

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

Wstęp.....3

Rozdział I

Teoretyczne zagadnienia związane z rynkiem usług

1.1. Istota usług5

1.2. Podstawowe pojęcia związane z rynkiem9

1.3. Mechanizmy działania rynku usług15

Rozdział II

Logistyczna obsługa klienta w przedsiębiorstwie usługowym

2.1. Pojęcie i istota obsługi klienta w logistyce21

2.2. Personel i jego znaczenie w działalności usługowej25

2.3. Łańcuch obsługi klienta..... 27

2.4. Elementy logistycznej obsługi klienta..... 28

2.5. Strategie logistycznej obsługi klienta..... 31

2.6. Koszty obsługi klienta..... 35

Rozdział III

Rynek usług kurierskich w Polsce

3.1. Geneza rynku usług kurierskich w Polsce37

3.2. Funkcjonowanie rynku usług kurierskich w latach 2007-2012
.....41

3.3. Kluczowi operatorzy rynku usług kurierskich w Polsce
.....45

3.4. Usługi świadczone przez operatorów usług kurierskich
.....49

Rozdział IV

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

4.1. Charakterystyka działania oddziału UPS 52

4.2. Standardy i procedury obsługi klienta	54
4.3. Analiza metod obsługi klienta przez pracowników firmy	57
4.3.1. Dział obsługi klienta	57
4.3.2. Kurierzy	59
4.3.3. Przedstawiciele handlowi	61
4.3.4. Dział reklamacji.....	63
4.4. Ocena procedur i mechanizmów obsługi klienta	65
Zakończenie	68
Bibliografia	70