



- قناعة الزبون قوة مؤثره كدر مستوى قبوله لقرمه
- قدره الزبون تقيس مدى نفاعليه نظام اللوجستيك وكيفية اداء عمله
- الرؤيا العمليه لخدمة الزبون فيتمه وضاهله
- قواعد خدمة الزبون ( كمنشأط - كإدارة - كإستراتيجية - كإستراتيجيات )
- يتناغم في المنظمات المعاصرة التي تركز على ادارة بحوره ليشأمله هو فدرسة الزبون كإستراتيجية
- تقبيل من المفاتيح الأساسية لتحسين كالأمن الربحيه بالأطرا ولتتأسي صا ادا به اللوجستيك
- تعريف العلاقة بين اللوجستيك والتسوية اي (قناعة إستراتيجية - جبرود متكامله - ربحيه مشتركة )
- ترتبط خدمة الزبون باللوجستيك بـ ( الوقت - الملائمة - الاتصال - الملامه )
- يشمل الوقت على ( وقت تنفيذ الطلب - وقت المعايير - وقت الترتيبه - شحن الطلب )
- العدوقه بينه مستوى الخدمة ومستوى هذه المنافسه السوقيه طرديه
- المبرر انه تيسر الى متطلبات الربائش المختلفه وتبسيط اسناد الرغباتهم أو حجم مشترياتهم
- تتحدد القيمة المضافة لزيادة أو تحسين قناعة الزبون بثلاث اتجاهات ( قيمة المنفعة للمال والزيادة
- منفعة الميزان أو القلق ، منفعة شكلية
- من العوامل التي تحدد شكل إستراتيجيه ادارة خدمه الزبون
- ( ولدي الزبون - قناعة الزبون - ادراك الزبون للقيمة )
- تلعب دوراً مهماً ورئيسياً في نظام خدمة الزبون ( التكنولوجيه )