

Spis treści:

Przedmowa

Rozdział 1. Kooperacja w sieciach i łańcuchach dostaw

- 1.1. Sieć i łańcuch dostaw
 - 1.1.1. Organizacja sieciowa i sieć biznesu
 - 1.1.2. Rodzaje sieci
 - 1.1.3. Sieci dostaw
 - 1.1.4. Łańcuch dostaw i sieciowy łańcuch dostaw
- 1.2. Modele przedsiębiorstw w sieci
- 1.3. Dystrybucja w sieciach i łańcuchach dostaw
- 1.4. Determinanty marketingowe i logistyczne organizacji kanałów dystrybucji
- 1.5. Klient, konsument, odbiorca w sieciach i łańcuchach dostaw

Rozdział 2. Logistyczna obsługa klienta

- 2.1. Ocena podmiotów w sieci dystrybucji
- 2.2. Obsługa klienta
 - 2.2.1. Fazy obsługi klienta
 - 2.2.2. Luki w obsłudze klienta
 - 2.2.3. Elementy logistyczne obsługi klienta
- 2.3. Niezawodność
- 2.4. Elastyczność
- 2.5. Komunikacja i wygoda

Rozdział 3. Analiza cyklu realizacji zamówienia

- 3.1. Etapy cyklu realizacji zamówienia
 - 3.1.1. Atrybuty procesu
 - 3.1.2. Proces i cykl realizacji zamówienia
 - 3.1.3. Przebieg realizacji zamówienia
 - 3.1.4. Realizacja zamówienia w systemie pull i push
 - 3.1.5. Czas realizacji zamówienia
- 3.2. Mapa procesu jako narzędzie identyfikacji działań
 - 3.2.1. Modele i diagramy procesu
 - 3.2.2. Mapy procesu i mapowanie procesów
 - 3.2.3. Procedura tworzenia map procesu
 - 3.2.4. Diagram rybiej ości
 - 3.2.5. Mapy relacji oraz sieci przepływu
- 3.3. Czas realizacji zamówienia jako miernik sprawności

Rozdział 4. Ocena logistycznej obsługi klienta

- 4.1. Badania rynku i badania marketingowe
- 4.2. Metodyka badań ankietowych
 - 4.2.1. Metody gromadzenia danych w badaniach ankietowych
 - 4.2.2. Próba badawcza
 - 4.2.3. Kwestionariusz ankietowy
- 4.3. Mierniki logistycznej obsługi klienta
- 4.4. Indeks satysfakcji klienta

Rozdział 5. Pozycjonowanie strategii obsługi klientów

- 5.1. Segmentacja rynku
 - 5.1.1. Segmentacja a priori
 - 5.1.2. Segmentacja na podstawie analizy skupień
 - 5.1.3. Metody przeprowadzania segmentacji
 - 5.1.4. Pozycjonowanie klientów
 - 5.1.5. Macierze pozycjonowania klienta

- 5.2. Wyznaczanie standardów obsługi
- 5.3. Strategie logistycznej obsługi klienta
- 5.4. Strategia efektywnej obsługi klienta
- 5.5. Strategie przedsiębiorstw flagowych sieci dystrybucji
 - 5.5.1. Strategie adaptacyjne
 - 5.5.2. Strategie ukierunkowana na wzmacnianie odporności łańcucha dostaw
 - 5.5.3. Macierz strategii przedsiębiorstwa flagowego w sieciowym łańcuchu dostaw
- 5.6. Zarządzanie relacjami z klientem – system komunikacji i wspomaganie informatyczne relacji

Załącznik 1. Badanie poziomu logistycznej obsługi klienta w przedsiębiorstwie produkcyjnym

Załącznik 2. Wyznaczanie standardów obsługi dla przedsiębiorstwa flagowego w sieci dostaw wyrobów hutniczych

Załącznik 3. Diagnoza procesu realizacji zamówienia w branży elektrycznej

Bibliografia

Spis tabel i rysunków