

物流师考试综合辅导：物流客户服务的作用物流师考试 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__E7_89_A9_E6_B5_81_E5_B8_88_E8_c31_645369.htm id="qqdd"

class="wwxx"> 物流客户服务主要是围绕着客户所期待的商品、所期望的传递时间以及所期望的质量而展开的，在企业经营中有相当大的作用。特别是随着网络的发展，企业间的竞争已淡化了低下的限制，其竞争的中心是物流服务的竞争。物流客户服务的作用主要表现在以下几个方面。

1. 提高销售收入 客户服务通常是物流企业的重要要素，它直接关系到物流企业的市场营销。通过物流活动提供时间与空间效用来满足客户需求，是物流企业功能的产出或最终产品。物流客户服务无论是面向生产的物流，还是面向市场的物流，其最终产品是提供某种满足物流客户需求的服务。
2. 提高客户满意程度 客户服务是由企业向购买其产品或服务的人提供的一系列活动。从现代市场营销观念的角度来看产品，对满足消费者需求来说，客户服务具有3个层次的含义，即核心产品、形式产品、延伸产品。作为客户他所关心的是购买的全部产品，即产品的实物和产品的附加价值。而物流的客户服务就是提供这些附加价值的重要活动，它对客户满意程度产生重要影响。良好的客户服务会提高产品的价值，提高客户的满意程度。因此，许多物流企业都将客户服务作为企业物流的一项重要功能。
3. 物流客户服务方式的选择对降低流通成本具有重要作用 低成本战略历来是企业竞争中主要内容，而低成本的实现往往涉及商品生产、流通的全过程，除了生产原材料、零部件、人力成本等各种有形的影响因素外，物

流客户服务方式等软性要素的选择对成本也具有相当大的影响力。

4. 创造超越单个企业的供应链价值 物流服务作为一种特有的服务方式，以商品为媒介，将供应商、厂商、批发商及零售商有机地组成一个从生产到消费的全过程流动体系，推动了商品的顺利流动；另一方面，物流服务通过自身特有的系统设施（POS、EOS、VAN等）不断将商品销售、库存等重要信息反馈给流通管道中的所有企业，并通过不断调整经营资源，使整个流通过程不断协调地应对市场变化，进而创造出一种超越流通管道内单个企业的供应链价值。

5. 留住客户 客户是企业利润的源泉。在现代市场经济下，客户及其需要是企业建立和发展的基础。如何更好地满足客户的需求，是企业成功的关键。过去，许多企业都将工作重点放在新客户开发上，而对如何留住现有客户研究较少。实际上留住客户的战略更为重要。因为老客户与公司利润率之间有着非常高的相关性，保留住老客户可以保留住业务，同时摊销在客户销售以及广告的成本都较低，特别是满意的老客户会提供业务中介。因此，“不能让老客户投向竞争对手”已成为企业的战略问题。

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
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