

顾客需求视域下物流企业服务质量管理途径

孟一君

(河南省商务中等专业学校 河南省郑州市 450000)

摘要：近年来，我国社会经济步入了快速发展的阶段，人们的生活水平在不断提高的同时，对于生活品质的追求也越来越高，与此同时，社会各行各业也得到了迅速的发展，其中物流企业便是其中的典型代表之一，怎样提高物流企业服务质量是当前企业发展过程中的重点。文章通过对目前我国物流企业的服务质量管理现状进行了分析，并针对实际状况，提出了物流企业服务质量管理的应对措施。

关键词：物流企业；质量管理；顾客需求

前言：社会经济在快速发展过程中，人们的生活质量显著提升，市场的消费力也在不断上升，在这样的大环境下，物流企业也得到了快速的发展，虽然物流企业在我国的发展时间并不是很长，但是却快速得到扩张，也越来越规范化。越来越多的电商企业与物流企业合作，使得物流企业的经营也逐渐趋于稳定，所以，要针对当前消费者的实际需求，为顾客提供更加便捷、优质的物流服务，不断提升企业物流的核心竞争力以及服务质量。

1、物流企业服务质量管理简述

物流企业主要指的是运输代理、快递代收代取等行为的经营活动，且主要针对客户的实际需求，对商品进行运输、包装、以及卸载等，通过采用科学有效的管理措施以及相关信息化管理系统，对整个流程进行综合管理。服务质量管理包括对产品的整个流程进行组织协调，保障产品的整体质量，最大程度上满足消费者的各方面需求，这就需要相关部门能够各司其职、相互合作，保障产品的生产及运输活动，提升消费者的满意度。通常包括以下方面：首先是对物流对象质量进行管理，如物流产品的外观、性能、等方面质量完好，其次是物流服务质量管理，物流服务质量主要由客户集中体现反馈，且因为消费者的实际需求发生变化，也会逐渐发生变化，再者，物流活动过程当中，不同岗位之间也应当严格把控质量，不断提高工作质量，保障物流服务质量，简而言之，就是应当从多个方面最大程度上满足顾客的需求。

2、物流企业服务质量管理现状

目前，国内的物流企业仍处于发展阶段，且大多数的物流企业都还处于转型阶段，由传统运输类型逐渐演变而来，其次是企业打造第三方物流企业、新型物流服务企业以及国际资本合资建立的物流企业。当前物流企业在质量管理等方面存在许多问题，且实际作业的方式比较传统，效率比较低，并没有逐渐形成科学规范的服务质量标准体系，此外，物流企业也不具备科学高效的信息化水平，这样便会造成物流企业无法实现信息化质量标准服务[1]。部分企业也获得了一定的成功，在物流活动当中完善质量管理体系，并将其逐渐融入到不同环节当中，设置相应的激励措施，及时获取客户的反馈信息，此外，还制定相应的质量控制目标，保障物流企业服务质量稳步提高。

3、顾客需求视域下物流企业服务质量管理途径分析

3.1、针对顾客需求，完善物流企业服务质量管理内容

针对物流企业顾客的实际需求，能够知道物流企业质量控制主要包括以下方面：首先是明确顾客的物流服务需求，在对物流企业质量管理进行详细策划之前，应当针对客户的实际需求，进行具体分析，对客户最在意的物流关键环节制定计划，并保障服务质量，物流企业的重点客户要进行详细的区别，并采取相应的措施，结合客户的主要物流服务实际需求，完善物流服务质量水平。其次还需要制定质量目标，在全面了解顾客实际需求的基础上，完善企业的整体质量目标，确定物流总体质量目标后，对质量控制任务进行划分，分配至不同的岗位和部门当中，保障质量任务目标的整体可执行性。再者，还应当对物流企业的质量控制所需资源及相关措施进行分析，使其进

一步完善。要针对顾客的实际需求，确定结果，确认部门及主要资源状况，针对质量控制目标，提出相应的措施，并落实。要对物流企业的质量管理职责和权限进行严格把控，物流企业通常属于一个综合性的企业，涉及到的部门和组织众多，应当结合企业质量整体目标与细化质量目标，针对不同的部门，制定相应的工作职责以及质量目标[2]。完善物流企业的质量管理方法，最大程度上保障质量控制的整个流程能够顺利实施。

3.2、质量功能开展在物流企业服务质量管理中的具体应用

质量功能开展主要是指物流企业消费者的需求逐渐转化为质量的特性，从而保障消费者的需求以及企业技术真正体现在质量控制当中，最大程度上保障消费者的权益和需求。质量功能开展可以将消费者的需求进行转化，保障企业产品的服务质量，从设计标准入手，逐渐深入到具体的工艺、零件以及工艺标准当中。质量功能开展有着以下方面特点：首先是以消费者的需求为基础，对产品进行开发，其次，倾听和理解消费者的实际需求是质量功能展开及管理的关键核心[3]。逐渐实现消费者需求的过程中，也对部门的技术开发有着良好的促进作用，对不同部门之间技术进行协调，保障稳定运行，为消费者需求提供相应的技术团队。再者，应当在消费者的整体需求上，对物流企业的人力资源、物流资源进行高效合理的配置。要以顾客的质量需求为基础，要着重分析物流企业的安全性、经济型以及可靠性等质量特点要求，分析消费者的实际需求和重要性，通过不同的方法去分析消费者对物流质量的不同要求及重要程度，确定消费者和物流企业服务质量要求。对顾客的实际需求进行全面分析，也是当前物流企业管理的基础前提，更是当前物流企业必须要去面对的问题，在确定顾客最在乎的环节前，应当进行合理区分，结合不同顾客群体的实际需要，逐渐完善顾客服务体系。对顾客进行区分之后，要科学合理的分析顾客的实际不同需求以及不同服务，结合总体服务质量目标，将服务质量控制任务落实到不同部门以及岗位之中，进一步明确服务体系。

4、结束语

物流企业属于综合性的企业，涉及到的方面众多，因此要逐渐完善统一规范体系，促使物流企业能够在完善的体系之下规范的运行，通过员工学习培训、行政手段等方式最大程度上保障工作人员的物流服务质量体系切实落实到实际工作当中，并进行后期的物流服务跟踪评价与调查，制定奖惩制度，对工作人员针对实际工作表现，采取相应的奖励和惩罚，从而不断提升物流企业服务质量管理效率。

参考文献：

[1]崔璐, 王美英. 基于顾客需求的物流企业服务质量管理研究[J]. 物流科技, 2018, v.41; No.273(5):31-34.

[2]刘志强, 张丛艳. 顾客感知视角下民营快递企业服务质量评价实证研究[J]. 企业经济, 2017(7):88-92.

[3]杨晓菲. 基于顾客需求的物流企业质量管理研究[D]. 西南交通大学, 2017.

作者简介：孟一君，1986.9，女，汉族，籍贯：河南省郑州市，硕士研究生，讲师，研究方向：物流服务管理