

<<物流企业客户服务>>

图书基本信息

书名：<<物流企业客户服务>>

13位ISBN编号：9787504724694

10位ISBN编号：7504724696

出版时间：2006-3

出版时间：中国物资出版社

作者：赵宁

页数：287

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<物流企业客户服务>>

前言

中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《2002~2005年全国人才队伍建设规划纲要》指出：“进入新世纪，国际形势正在发生深刻变化。

随着经济全球化的发展，人才全球化趋势进一步增强，我国加入世界贸易组织后，面临的物流人才问题更加突出。

发达国家利用各种手段吸引我国人才，人才竞争日益激烈；全球范围内的经济结构调整对人才素质提出了更高要求；综合国力的竞争更加倚重于科技进步和人才开发。

今后5-10年，是我国经济和社会发展的重要时期，做好加入世界贸易组织后各项应对工作，实现‘十五’划确定的宏伟目标，把建设有中国特色社会主义事业不断推向前进，人才是关键。

抓住机遇，迎接挑战，走人才强国之路，是增强我国综合国力和国际竞争力、实现中华民族伟大复兴的战略选择。

” 面对世界经济一体化的进程加快，许多大型跨国集团的进入，我国各级政府部门和许多市场意识敏锐的企业已把物流作为提高竞争能力和提升企业核心竞争力的重要手段，把现代物流理念、先进的物流技术和现代经营与管理模式引入国家、地区经济建设和企业经营与管理之中。

但是，我国的物流教育仍十分滞后，造成现代物流综合性人才、企业尤其是流通企业改造传统物流与加强物流管理、城市规划与物流系统运筹、第三方物流企业的运作技术操作等现代物流人才严重匮乏，阻碍了经济的发展和经济效益的提高。

据各地人才预测，物流人才是全国12种紧缺人才之一，物流工程规划人员、物流管理人员、物流科研人员、物流师资全面紧缺。

到2010年全国大专（高职、高专）以上物流人才的需求量为30万~40万人，国际物流、物流管理、仓储与配送、物流运输、企业物流、物流营销、物流信息处理等技能型操作人才每年需要近10万人。

不仅如此，根据我国加入WTO的承诺，物流和分销服务业是全面开放的行业之一，国内市场将会出现高层次、高起点的激烈竞争的局面，这势必会使本身就匮乏的人才竞争加剧。

如果我们不从现在做起，加快我国物流管理与技术人才的培养，终将成为我国物流产业发展的瓶颈，物流产业化和成为21世纪新的经济增长点就成了一句空话。

<<物流企业客户服务>>

内容概要

在物流市场上，如何做好客户的服务工作，以赢得客户、赢得市场、实现盈利目标，成为当今时代从事物流业务的企业应关注和考虑的问题。

本书为您分析和解决上述问题：物流企业在竞争激烈的市场上，应该树立市场导向的观念，以客户为中心，制定客户服务的经营战略，以服务的意识、服务的理念和服务的行为去经营物流业务，从事物流活动，高质量地提供给客户基本服务和增值服务，加强客户服务管理，提高客户满意度和忠诚度，扩大市场占有率，实现企业经营目标。

<<物流企业客户服务>>

书籍目录

第一章 物流与物流企业 第一节 物流概述 第二节 物流企业的类型 第三节 第三方物流企业
第二章 物流企业服务战略 第一节 物流服务战略的制定 第二节 物流企业客户服务的内容和特征 第三节 物流服务管理
第三章 物流企业服务体系 第一节 物流服务体系的构成 第二节 物流企业服务组织结构 第三节 物流服务中心建设
第四章 客户服务价值 第一节 客户服务价值的内容 第二节 客户价值 第三节 优化价值链 第四节 延伸价值链
第五章 客户服务质量管理 第一节 客户服务质量的概念 第二节 客户服务的培训 第三节 客户服务的设计、实施与管理 第四节 客户投诉管理 第五节 客户服务质量的提升
第六章 客户服务绩效评价 第一节 客户满意度及行为 第二节 客户服务的评估 第三节 服务的质量控制
第七章 物流企业的业务服务 第一节 运输业务服务 第二节 配送业务服务 第三节 保管业务服务 第四节 包装业务服务 第五节 装卸业务服务 第六节 流通加工业务服务
第八章 第三方物流服务业务 第一节 第三方物流概述 第二节 第三方物流服务业务内容
第九章 国际物流业务服务第十章 物流信息在物流服务中的应用第十一章 物流企业客户关系管理 (CRM) 参考文献

<<物流企业客户服务>>

章节摘录

二、物流服务的内容 物流服务的内容是满足货主需求、保障供给，而且无论是在服务量上还是质上都要使货主满意。

在量上满足货主的需求主要表现在适量性、多批次、广泛性（场所分散）；在质上满足货主的需求主要表现在安全、准确、迅速、经济等。

具体来说，为满足货主的需求，物流服务的内容包括基本服务和增值服务。

（一）基本服务 基本服务是厂商建立其最基本业务关系的客户服务方案，所有的客户在特定的层次予以同等对待，以全面保持其忠诚。

对物流企业来说，它的基本服务一般包括运输与配送、保管、装卸搬运、包装、流通加工等以及与其相联系的物流信息。

1.运输与配送 在社会分工和商品生产条件下，企业生产的商品销售给其他企业使用，但商品生产者与其消费者在空间距离上常是相互分离的。

运输就在于完成商品在空间的实体转移，克服商品生产者（或供给者）与消费者（或需求者）之间的空间距离，创造商品的空间效用。

运输是物流服务的核心环节，不论是企业的输入物流或输出物流，都依靠运输来实现商品的空间转移。

可以这样说：没有运输，就没有物流，也就没有物流服务。

为了适应物流服务的需要，要求具有一个四通八达、畅通无阻的运输线路网系统作为支持。

在商品由其生产地通过地区流通仓库或配送中心发送给用户的过程，由生产地至配送中心之间的商品空间转移，称为“运输”；而从配送中心到用户之间的商品空间转移，则称为“配送”。

配送是将货物送交收货人的一种活动，目的是要做到收发货经济，运输过程更为完善，保持合理库存，为客户提供方便，可以降低缺货的危险，减少订、发货费用。

专业的物流公司一般自己拥有或掌握有一定规模的运输工具，具有竞争优势的第三方物流经营者的物流设施不仅仅只在一个点上，而是一个覆盖全国或一个大的区域的网络。

因此，第三方物流服务公司首先要为客户设计最合适的物流系统，选择满足客户需要的运输方式，然后具体组织网络内部的运输作业，在规定的时间内将客户的商品运抵目的地。

除了在指定交货点的交货需要客户配合外，整个运输过程，包括最后的市内配送都可由第三方物流经营者完成。

<<物流企业客户服务>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>