

图书基本信息

书名：<<服务型制造业体系构建与案例分析>>

13位ISBN编号：9787313076618

10位ISBN编号：7313076614

出版时间：2011-9

出版时间：上海交通大学出版社

作者：明新国，余锋，王鹏鹏 编著

页数：231

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>

## 内容概要

本书以服务战略、客户、创新、价值链和供应链等为关键点，结合大量的案例调研，构建了传统制造业向服务型企业转变的体系结构。

本书是传统制造企业向服务型制造企业转变中生产实践的结晶，也是当前国际前沿理论研究的总结。

本书适合相关专业高校师生及制造企业主管参考阅读。

书籍目录

第一章 服务型制造背景介绍

- 一、制造企业的服务
- 二、服务型制造
- 三、产品服务增值
- 四、习题

第二章 客户价值管理

- 一、客户生命周期管理
- 二、客户价值分析
- 三、客户终生价值
- 四、案例分析
- 五、习题

第三章 服务创新

- 一、服务创新
- 二、服务创新过程
- 三、服务创新案例
- 四、习题

第四章 服务战略

- 一、制造企业服务战略的特征
- 二、制定适合企业发展的服务战略
- 三、案例分析
- 四、习题

第五章 服务价值链

- 一、服务价值
- 二、服务设计
- 三、案例分析
- 四、习题

第六章 服务营销

- 一、服务营销的STP
- 二、以营销手段推广服务
- 三、以服务载体推广营销
- 四、案例分析
- 五、习题

第七章 服务供应链

- 一、顾客对服务产品的需求分析
- 二、构建服务供应链
- 三、完善备件分布和库存管理
- 四、案例分析
- 五、习题

第八章 服务实施

- 一、服务组织保障
- 二、服务实施体系建设——以售后服务为例
- 三、案例分析
- 四、习题

第九章 云计算与生产性服务

- 一、云计算的发展趋势

二、云计算的技术基础

三、云计算的客户需求

四、面向大型装备的云服务

五、案例分析

六、习题

第十章 制造型企业服务案例剖析

一、IBM的转型

二、陕鼓的服务战略

三、戴尔的服务物流

四、某装备制造企业的服务体系

五、民用飞机行业的服务转型

习题参考答案

专业缩略语简释

章节摘录

2 售后服务：企业的竞争优势 由售后服务的战略意义可知，发展售后服务对于制造类企业来说势在必行，良好的售后服务必将成为企业的竞争优势：（1）制造类企业的产品的维护都是需要零部件的，发展售后服务就能为自己企业制造销售的产品提供备件，提供各种服务。

由于制造类企业的产品使用寿命比较长，这样也能使企业和顾客的关系更加稳固，让顾客长期依赖企业，为本企业在以后相当长的一段时间里带来持续的，低风险的收入。

（2）发展了自己完备的售后服务之后，能使企业提供备件，提供服务的行为更加专业化，系统化，也能降低相应的成本，为企业向服务型制造企业转型打下基础。

（3）相比较于制造企业的其他环节，售后业务需要比较少的资产，提供售后服务的部门资产比较少，而制造业资产相比较要多很多。

售后服务更需要人、备品、车辆等。

因此发展优质的售后服务能为企业锻炼一批有责任有能力的骨干人员，为企业各个环节过程输送人才，很多企业培养员工也是将其送到售后部门锻炼。

（4）如果我们的产品、服务、备品备件等提供的好，就可以更进一步的，及时地了解为客户服务的流程，了解客户对产品、技术的需求，为制造企业发展产品的差异化策略拿到第一手资料。

这一点至关重要。

只有第一时间了解客户需求并预测客户需求才能生产出满足客户的产品提前抢占市场，在激烈的竞争当中占得先机。

（5）提供客户满意的售后服务，也同时提供了公司内销售其他产品的机会。

很多制造类大公司不只要一两个产品，他们一般有很多业务部门，很多系列很多类的产品。

一个产品销售出去，客户对我们的产品、服务满意以后，就能为这个公司打开一扇大门，可以把公司内部其他产品、其他服务带到这个公司。

当这个公司再有相关产品的需求时就会第一个想到我们企业，因此发展好售后服务可以潜在地发展新客户，或者把我们现有的客户开发成新的客户。

（6）在制造类企业的整个价值链当中，售后服务的利润远比制造销售环节要高。

因此发展售后服务也能直接为企业带来利润，符合企业利益。

（7）经济大环境的波动对售后服务的影响较少。

一般经济不景气时，企业扩张、设备更新的计划会推迟，所以需要为现有产品进行维修更新，需要服务。

因此相比较销售部门，售后服务业务量反而会增加，经济危机对于售后服务来说也是一个难得的机遇。

因此发展售后服务可以使企业提高抵御金融风险的能力。

（8）快捷、优质、高效的售后服务，可以使客户的设备始终处于良好的运行状态，很多情况下可以消除浪费，提高效率，能为客户带来切身的利益。

这符合服务型制造企业和企业客户互利互赢的策略。

&hellip;&hellip;

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>