

المحاضرة الثانية

سلسلة التوريد وخدمه الزبون

أنواع خدمة الزبون :

هناك عدة أشكال من الأمثل لخدمة الزبون :

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

سياسة خدمة الزبون :

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 المهارات الشخصية بغية التنفيذ الدقيق لتوقعات الزبون .
- 4- الأنظمة والإجراءات التي تضمن تقديم خدمات جيدة .
- 5- خطة رئيسية تبين التغييرات الداخلية للنهوض بالتوقعات المستقبلية للزبون .

القواعد الثلاث لخدمة الزبون وفقا لاعتقاد الكتاب والباحثين :

- 1- **خدمة الزبون كنشاط :** تعتبر خدمة الزبون كمهمه محددة ينبغي القيام بها لتلبية حاجات الزبون
مثل (معالجة الطلب - وتوثيق القوائم - وإدارة المرتجعات .. إلخ) .
- 2- **خدمة الزبون كمقياس أداء :** هنا يتم قياس الخدمة من خلال مقاييس أداء محددة
مثل (نسبة مئوية لتسليم الطلبات في وقتها - او عدد الطلبات المعالجة بحدود قبولها) .
- 3- **خدمة الزبون كفلسفة :** هذا المستوى ينشط خدمة الزبون من خلال تعهد واسع لتوفير قناعة الزبون بأعلى المستويات
مثل (بتناغم في المنظمات المعاصرة التي تركز على إدارة الجودة الشاملة) .

تهدف العلاقة بين اللوجستك والتسويق للوصول

الى ثلاثة عناصر حاسمة هي :

- 1- قناعة المستهلك .
- 2- جهود متكاملة (طريق النظم) .
- 3- ربحية مشتركة ملائمة .

اللوجستك وخدمة الزبون : أبعاد اللوجستك الأساسية الموجهة لخدمة الزبون أربعة وهي : الوقت – الاعتمادية – الاتصالات – الملائمة

أولا : الوقت ويشمل على أربعة عناصر :-

- 1- **وقت تنفيذ الطلب :** هو الوقت الذي ينجز فيه الطلب من بدايته إلى نهايته اعتمادا على وسيلة الاتصال المستخدمة .
- 2- **معالجة الطلب :** وقت معالجة الطلب من قبل البائع لجعل طلب الزبون جاهز للشحن ، هذه العملية التي تشمل شيك الزبون ، وتحويل المعلومات إلى سجلات المبيعات وتحويل الطلب إلى ساحة المخزون وتحضير سندات الشحن .
- 3- **تهيئة الطلب :** والذي يشمل وقت التعبئة ، والتغليف للشحن ، والتغليف الحمائي ، والمناولة المخزنية بأشكالها المختلفة (اليدوية ، أو الميكانيكية ، أو الإلكترونية) .
- 4- **شحن الطلب :** الوقت الممتد من تهيئة البائع المواد للنقل حتى تفرغها لدى المشتري .

ثانيا : الاعتمادية ومن النقاط الواجب المراعاة لها هنا :

- 1- فترة التوريد .
- 2- التسليم السليم (الذي يعد الهدف النهائي) .
- 3- الطلبات الصحيحة .

ثالثا : الاتصالات

رابعا : الملائمة :

- تشير الى ادراك متطلبات الزبائن المختلفة وتلبيتها استنادا لرغباتهم او حجم مشترياتهم .
- يمكن ان نعزى الحاجة الى الملائمة والتنوع في مستوى خدمة اللوجستك الى الاختلاف في أهمية مستوى الخدمة وفقا لاختلاف أنواع الزبائن .
- يمكن ان يزداد مستوى الخدمة في ظل أجواء تزداد فيها حدة المنافسة السوقية وتنخفض مع انخفاض درجة المنافسه .
- بالإمكان تقديم سياسة خاصة لكل زبون بحيث تتلائم مع مكانته وموقعه وأهميته دون الاخلال في السياسة الإنتاجية والتشغيلية .

العوامل التي يمكن ان تحدد شكل (استراتيجية إدارة خدمة الزبون) :

- 1- ولاء الزبون .
- 2- قناعة الزبون .
- 3- إدراك الزبون للقيمة .

واحدة من العبارات التالية خاطئه حول اللوجستك وخدمة الزبون وهي :

>> دائما يجي هالسؤال وتكون الفقرات من ضمن المفهوم من المحاضرة الثانيه كلها لخصت النقاط اللي جات بكل الأعوام ولازم فهم هالمحاضرة عشان يتم الاجابه على هالسؤال

نقاط أسئلة الأعوام :

- تعتبر خدمة الزبون مقياس لمدى فاعلية نظام اللوجستك وكيفية أداء عمله .
- تقوم الرؤيا العمليه لخدمة الزبون إيجاد قيمة مضافه ذات أهمية في سلاسل التوريد .
- يمكن السيطرة على العديد من عناصر خدمة الزبون من خلال إدارة سلاسل التوريد والتسويق .
- تقوم قاعدة " خدمة الزبون كفلسفه " على بناء قناعة الزبون بأعلى المستويات .
- يعتبر ولاء الزبون أحد العوامل التي يمكن أن تحدد شكل استراتيجيه إدارة خدمة الزبون .
- تشير " الملائمه " كأحد أبعاد اللوجستك الأساسيه إلى إدراك متطلبات الزبائن والعمل على تلبيتها .
- يعتبر إدراك الزبون "ولاء الزبون" للقيمه أحد العوامل التي يمكن أن تحدد شكل استراتيجيه إدارة خدمة الزبون .
- يعتبر تجانس ممثلي المبيعات أحد أشكال خدمة الزبون .
- يعمل الإفراط في سياسات مستوي خدمة الزبون علي إعاقة مدير اللوجستك عن تحقيق الإداء الأمثل .
- تهدف العلاقة بين اللوجستك والتسويق للوصول الي ربحية مشتركة ملائمة .
- تعتبر " شروط الائتمان" أحد أشكال خدمة الزبون .