

莫丢物流致胜的“法宝”物流师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E8_8E_AB_E4_B8_A2_E7_89_A9_E6_c31_645277.htm id="nnny"

class="mmtti"> 把物流师站点加入收藏夹 欢迎进入：2009年物流师课程免费试听 更多信息请访问：百考试题物流师论坛 欢迎免费体验：百考试题物流师在线考试中心 托运物品丢失，对于大众和物流公司来说，早已不是“新闻”。而赔偿能令顾客满意者，却鲜有耳闻。物流公司因自身责任，造成客户物品丢失，总是习惯于以种种理由逃避或减轻自身责任。“哪行都有出错概率”便是其为自己开脱的理由之一，但这看似简单而不经意的一句话恰恰折射出物流行业服务意识差的普遍问题。我们不禁要问，在竞争激烈的市场环境下，如此态度怎能做好服务？如此服务又怎能做大做强企业？“顾客就是上帝”，这早就被认定是现代商业的信条。对物流公司而言，客户就是他们的利润源泉、“衣食父母”。对此，物流公司虽然深信不疑，但在服务客户时却往往差强人意，甚至令人大失所望，从而导致对物流公司投诉不断。打开百度，搜索“物流服务态度”，满眼尽见“投诉”、“态度恶劣”、“令人发指”等字样，连续数页尽皆如此。曾有名人说过：“离你而去的不满顾客，会向身边12位朋友数落你，而每一位接受数落的人又会把这一坏消息至少告诉3位朋友。”另有研究显示，一位不满意顾客将平均影响300多名消费者。由此，不难看出服务的重要性。自《物流业调整和振兴规划》出台后，我国物流业更加备受关注。物流业作为一个服务性行业，其根本目标应该是也只能是以最低的成本向客户提供

最满意的服务。然而，一方面，我国物流业起步晚、基础差、行业准入门槛低、物流整体发展水平不高，不可避免地会出现物流服务水平低下的现象。另一方面，由于从业人员素质低、服务意识差，服务质量差已成为整个行业的普遍现象。这一现象的存在，在给消费者带来服务的同时，也深深地伤害着他们。作为物流业的每一员，必须认识到，如若任由这一现象发展蔓延，未来的结果将只能是被客户所抛弃。因而，在当前经济环境不甚乐观的形势下，转变服务观念、提高服务意识和端正服务态度已刻不容缓，而这也关乎着整个物流业的形象。那么物流企业该如何提升服务呢？对其而言，最容易做到的无非是：加强从业人员的业务培训，端正服务态度。征求客户意见，定期对物流服务进行评估，了解服务水平是否已经达到标准等。当然，有条件的企业则可建立相关的管理机制，不断提升服务水平、满足客户需求。物流服务的起点和动力是客户需求，目标和终点亦是客户需求。现代物流企业要想和竞争对手拉开距离，吸引客户，就只有牢固树立客户服务理念，制定有效的客户服务制度，提供真正的优质服务，使客户对服务感到满意，从而使企业获取更大的利益。经过几十年的市场经济洗礼，物流市场的发育已初具规模。市场竞争同时也更为惨烈。在同质化竞争日益激烈的今天，优质服务将是物流企业制胜的重要“法宝”。因为服务最难模仿，改善服务的成本也相对最低。只要运用之妙，在物流服务普遍难令客户满意的情况下，必不难脱颖而出。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com