

<<物流客户服务>>

图书基本信息

书名：<<物流客户服务>>

13位ISBN编号：9787504724496

10位ISBN编号：7504724491

出版时间：2006-1

出版时间：中国物资出版社

作者：赵一萍

页数：230

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>

前言

中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《2002年~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’计划确定的宏伟目标，把建设有中国特

<<物流客户服务>>

内容概要

《物流客户服务》教材力求简明易懂的文字简述客户服务的基本理论、基本方法和基本技能，在理论内容上力求观点正确、概念清楚、层次分明；在实践指导上，力求不仅培养学生的实际操作能力，同时也提高学生的知识应用辐射能力，使其不单知其然，更知其所以然。

教材以物流客户服务为前提，应用市场营销的原理对物流客户服务的目的、特点、基本规律、服务的创新、服务的技巧和客户关系管理等知识和基本技能进行了较为详尽的探索和叙述。

本教材主要作为中等职业学校现代化物流专业教学用书，也可作为在职物流人员的岗位培训教材或自学用书，期望能达到投石问路之目的。

<<物流客户服务>>

书籍目录

第一章 物流客户服务基本概念 第一节 客户与服务 第二节 客户服务理念分析 第三节 物流客户服务
第二章 物流客户行为研究与市场定位 第一节 物流客户行为分析 第二节 选择物流客户服务的目标市场 第三节 市场定位和确定物流客户服务的战略第三章 物流客户服务系统设计
第一节 物流客户服务系统设计概述 第二节 物流客户服务系统设计的基本程序 第三节 物流客户服务信息的管理第四章 物流客户服务的内容 第一节 供应链间客户服务 第二节 物流保管客户服务 第三节 物流运输客户服务 第四节 物流配送客户服务第五章 物流客户满意度评价 第一节 物流客户满意与满意度 第二节 物流客户满意度的评价 第三节 物流客户满意战略第六章 物流客户的投诉与处理 第一节 物流客户的投诉 第二节 物流客户投诉处理 第三节 投诉管理体系第七章 物流客户服务质量和绩效管理 第一节 物流客户服务质量概述 第二节 客户服务质量管理基本程序 第三节 物流客户服务绩效评价体系第八章 开拓和巩固物流客户服务的策略 第一节 开拓物流客户服务的策略 第二节 物流客户服务巩固策略综合案例参考文献

章节摘录

第一章 物流客户服务基本概念 第一节 客户与服务 客户是企业重要的资产。客户管理的实质就是如何有效地运营客户这项资产，对它进行开发、维护、运用并使其增值。

一、客户 对于企业来讲，客户到底是谁？

客户的概念有外延和内涵之分：外延的客户是指市场中广泛存在的、对企业的产品或服务有不同需求的个体或消费群体；内涵的客户则是指企业的供应商、分销商以及下属的不同职能部门、分公司、办事处、分支机构等。

总之，在供应链环境下，个体的客户和组织的客户都统称为客户，因为无论是个体或组织都是接受企业产品或

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>