



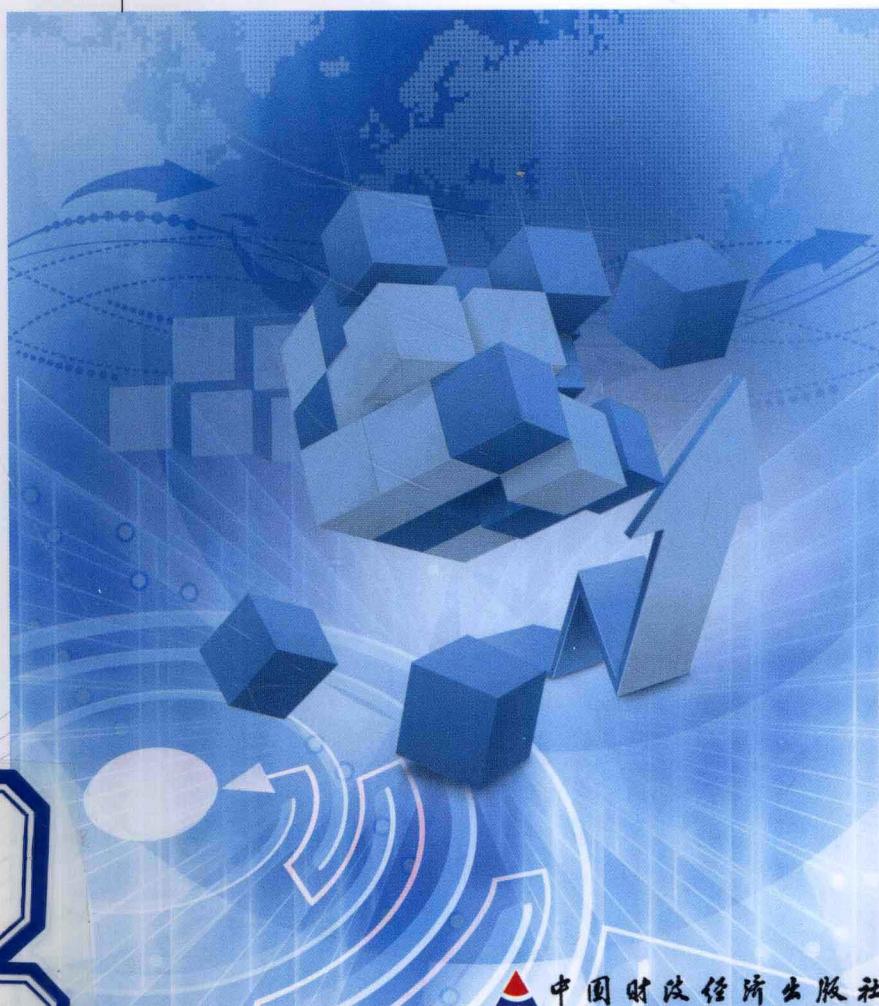
教育部 财政部中等职业学校教师素质提高计划成果
物流专业师资培训包开发项目 (LBZD048)

物流客户服务

教育部 财政部 组编

白世贞 主编

沈 欣 执行主编



 中国财政经济出版社



教育部 财政部中等职业学校教师素质提高计划成果
物流专业师资培训包开发项目(LBZD048)

物流客户服务

Wuliu Kehu Fuwu

教育部 财政部 组编

白世贞 主编

沈 欣 执行主编

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

物流客户服务/沈欣主编. —北京: 中国财政经济出版社, 2011. 9

教育部、财政部中等职业学校教师素质提高计划成果 物流专业师资培训包开发项目.
LBZD048

ISBN 978 - 7 - 5095 - 3055 - 9

I. ①物… II. ①沈… III. ①物资企业 - 企业管理: 销售管理 - 中等专业学校 - 师资培
训 - 教材 IV. ①F253

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 168771 号

责任编辑: 张 铮

责任校对: 徐艳丽

封面设计: 陈 瑶

版式设计: 董生萍

内容提要

本书是教育部、财政部“中等职业学校教师素质提高计划成果”中“物流专业师资培训包开发项目 (LBZD048)”的结题成果之一。本书遵循项目成果《中等职业学校物流专业教师能力标准》和《中等职业学校物流专业教师培训方案》的相关要求, 采用以服务工作过程 + 情景为导向的教材结构设计, 设置了物流客户信息受理与营销; 物流客户投诉和理赔; 物流客户信息管理、物流客户回访和挖潜等 4 个情境单元共 11 个任务, 各项任务包括任务描述、任务分析、相关知识、技能训练、教学研讨和教学素材拓展。

本书可用于中等职业学校物流专业教师上岗层级、提高层级和骨干层级的培训指导用书, 也可作为各级物流专业教师培训的指导与参考用书。

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100142

营销中心电话: 88190406 北京财经书店电话: 64033436 84041336

北京富生印刷厂印刷 各地新华书店经销

787 × 1092 毫米 16 开 13 印张 303 000 字

2011 年 12 月第 1 版 2011 年 12 月北京第 1 次印刷

定价: 31.00 元

ISBN 978 - 7 - 5095 - 3055 - 9/F · 2592

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

质量投诉电话: 88190744

教育部 财政部中等职业学校教师素质提高计划成果
系列丛书

编写委员会

主 任 鲁 昕
副主任 葛道凯 赵 路 王继平 孙光奇
成 员 郭春鸣 胡成玉 张禹钦 包华影 王继平(同济大学)
刘宏杰 王 征 王克杰 李新发

专家指导委员会

主 任 刘来泉
副主任 王宪成 石伟平
成 员 翟海魂 史国栋 周耕夫 俞启定 姜大源
邓泽民 杨铭铎 周志刚 夏金星 沈 希
徐肇杰 卢双盈 曹 晔 陈吉红 和 震
韩亚兰

教育部 财政部中等职业学校教师素质提高计划成果
系列丛书

**物流专业师资培训包开发项目
(LBZD048)**

项目牵头单位 哈尔滨商业大学

项目负责人 白世贞

出版说明

根据 2005 年全国职业教育工作会议精神和《国务院关于大力发展职业教育的决定》(国发〔2005〕35 号),教育部、财政部 2006 年 12 月印发了《关于实施中等职业学校教师素质提高计划的意见》(教职成〔2006〕13 号),决定“十一五”期间中央财政投入 5 亿元用于实施中等职业学校师资队伍建设相关项目。其中,安排 4 000 万元,支持 39 个培训工作基础好、相关学科优势明显的全国重点建设职教师资培养培训基地牵头,联合有关高等学校、职业学校、行业企业,共同开发中等职业学校重点专业师资培训方案、课程和教材(以下简称“培训包项目”)。

经过四年多的努力,培训包项目取得了丰富成果。一是开发了中等职业学校 70 个专业的教师培训包,内容包括专业教师的教学能力标准、培训方案、专业核心课程教材、专业教学法教材和培训质量评价指标体系 5 方面成果。二是开发了中等职业学校校长资格培训、提高培训和高级研修 3 个校长培训包,内容包括校长岗位职责和能力标准、培训方案、培训教材、培训质量评价指标体系 4 方面成果。三是取得了 7 项职教师资公共基础研究成果,内容包括中等职业学校德育课教师、职业指导和心理健康教育教师培训方案、培训教材,教师培训项目体系、教师资格制度、教师培训教育类公共课程、职业教育教学法和现代教育技术、教师培训网站建设等课程教材;政策研究、制度设计和信息平台等。上述成果,共整理汇编出 300 多本正式出版物。

培训包项目的实施具有如下特点:一是系统设计框架。项目成果涵盖了从标准、方案到教材、评价的一整套内容,成果之间紧密衔接。同时,针对职教师资队伍建设的基础性问题,设计了专门的公共基础研究课题。二是坚持调研先行。项目承担单位进行了 3 000 多次调研,深度访谈 2 000 多次,发放问卷 200 多万份,调研范围覆盖了 70 多个行业和全国所有省(区、市),收集了大量翔实的一手数据和材料,为提高成果的科学性奠定了坚实基础。三是多方广泛参与。在 39 个项目牵头单位组织下,另有 110 多所国内外高等学校和科研机构、260 多个行业企业、36 个政府管理部门、277 所职业院校参加了开发工作,参与研发人员 2 100 多人,形成了政府、学校、行业、企业和科研机构共同参与的研发模式。四是突出职教特色。项目成果打破学科体系,根据职业学校教学特点,结合产业发展实际,将行动导向、工作过程系统化、任务驱动等理念应用到项目开发中,体现了职教师资培训内容和方式

方法的特殊性。五是研究实践并进。几年来，项目承担单位在职业学校进行了1 000多次成果试验。阶段性成果形成后，在中等职业学校专业骨干教师国家级培训、省级培训、企业实践等活动中先行试用，不断总结经验、修改完善，提高了项目成果的针对性、应用性。六是严格过程管理。两部成立了专家指导委员会和项目管理办公室，在项目实施过程中先后组织研讨、培训和推进会近30次，来自职业教育办学、研究和管理一线的数十位领导、专家和实践工作者对成果进行了严格把关，确保了项目开发的正确方向。

作为“十一五”期间教育部、财政部实施的中等职业学校教师素质提高计划的重要内容，培训包项目的实施及所取得的成果，对于进一步完善职业教育师资培养培训体系，推动职教师资培训工作的科学化、规范化具有基础性和开创性意义。这一系列成果，既是职教师资培养培训机构开展教师培训活动的专门教材，也是职业学校教师在职自学的重要读物，同时也将为各级职业教育管理部门加强和改进职教师资管理和培训工作提供有益借鉴。希望各级教育行政部门、职教师资培训机构和职业学校要充分利用好这些成果。

为了高质量完成项目开发任务，全体项目承担单位和项目开发人员付出了巨大努力，中等职业学校教师素质提高计划专家指导委员会、项目管理办公室及相关方面的专家和同志投入了大量心血，承担出版任务的11家出版社开展了富有成效的工作。在此，我们一并表示衷心的感谢！

编写委员会

2011年10月

前言

本书是教育部、财政部中等职业学校物流专业师资培训包开发项目（LBZD048）的结题成果之一，由牵头单位哈尔滨商业大学组织国内相关高等学校和职业院校研究人员编写。课题组在确定了以职业能力为本位，以工作过程和情景为导向，以教学需求为前提，以职业生涯为背景的开发原则，打破由专业学科构成的以结构逻辑为中心的教材体系，以职业能力为基础，由实践情景构成的以过程逻辑为中心的行动体系来确定中职物流专业师资培训教材内容。

本书遵循项目成果《中等职业学校物流专业教师能力标准》和《中等职业学校物流专业教师培训方案》的相关要求，从一名中职老师小刘进入某物流公司客户服务部门挂岗锻炼开始，经过一系列的学习与实践，最终成为一名优秀的物流客户服务人员为线索而展开，采用以服务工作过程+情景为导向的教材结构设计，设置了物流客户信息受理与营销、物流客户投诉和理赔、物流客户信息管理、物流客户回访和挖潜四个情境单元共十一项任务，各项任务包括任务描述、任务分析、相关知识、技能训练、教学研讨和教学素材拓展。

本书主编为哈尔滨商业大学沈欣，副主编为黑龙江工程学院刘乔、深圳职业技术学院窦志铭，参加编写的还有黑龙江大学左媛、哈尔滨商业大学刘婧。其中沈欣编写第一单元和第二单元任务一，刘乔编写第三单元任务一、任务二和第四单元，窦志铭编写第二单元任务二，左媛编写第二单元任务三，刘婧编写第三单元任务三，全书由白世贞教授主审。感谢星辰急便陈平董事长、黑龙江乐和赢营销顾问有限公司姜福利总经理的无私帮助。感谢石伟平教授、邓泽民教授、徐朔、杨铭铎教授等项目办专家的全程指导和点拨，感谢同济大学专业项目办的精心组织和安排。

由于时间仓促，水平有限，虽殚精竭虑难免疏漏错误，希望读者海涵，不吝斧正。

编者

2011年6月

单元一 物流客户业务受理与营销 / 1

任务一 物流客户服务认知 / 1

情景描述 / 1

任务分析 / 2

相关知识 / 8

技能训练 / 22

教学研讨 / 23

教学素材拓展 / 23

任务二 物流客户业务受理 / 26

情景描述 / 26

任务分析 / 27

相关知识 / 36

技能训练 / 47

教学研讨 / 47

教学素材拓展 / 48

任务三 物流业务营销 / 49

情景描述 / 49

任务分析 / 49

相关知识 / 58

技能训练 / 68

教学研讨 / 70

教学素材拓展 / 70

单元二 物流客户投诉和理赔 / 72

任务一 处理客户投诉 / 72

情景描述 / 72

任务分析 / 73

相关知识 / 84

技能训练 / 89

教学研讨 / 90

教学素材拓展 / 90

任务二 处理客户索赔 / 92

情景描述 / 92

任务分析 / 92

相关知识 / 96

技能训练 / 98

教学研讨 / 99

教学素材拓展 / 99

任务三 客户投诉善后处理 / 101

情景描述 / 101

任务分析 / 101

相关知识 / 104

技能训练 / 106

教学研讨 / 107

教学素材拓展 / 107

单元三 物流客户信息管理 / 109

任务一 搜集物流客户信息 / 109

情景描述 / 109

任务分析 / 109

相关知识 / 117

技能训练 / 122

教学研讨 / 123

教学素材拓展 / 123

任务二 处理物流客户信息 / 124

情景描述 / 124

任务分析 / 124

相关知识 / 131

技能训练 / 132

教学研讨 / 133

教学素材拓展 / 133

任务三 建立物流客户档案 / 134

情景描述 / 134

任务分析 / 135

相关知识 / 139

技能训练 / 141

教学研讨 / 141

教学素材拓展 / 141

单元四 物流客户回访与挖潜 / 144

任务一 物流客户回访 / 144

情景描述 / 144

任务分析 / 144

相关知识 / 149

技能训练 / 157

教学研讨 / 157

教学素材拓展 / 158

任务二 物流客户维护与挖潜 / 160

情景描述 / 160

任务分析 / 160

相关知识 / 182

技能训练 / 188

教学研讨 / 189

教学素材拓展 / 189

参考文献 / 193

物流客户业务受理与营销

客户是企业最重要的来访者，他们不依赖于我们，而是我们依赖他们；他们不是我们对工作的干扰，而是我们对工作的目的；他们不是我们经营项目的外来者，而是其中的一部分。我们不是因为他们提供服务而有恩于他们，而是由于他们给予我们提供服务的机会而有恩于我们。

——穆哈特马·甘地 (Mahatma Gandhi)

任务一 物流客户服务认知

情景描述

中职教师小刘到青岛一家 A 物流公司客户服务相关部门进行挂岗培训。报到的第一天，客服部王经理向小刘介绍了公司的背景、规模、主营业务等基本情况后，告诉小刘先熟悉一下工作环境，正式的培训两天之后开始，这两天小刘要先熟悉一下客户服务部门的岗位设置、各岗位的职责以及工作流程，有什么不懂的可以请教同事。小刘环顾四周，有点茫然：他不知道在这些工作岗位要做什么？他能做些什么呢？

任务分析

小刘首先必须对物流客户服务有一个整体的、全面性的认知过程，还要对物流企业的常见组织结构以及物流客服部门的主要岗位设置有一个大概的了解，具体任务内容分析如下：

一、了解物流企业的常见组织结构

(一) 常见组织结构

物流客户服务活动渗透到企业的各个职能部门之中，要提高企业物流服务的绩效水平，就必须把物流客户服务活动的任务、责任、权力和利益在企业内部进行有效的组合和协调。因此，了解物流企业的常见组织结构及客户服务相关部门设置，能够进一步了解物流企业的职能及本部门在公司的位置，帮助物流客服人员更好地为客户服务。

物流服务组织的结构和组成应适应其管理特点和生产经营的需要，比较成熟的物流企业组织结构如图 1-1 所示。

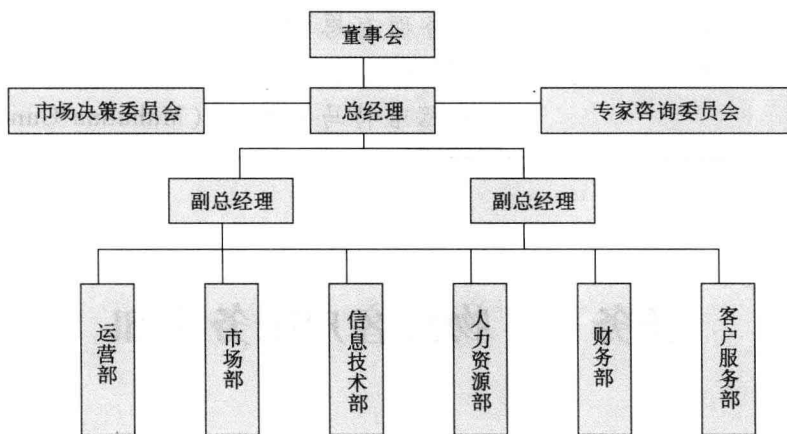


图 1-1 物流企业组织结构图

第一个层次为核心管理团队，主要包括企业董事会总经理、副总经理。这个层面的人员数量很少，大约为 10%，是整个物流企业核心竞争力所在。

第二个层次为业务管理队伍，主要包括各职能部门经理（如运营部经理）、业务总监（如财务部总监）。这个层面的员工队伍大约占企业总人数的 20%。

第三个层次为业务操作队伍，主要包括各职能部门内部的理货员、订单处理员、搬运工、仓库管理员、IT 技术员、会计出纳、行政管理员、客户专员等现场操作人员。这个层面的员工数量约占物流企业总人数的 60%~70%。

图 1-1 中所示的物流企业共下设了六个职能部门，分别是运营部、市场部、信息技术部、客户服务部、财务部、人力资源部。各部门机构间有着严格的职责划分，相互间同时又互相合作和配合。

（二）各职能部门职责

物流企业各职能部门的主要职责如表1-1所示。

表1-1 物流企业各职能部门主要职责

部门	主要职能	相关说明
市场决策分析委员会	1. 物流企业的市场定位分析； 2. 市场状况评估分析； 3. 市场策略分析； 4. 现有客户运作效率分析； 5. 目标客户市场前景分析以及客户服务分析等。	是物流企业发展大客户、或根据其市场策略界定潜在客户和目标客户、实行客户甄别的非常设性市场决策分析咨询机构。市场决策分析委员会主要由商品流通领域的专家、物流业界资深人士、市场营销专家、财务专家及企业现有客户的高级领导人组成。
专家咨询委员会	1. 为物流企业的发展战略提供专项的咨询服务； 2. 就国家和地区的经济形势、商业发展动态、业界现状和发展趋势以及企业的经营方向和商业模式等状况进行适时分析、展望，并将讨论的结果反馈给公司的决策层。	主要由知名经济学家、大学教授、业界专家等组成，在企业需要的时候由董事会或董事会授权总经理不定期召集各成员出席。
运营部	1. 全面负责公司物流业务的市场运作和管理； 2. 遵循市场部的运作指南，制作和下达运作手册； 3. 进行运作各环节的质量、服务和成本控制； 4. 进行授权范围内运作事故处理； 5. 制订运作技术服务指示并加以实施。	协同财务部、行政部、人力资源部建立公司内部信息系统，协调各部门工作，建立有效的团队协作机制。
市场部	1. 制订市场发展战略、目标，并组织分解落实相应的公关策略和具体实施方案； 2. 搜集资料，进行深入的市场分析，提供市场运作方向性的建议； 3. 根据市场现状及同行竞争情况，分析客户需求，形成分析报告，为其他部门提供所需信息； 4. 与客户沟通、联络，巩固、扩大客户范围，进行客户调查，制订物流方案上报市场决策委员会评估； 5. 与客户谈判，签订物流服务合同； 6. 综合客户的反馈意见，进行业务宣传和企业形象策划。	将相关信息提供给物流企业各个部门。
信息技术部	1. 信息技术供应商的采购和评估； 2. 开发（或组织开发）和建立企业物流管理信息系统及其他支持系统； 3. 企业物流系统网络的构建和维护营运； 4. 系统及设备安全保障，系统及设备维护、升级需求报告的编制； 5. 研究当今同行业最新产品的技术发展方向，制订技术发展规划。	物流信息技术是现代物流与高科技相结合的产物。
人力资源部	1. 物流企业组织架构的协调、优化和改善； 2. 企业文化的营造和倡行； 3. 员工队伍（特别是核心管理团队）及其结构的协调和优化； 4. 薪酬的设计和管理； 5. 员工职业操守和技能水平的培训及提高； 6. 新员工招聘。	为物流企业各职能部门输送优秀的员工。

续表

部门	主要职能	相关说明
财务部	1. 监督公司所有财务制度的建立和完善, 以及资本的运作和流动资金的管理; 2. 接受市场部结费指南, 及时收取客户物流运作服务费; 3. 对公司所有运作物流业务效率和效益进行分析, 提出成本控制建议; 4. 审查运营部提交支付申请, 向供应商支付物流费用; 5. 应付账款的结算与员工工资的发放等事宜。	物流企业全部资金及运作、收入和支出的管理部门。
客户服务部	1. 客户档案的建立、跟进及客户关系的管理; 2. 接受并处理客户关于运作质量和运作效率的投诉; 3. 培训、激励、评价和考核客户服务专员; 4. 复核并监督落实运营指标执行情况, 提出改进意见; 5. 客户的接待工作, 并按客户要求提供相应服务。	是物流企业分化出来专门根据客户的要求从事客户服务的部门。

物流企业机构设置及职能的划分和界定并不是绝对的, 它随着企业业务模式、物流业务量和人力资源配置等不同而有所区别。

案例阅读

IFA 即德国柏林国际电子消费品展览会, 在德国首都柏林国际会展中心每两年举办一届。IFA 是目前全球规模和影响力最大的国际视听及消费类电子产品展览会, 是世界各国消费类电子产品生产商和贸易商聚集和展示新产品、新技术最主要的场地, 也是欧洲消费类电子产品的采购商、批发商和零售商了解、采购该领域商品的重要市场。

北京中远国际货运有限公司展览运输部负责该展览中国展区展品的运输工作。全权负责中国上海、深圳盐田等港口指定仓库收货、订舱、装箱、报关、出运德国直至柏林展馆指定展位的全程展运物流。

IFA 展品均为电子类产品, 货值高, 产品的运输要求很高, 每家展商的展品件数很多, 都要准确就位到展位上。为满足展商要求, 提供全方位服务, 北京中远分别派出展运经理和员工驻守上海、深圳港口和德国柏林负责现场操作, 他们熟悉专业流程, 理解国内客户, 了解国外操作, 能够克服时差困难, 高效地与港口、海关、展厅以及装卸工人等各方面沟通协作。其中, 进馆当天, 从上午 8:00 时至晚上 10:00 时, 他们成功完成了 4 个集装箱展品卸货和就位工作。当地工人只能依靠展品外包装箱上的唛头就位, 但有些展品的唛头不清楚不规范, 在现场清点过程中, 有的展位上展品的数量与当时申报不一致, 这些问题, 需要北京中远货运现场人员一一向当地工人解释。在进展和撤展期间, 北京中远货运现场人员寸步不离所负责的展区工作, 提供装拆箱作业、货物堆存、信息查询和展品回运等服务。

在本次展览上, 很多中国展商的展品得到了来自世界各地的参观者喜爱, 也使中远货运的服务得到中国展商和展览主办方的高度评价。

案例分析：北京中远国际货运有限公司真正做到了以客户为中心，满足客户的需求。在IFA展览前，他们既能够以国内客户为出发点，又能够满足国外的操作需求。在出现问题时能够提供全过程的跟踪服务，以客户为中心，满足客服的各方面的需求。正因为如此，中远货运的服务才会得到中国展商和展览主办方的高度评价。

资料来源：赵玲：《物流客户服务》，重庆大学出版社2009年版。

二、熟悉物流客户服务部门岗位设置

（一）客服部门工作目标

物流客户服务部门工作目标如表1-2所示。

表1-2 物流客服部工作目标

总体目标	目标细化
客户服务目标	1. 制订客户服务标准与工作规范，树立公司良好形象，提高客户服务质量；
	2. 为客户提供订单查询、货物在途状态查询等服务，客户满意度评分达到____分以上；
	3. 改进客户服务流程，加快客户服务速度与质量，使客户投诉下降率达____%。
投诉处理目标	1. 及时处理客户投诉事件，客户对投诉解决的满意率达____%以上；
	2. 紧急处理大客户投诉事件，使大客户对投诉解决的满意率达____%、大客户流失率为0。
客户信息管理目标	1. 做好客户信息的整理以及相关数据的统计工作，使客户信息完备率达____%以上；
	2. 记录客户服务事项，建立客户服务档案，有针对性地进行客户关系维护，提高客户服务的满意度。
客户关系目标	1. 按照公司相关规定制订客户回访计划，定期拜访大客户，维护与大客户的良好合作关系，将客户流失率控制在____%以内；
	2. 制订大客户回访计划，定期拜访大客户，维护与大客户的良好合作关系，确保大客户无一流失。

（二）物流客服部门岗位设置

在物流企业客户服务部门中，按照主要工作职责的不同可以划分为五个具体工作岗位，分别是客户服务经理、信息搜集员、客户关系维护员、投诉处理员、客户销售专员。

（三）各工作岗位职责及操作流程

1. 客户服务经理

• 岗位职责范围：

- （1）负责管理客户服务部各服务项目的运作。
- （2）负责对客户服务人员进行培训、激励、评价和考核。
- （3）负责对企业的客户资源进行统计分析。
- （4）负责按照分级管理规定定期对所服务的客户进行访问。
- （5）负责按客户服务部的有关要求对所服务的客户进行客户关系维护。
- （6）负责对客户有关产品或服务质量投诉与意见处理结果的反馈。
- （7）负责大客户的接待管理工作，维护与大客户长期的沟通和合作关系。

(8) 负责创造企业间高层领导交流的机会。

• 岗位操作流程

物流客户服务部门经理的岗位操作流程如图 1-2 所示。

2. 信息搜集员

• 岗位职责范围：

(1) 对当地、国内乃至国际范围的市场环境信息进行搜集，分析某种产品或服务的潜在市场。

(2) 制订调研方案，制作数据统计表格。

(3) 搜集客户需求信息及其他业务方面的信息。

(4) 搜集竞争对手的相关信息，分析其价格、业务量、营销手段等。

(5) 审核、分析相关数据，预见市场趋势和市场潜力。

(6) 分析客户对本企业服务质量意见反馈，改进相关服务。

(7) 制作调研报告，向管理层提出建议。

• 岗位操作流程

物流客户服务部门信息搜集专员的岗位操作流程如图 1-3 所示。

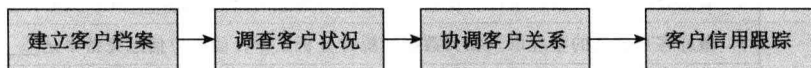


图 1-3 信息搜集专员的岗位操作流程

3. 客户关系维护员

• 岗位职责范围：

(1) 按照公司及客户需求对客户档案进行分类和管理，建立客户管理数据库。

(2) 调查新老客户状况，分析客户需求。

(3) 保持与客户的良好关系，寻求机会发展新业务。

(4) 管理、参与和跟进物流服务项目，协调客户与公司各部门的关系。

(5) 为公司提供精确的客户市场信息，完成客户信用跟踪，关注物流市场未来趋势，建立完善物流服务项目和方法，持续提高服务质量。

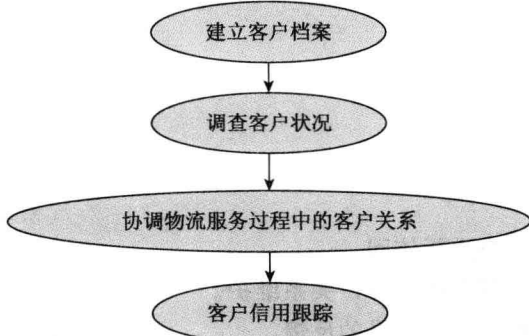


图 1-4 经理的岗位操作流程

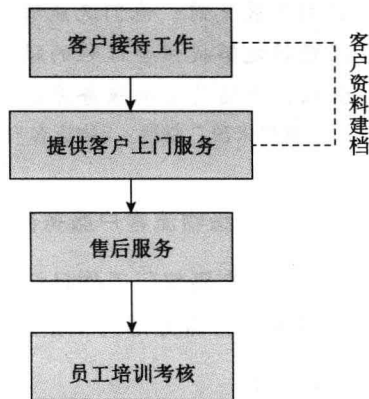


图 1-2 经理的岗位操作流程

• 岗位操作流程

物流客户服务部门经理的岗位操作流程如图 1-4 所示。

4. 投诉处理员

• 岗位职责范围

(1) 负责制订统一的客户投诉案件处理程序和方法。

(2) 负责对客户投诉案件进行登记，如客户投诉产品的订单编号、料号、数量、交运日