

<<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：9787040165951

10位ISBN编号：7040165953

出版时间：2005-6

出版时间：高等教育出版社（蓝色畅想）

作者：郑彬

页数：184

字数：290000

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>

## <<物流客户服务>>

### 内容概要

本书为中等职业学校现代物流专业教育部推荐教材。

内容包括：物流客户服务基础知识、物流客户服务战略联盟建立、物流客户关系管理具体业务运作、B to C的物流客户服务、物流客户信息的收集与整理、物流客户的巩固与开拓、物流客户服务的绩效评价与激励机制、物流客户服务人员实务等。

为便于教学，全书每章均用案例导入，通过对案例的讨论引出教学内容，每章后除配有检查与思考外，对每章涉及的名词概念进行了归纳，方便学习者查询。

对学有余力的同学给出了自学进阶的方向，旨在提高学习者自学能力。

本书可作为中等职业学校现代物流专业及相关专业教学用书，也可以作为物流企业从业人员岗位培训教材和自学用书。

## &lt;&lt;物流客户服务&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 物流客户服务概论	1.1 客户服务的概念和内涵	1.1.1 客户服务概念	1.1.2 客户服务的基本内涵	1.1.3 物流客户服务	1.1.4 物流客户服务的要素	1.1.5 物流客户服务的作用
	1.2 正确认识客户内涵, 深入理解服务精髓	1.2.1 现代客户观念	1.2.2 现代服务概念	1.3 物流服务	1.3.1 物流服务的含义与内容	1.3.2 物流服务的作用与地位
第2章 物流客户服务战略	2.1 物流客户服务战略的基本思想	2.1.1 世界正进入“服务经济时代”	2.1.2 从黑箱服务到知识转移	2.1.3 向知识型服务企业转移	2.1.4 客户服务的发展趋势	2.1.5 客户服务的分类
	2.2 物流客户服务战略	2.2.1 物流客户服务战略策划	2.2.2 物流客户服务战略的制定	2.3 物流战略联盟的建立	2.3.1 发展战略联盟的意义	2.3.2 建立有效的战略联盟
第3章 物流客户关系管理	3.1 客户关系管理	3.1.1 客户关系管理概述	3.1.2 客户关系管理系统的演变过程	3.2 物流客户关系管理	3.2.1 物流客户关系管理概述	3.2.2 物流客户关系管理的内容
	3.2.3 物流企业运用CRM的步骤	3.3 物流客户服务中心	3.3.1 物流客户服务中心的作用	3.3.2 增值服务	3.3.3 通过客户的评价不断完善公司的服务	3.4 物流客户服务人员的工作描述”
	3.5 物流客户关系管理具体业务运作	3.5.1 运输业务服务	3.5.2 仓储业务服务	3.5.3 流通加工业务服务	3.5.4 配送业务服务	3.6 CRM案例——邮局老树开新花
	3.6.1 CRM能给企业带来什么	3.6.2 实施客户关系管理的来龙去脉	3.6.3 实施CRM的成效	第4章 电子商务中的物流客户服务	4.1 电子商务环境下的物流客户服务概述	4.1.1 电子商务环境特点
	4.1.2 现代化物流和信息技术发展产生电子商务	4.2 B to.C的物流客户服务	4.2.1 Bto.C中的销售商与客户	4.2.2 一级供应链与Bto.C	4.2.3 产品与客户服务prodice	4.2.4 服务创造效益
.....	第5章 物流客户管理	第6章 物流客户满意度	第7章 物流客户服务质量管理	第8章 物流客户服务人员实务参考文献	后记《物流客户服务》的编写思路和专教法建议	

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>