

Logistyczna obsługa klienta w okresie kryzysu

79 stron, 43 pozycje w bibliografii

WSTĘP

2

ROZDZIAŁ I. KLIENT WEWNĘTRZNY I ZEWNĘTRZNY PRZEDSIĘBIORSTWA 4

1. Działalność i funkcjonowanie przedsiębiorstw w warunkach kryzysu 4
2. Klient wewnętrzny i zewnętrzny 13
3. Rodzaje strategii stosowane w stosunku do klientów 16
4. Lojalność i rentowność klienta 18

ROZDZIAŁ II. ELEMENTY OBSŁUGI KLIENTA I ETAPY OBSŁUGI KLIENTA 24

1. Budowa relacji z klientem jako podstawa obsługi klienta 24
2. Ustalenie poziomu obsługi na podstawie reakcji klienta na brak produktu 29
 1. 2. Kompromis między kosztami a przychodami 30
 - 1.3. Analiza ABC obsługi klienta 31
 - 1.4. Audyty obsługi klienta 31
3. Czynniki i motywy wpływające na zakup towaru 33

ROZDZIAŁ III. STANDARDY OBSŁUGI KLIENTA 37

1. Standardy obsługi klienta – identyfikacja i mierniki 37
2. Systemy sterowania produkcją – możliwości dostosowywania w warunkach zmieniającego się otoczenia 39
3. Logistyka i system obsługi klienta 40
 - 3.1. Obsługa klienta – rola w budowaniu przewagi konkurencyjnej 44
 - 3.2. Obsługa klienta – poznanie jego potrzeb 46
 - 3.3. Racjonalizacja procesu obsługi klienta 48

ROZDZIAŁ IV. POZIOM, KOSZTY I ELEMENTY OBSŁUGI KLIENTA – BUDOWANIE STRATEGII 50

1. Określanie optymalnego poziomu obsługi klienta 50
2. Koszty obsługi klienta – podział i klasyfikacja 55
3. Elementy obsługi klienta w logistyce 61
4. Strategia obsługi klienta 70

PODSUMOWANIE 73

SPIS TABEL: 75

BIBLIOGRAFIA: 76

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis