第一图书网, tushu007.com

<<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：9787562331322

10位ISBN编号：7562331324

出版时间：2009-5

出版时间：华南理工大学出版社

作者：张梅 编

页数：253

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

现代物流业是一个新兴服务行业，在我国正蓬勃兴起。
由于跨国物流企业纷纷抢滩中国市场，导致物流业竞争十分激烈，物流客户服务的质量和水准已成为物流企业的竞争之基、生存之本。
提高物流客户服务人员的服务意识，加强物流客户服务队伍能力、素质的培养是当今物流企业面临的一个十分重要的课题。
本教材是国家示范性高等职业院校的课程改革成果之一，也是高职高专物流管理专业基于工作过程导向的工学结合系列教材之一。
本教材借鉴德国“双元制”职业教育，引入德国职业教育“行动导向”理念，结合我国物流业的现状与实际，经过充分的企业调研，以物流企业客户服务部的主要工作任务为载体，根据其工作过程设计教学内容，以培养学生职业行动能力为目标，重在提升学生专业能力、社会交往能力及自主学习的能力。
本教材在物流企业专家及课程开发专家的指导下，经过一年多的企业调研、专家论证、课程开发专家的指导及本校物流专业学生的试用实践，主要体现以下特点：　　第一，以物流企业物流客户服务岗位的主要工作任务设计学习情境，学习情境即为工作情境，学习即工作，工作即学习，明确学生今后就业的工作岗位及工作任务。
第二，学习内容按工作过程设计，融人“行动导向”教学理念，学生可以边学边做，边做边学，在做与学中提升物流客户服务工作岗位的专业技能、职业素质及方法能力，教材起到一个良好的指导作用。
第三，坚持知识、能力、素质协调发展，突出专业操作能力的培养。
依据物流客户服务职业行动能力要求，坚持能力训练与实战训练并重，围绕物流客户服务岗位业务流程，以知识够用、实用为原则，旨在提高学生的客户服务能力。

内容概要

《物流客户服务》内容为：现代物流业是一个新兴服务行业，在我国正蓬勃兴起。
由于跨国物流企业纷纷抢滩中国市场，导致物流业竞争十分激烈，物流客户服务的质量和水准已成为物流企业的竞争之基、生存之本。
提高物流客户服务人员的服务意识，加强物流客户服务队伍能力、素质的培养是当今物流企业面临的一个十分重要的课题。
本教材是国家示范性高等职业院校的课程改革成果之一，也是高职高专物流管理专业基于工作过程导向的工学结合系列教材之一。
本教材借鉴德国“双元制”职业教育，引入德国职业教育“行动导向”理念，结合我国物流业的现状与实际，经过充分的企业调研，以物流企业客户服务部的主要工作任务为载体，根据其工作过程设计教学内容，以培养学生职业行动能力为目标，重在提升学生专业能力、社会交往能力及自主学习的能力。

<<物流客户服务>>

书籍目录

学习情境一 物流客户服务认知任务一：物流客户服务常识分析任务二：物流客户服务主要工作岗位分析学习情境二 物流前台业务处理任务一：前台业务处理流程任务二：接待客户或来电咨询任务三：核实、受理客户数据并生成或转换订单任务四：更新进销存数据，汇总分析学习情境三 物流客户投诉处理任务一：物流客户投诉受理任务二：工作差错原因调查任务三：差错赔偿业务办理任务四：赔付后服务跟进任务五：差错责任落实及补充条款，完善业务流程学习情境四 物流客户回访任务一：物流客户回访方案设计任务二：物流客户回访方案实施任务三：物流客户回访信息分析及回访报告的撰写学习情境五 物流客户信息归类整理与评价任务一：物流客户信息管理流程任务二：物流客户信息收集任务三：信息归类整理，撰写客户信息分析报告任务四：物流客户信息分类管理学习情境六 物流大客户管理任务一：大客户管理工作内容及工作流程任务二：物流大客户俱乐部管理任务三：物流投标管理任务四：物流合同管理任务五：物流大客户个性化服务方案管理

章节摘录

学习情境一物流客户服务认知　　任务一：物流客户服务常识分析　　全方位的服务是新加坡航空成功的基础。
公司认识到客户需要的服务是一个整体，而这个整体中所有的部分都应该是最优秀的。
公司宣称：“新航女郎是我们的标志，我们为她们而感到骄傲，我们一直在提高她们的技能，也希望提高她们品尝酒和奶酪的能力。
这种提高必须是连续的。
然而，我们不只是集中在新航女郎上，航班的服务可以分为很多不同的部分。
我们必须使任何一个部分都达到优质的标准，这样会使我们竞争对手的日子不好过。
等他们来模仿我们的服务时，我们已经升级了，走到前面去了。
这也要求我们在任何一件事上都要持续地创新，持续地开发。
我们不仅仅只是在商务舱提供最好的坐椅给乘客使用，我们也提供最好的客舱服务、最好的食物和最好的地面服务，这些就和提供最好的坐椅一样。
”　　“这就是‘全面性’所要求的。
这还要求我们的价格不能太高。
举个例子来说，在往返新加坡和曼谷之间的短途航班上，我们要提供最好的食物，你可能会想到提供龙虾，这样的话，你可能会破产。
最关键的是，在新加坡至曼谷的航线上，我们所提供的每一项服务都比我们的竞争对手所提供的要好，这就足够了。
只要在每一项服务上好上一点点就够了。
这样就使我们能从这个航班上多赢得一点利润，也使我们有能力去创新，也不会使我们的定价比别的竞争对手高很多。
我们希望提供优质的服务，而且是物美价廉。
这样使我们的竞争对手很难赶超。
因此，在新加坡航空公司，我们时时刻刻都在推出新的东西。
我们希望，在任何时候，在任何方面，我们都比竞争对手好一点点。
”

第一图书网, tushu007.com

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