

ملخص فوزان المطيري

النقطة الاولى:-

-الأنشطة المساندة لإدارة العمليات اللوجستية عددها ٦ هي ؟

- ١- المستودعات
- ٢- مناولة المواد
- ٣- الشراء
- ٤- تصميم التغليف الوقائي
- ٥- التعاون مع الانتاج / العمليات
- ٦- ادامة وتحديث المعلومات

-الأنشطة الأساسية لإدارة العمليات اللوجستية او (أدارة اللوجستك) عددها ٤ هي ؟

- ١- معايير خدمة المستهلك بالتعاون مع التسويق
- ٢- النقل
- ٣- ادارة المخزون
- ٤- تدفق البيانات او المعلومات وعملية الامر اول الطلب

النقطة الثانية/

*انواع النقل:-

- ١- اذا جاء في السؤال يحقق الجدوى الاقتصادية او يوجد حركة هذا نقل منتظم
- ٢- اذا جاء في السؤال مزيج هذا شبه منتظم
- ٣- اذا جاء في السؤال كميات مختلفة او ظروف استثنائية هذا غير منتظم.

النقطة الثالثة/

*أي عبارة عن الترميز السلعي تصفه بالزيادة او انه يكبر او انه يعتبر صعب فهي عبارة خاطئة.

النقطة الرابعة/

*خدمة الزبون عليها اسئلة كثيرة وهذا ملخص لها باختصار

انواع اشكال خدمة الزبون :

- 1- الشروط المالية و شروط الائتمان
- 2- ضمان التسليم ضمن فترة زمنية معينة
- 3- تجانس ممثلي المبيعات
- 4- تركيب المنتج
- 5- الصيانة المقنعة و المواد الاحتياطية للإصلاح

العوامل الأساسية التي يجب مراعاتها لضمان نجاح برنامج خدمة الزبون:

- 1- تعهد من الإدارة العليا في المنظمة نحو البرنامج
- 2- التغييرات الثقافية لدى العاملين
- 3- تطوير لمهارات الشخصية بعية التنفيذ الدقيق لتوقعات الزبون
- 4- الأنظمة و الإجراءات التي تضمن تقديم خدمات جيدة
- 5- خطة رئيسة تبين التغييرات الداخلية للنهوض بالتوقعات المستقبلية للزبون.

عناصر خدمة الزبون:

1- ما قبل الشراء : يمثل الكشف التوضيحي للعقد وخدمات إدارية

2- أثناء الشراء: خدمات النقل و الشحن , و ملائمة الطلب

٣- بعد الشراء: التركيب , و الضمان , و الإصلاح , و معالجة الشكاوي

القواعد الثلاث لخدمة الزبون :

خدمة الزبون كنشاط خدمة - الزبون كمقياس أداء خدمة - الزبون كفلسفة

1 خدمة الزبون كنشاط :

تعتبر خدمة الزبون كهمه محددة ينبغي القيام بها لتلبية حاجات الزبون مثل معالجة الطلب وتوثيق القوائم وإدارة المرتجعات .

2 خدمة الزبون كمقياس أداء :

هنا يتم قياس الخدمة من خلال مقاييس أداء محددة مثل نسبة مؤوية لتسليم الطلبات في وقتها او عدد الطلبات المعالجة بحدود قبولها.

3 خدمة الزبون كفلسفة :

تهدف لبناء - قناعة الزبون بأعلى المستويات تتفق مع المنظمات المعاصرة التي تركز على إدارة الجودة الشاملة

**** تهدف العلاقة بين اللوجستيك و التسويق للوصول إلى**

ثلاث عناصر حاسمه:

١ - قناعة المستهلك

٢ - جهود متكاملة

٣ - ربحية مشتركة

**** العوامل التي يمكن أن تحدد شكل استراتيجية إدارة خدمة**

الزبون:

١ - ولاء الزبون

٢ - قناعة الزبون

٣ - ادراك الزبون للقيمة

النقطة الخامسة/

جميع الاسئلة التي فيها جميع ماذكر هو الجواب الصحيح
ماعد سؤال واحد هو/

س/ من العوامل التي يجب ان تبني عليها الاستراتيجية العالمية
للوjustك وسلاسل التوريد؟
أ/ حلقات توزيعية طويلة
ب/ خدمات محدودة
ج/ السرعة في تقديم المنتج
د/ جميع ماذكر صحيح

بالتوفيق

أبو نايف