

Zákaznícky servis inak :)

Tvorí výstupnú časť logistického systému a jeho úlohou je zabezpečiť umiestnenie správneho produktu v správnom čase na správnom mieste a pokiaľ možno pri čo najnižších celkových nákladoch.

Činnosti súvisiace s tvorbou zákazníckeho servisu sú väčšinou služby smerujúce k spokojnosti zákazníkov. Nevyhnutnou podmienkou tvorby zákazníckeho servisu je dobrá marketingová činnosť.

V prostredí konkurencie, keď veľa podnikov ponúka podobné produkty v zmysle úžitkových vlastností, ceny a kvality, sú to práve odlišnosti v oblasti zákazníckeho servisu, ktoré môžu podniku priniesť výraznú výhodu nad konkurenciou.

Preto je dôležité v rámci stanovenia stratégie získania, alebo udržania si zákazníka určiť:

- hlavné otázky a získať pravdivé odpovede na potreby zákazníkov,
- úroveň kvality servisu i prostriedkov ako dosiahnuť konkurenčnú výhodu.

Potreby zákazníkov treba definovať z poznania, ako zákazníci definujú servis.

Manažment marketingu a logistiky má povinnosť zodpovedne preskúmať potreby zákazníkov. K získaniu zákazníckych vstupov pre vytváranie konkrétnych stratégií, plánov a programov je vhodné využiť:

- interné i externé audity,
- dotazníky,
- rozhovory manažérov so zákazníkmi...

V stanovení efektívnej stratégie zákazníckeho servisu je z riadiaceho prístupu potrebné zaradiť využitie najmodernejšej komunikačnej technológie k vybavovaniu objednávok, ale i merania a hodnotenia výkonu jednotlivých logistických aktivít, ako je doprava, skladovanie, riadenie zásob, plánovanie, nákup. Kľúčovým bodom v stanovení stratégie zákazníckeho servisu je poskytovanie služieb pri rešpektovaní vzájomných väzieb medzi príjmami a výdajmi vo všeobecnosti i špecifickom prístupe k vybraným zákazníkom.

Zákaznícky servis z pohľadu pôsobenia na zákazníka môžeme **rozdeliť do troch základných skupín:**

- **predpredajné zložky** - predstavujú formu vnútorného organizačného usporiadania, komunikačného pôsobenia, právomoci rozhodovania v záujme schopnosti reagovania na bežné, ako i náhodné a nepredvídané udalosti pri poskytovaní manažérskych služieb zákazníkom. Služby, zákaznícky servis sa najčastejšie poskytuje formou príručiek, manuálov, seminárov, konzultácií, poradenskej činnosti za úhradu alebo bezplatne,
- **predajné zložky** - bezprostredne vyjadrujú zákaznícky servis vo svojej realizačnej podobe toku materiálu. Vo svojej podstate vyjadrujú:
 - potvrdenie prognózovania, koľko tovaru by mal podnik mať na sklade, aby uspokojil dopyt zákazníka,
 - uspokojivé informačné toky v objednávkach a ich realizovaní v konkrétnom čase,
 - schopnosť poskytovania prijateľnej náhrady produktu,
- **popredajné zložky** - zabezpečujú podporu produktu, alebo služby po tom, čo ich zákazník obdržal. Spravidla sa jedná o činnosti:
 - spojené s vykonávaním inštalácie zariadenia, záručným a pozáručným servisom, opravami, dodávaním náhradných dielov,
 - sledovanie produktov - za účelom zmenovej služby technických informácií o prevádzke a údržbe techniky pri dlhodobej prevádzke (lietadlá, investičné celky),
 - sťažnosti zákazníkov, reklamácie, vrátenie tovaru, ako jedna z možností odstraňovania nedostatkov v poskytnutej dodávke,
 - náhrada tovarov. Napríklad v čase vykonávania servisných prác sa dodá zákazníkovi náhradný tovar, výmenný spôsob..., a ten môže bez obmedzenia nepretržite vykonávať predmet svojej činnosti.