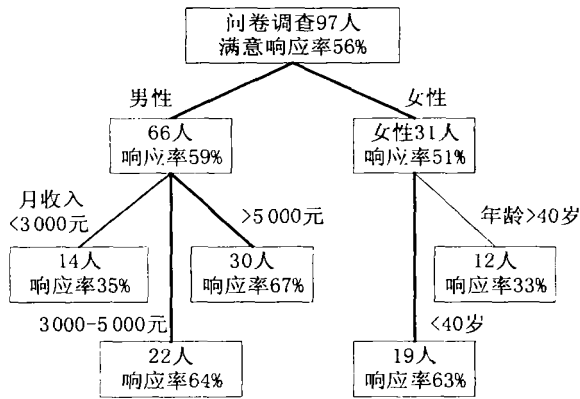


图1 满意顾客分类树

Fig.1 Classified tree of satisfied customers

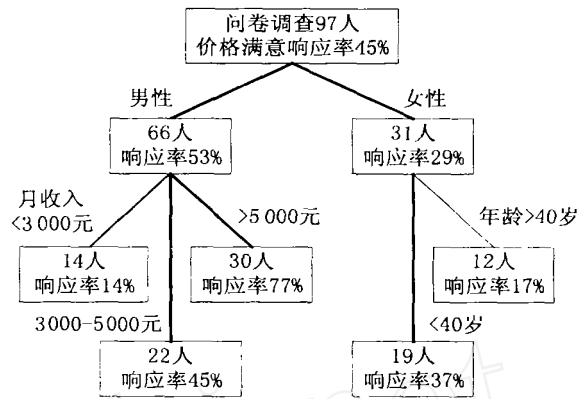


图2 价格满意顾客分类树

Fig.2 Classified tree of price-satisfied customers

### 2.3 分析有效满意顾客群特征

在分类树中,视具体情况确定特征阈值,响应率大于特征阈值的节点即为主要特征节点,将上下节点之间的分支描为粗实线,则有效满意顾客特征就直观地呈现在分类树上.从分类树我们得到了下述分析结果:

- 1) 总体满意度较高,这是该餐饮店盈利的基础.
- 2) 月收入低于 3 000元的男性对服务质量的满意度较高,对价格满意度低.这部分顾客的消费能力有限,不是该餐饮店的目标群体.

3) 月收入在 3 000 ~ 5 000元的男性对服务质量的满意度高,对价格满意度稍低.这是很大的顾客群体,既有一定的消费能力,又对质量和价格都不太挑剔,是该餐饮店的基本目标群体.

4) 高收入者对价格满意度高,对服务质量的满意度相对较低.这是高利润的顾客群体,对服务质量有较高要求,餐饮店要在服务水平上下功夫.吸引和保有这部分金牌顾客,是该餐饮店盈利的关键.

5) 女性年轻人较中老年人有较高的满意响应率,注意市场营销策略.

从满意顾客响应率高的顾客群特征可知,该餐饮店属中高档服务水准.分析表明该餐饮店服务的主要顾客是月收入超过 3 000元的男性和年龄不超过 40岁的女性,而且还是回头顾客.因此该餐饮店要针对这一特征群体提供他们满意的服务,提供他们期望的价值,提高他们的满意响应率.

### 3 结束语

根据顾客满意度调查与测评结果,用分类树方法直观地表示满意顾客强弱特征划分,很好地表达和解释了企业满意顾客群的特征.客户的需求是在不断变化的,通过顾客满意度测评与跟踪,进行满意顾客特征动态分析,能及时反馈企业的市场状态,使企业明确目标客户,跟踪目标客户需求变化,合理调配资源,建立目标市场的竞争优势,调整和改进企业经营策略,提升企业竞争优势,成为顾客导向的企业,这也是顾客满意度指数分析重要性的体现和意义所在.

### 参考文献:

[1] 易丹辉. 建立顾客满意度测评在中国的意义 [EB/OL]. 首届工商领袖企业高峰论坛报告, <http://financh.sina.com.cn>

[2] 王耀. 顾客满意度测评在指数体系中的应用以及测试目的 [EB/OL]. 首届工商领袖企业高峰论坛报告, <http://financh.sina.com.cn>

[3] 刘宇. 顾客满意度测评 [M]. 北京: 电子工业出版社, 2003. 20 ~ 35.

[4] [美] Olivia Parr Rud. 数据挖掘实践 [M]. 朱杨勇, 等译. 北京: 机械工业出版社, 2003. 16 ~ 17.

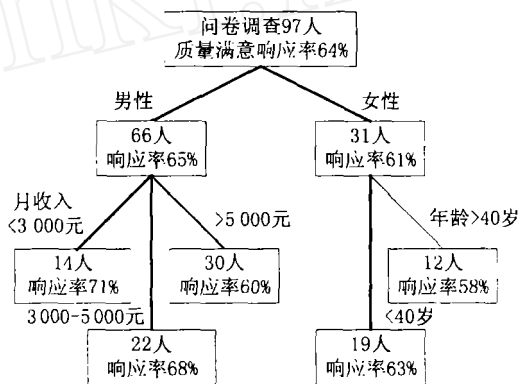


图3 服务质量满意顾客分类树

Fig.3 Classified tree of service-satisfied customers