

Analiza i ocena obsługi klienta na przykładzie firmy kurierskiej UPS sp. z o.o./o Gdańsk.

Wstęp

Rozdział I

Teoretyczne zagadnienia związane z rynkiem usług

1.1. Istota usług

1.2. Podstawowe pojęcia związane z rynkiem

1.3. Mechanizmy działania rynku usług

Rozdział II

Logistyczna obsługa klienta w przedsiębiorstwie usługowym

2.1. Pojęcie i istota obsługi klienta w logistyce

2.2. Personel i jego znaczenie w działalności usługowej

2.3. Łańcuch obsługi klienta

2.4. Elementy logistycznej obsługi klienta

2.5. Strategie logistycznej obsługi klienta

2.6. Koszty obsługi klienta

Rozdział III

Rynek usług kurierskich w Polsce

3.1. Geneza rynku usług kurierskich w Polsce

3.2. Funkcjonowanie rynku usług kurierskich w latach 2007-2012

3.3. Kluczowi operatorzy rynku usług kurierskich w Polsce

3.4. Usługi świadczone przez operatorów usług kurierskich

Rozdział IV

Analiza i ocena obsługi klienta w firmie UPS sp. z o.o. o/Gdańsk

- 4.1. Charakterystyka działania oddziału UPS w Gdańsku
- 4.2. Standardy i procedury obsługi klienta
- 4.3. Analiza metod obsługi klienta przez pracowników firmy
 - 4.3.1. Dział obsługi klienta
 - 4.3.2. Kurierzy
 - 4.3.3. Przedstawiciele handlowi
 - 4.3.4. Dział reklamacji
- 4.4. Ocena procedur i mechanizmów obsługi klienta

Zakończenie

Bibliografia