

## مقدمة

Parcelforce Worldwide هي جزء من هيئة البريد الملكية المجموعة المحدودة. مجموعة البريد الملكي ثلاث شركات التشغيل الرئيسية:

• مكتب واشنطن بوست المحدودة تقدم خدمات المكافحة لعملاء الشارع العالي.

• البريد الملكي تدير إيصال الرسائل بحزم.

• يوفر Parcelforce Worldwide خدمات تسليم الطرود السريع للشركات والمستهلكين

بارسل في جميع أنحاء العالم لديها أكثر من 30,000 من العملاء في قطاع الأعمال في المملكة المتحدة. وهو يتولى 200,000 الطرود في اليوم. فقد يبلغ حجم مبيعاتها 382 مليون £. في 2006-07، وارتفعت الإيرادات بنسبة 7.3٪ مقارنة بالعام السابق. مع 23 شركائها عبر 30 بلدا أوروبا والوصول إلى الإدارات البريدية من خلال الاتحاد البريدي العالمي. وهو يعمل:

• خدمات الأعمال إلى الأعمال (B2B) ، وتقديم طرود والإمدادات من الشركات لشركات أخرى

• الأعمال لخدمات المستهلك (B2C) ، وتقديم طرود للأفراد في منازلهم في جميع أنحاء المملكة المتحدة

Parcelforce Worldwide تتنافس في السوق الحرة أو غير المنظم. سوق حرة مفتوحة للجميع. أي شركة يمكن أن تختار للعمل في السوق ويمكن للعملاء اختيار أي مورد رغبوا في ذلك. لذا تحتاج الموردين لتوفير قيمة جيدة مقابل المال للحفاظ على الزبائن وكسب أعمال جديدة.

## الحاجة إلى التغيير

في عام 2002، كان Parcelforce Worldwide حصل علي خسارة. وردا على ذلك من يديرون الأعمال قررت تغيير نوع الخدمة التي تقدمها. بدلا من ان تاخذ تسليم الطرود غير المضمونة عادة بين اثنين وأربعة أيام، قررت Parcelforce Worldwide إلى التركيز على الوقت واليوم مضمونة، والتسليم السريع. وأدى ذلك إلى الحد من عدد الطرود بمعالجة (حجم) ولكن زيادة قيمة كل تسليمها إلى بارسل فورس جميع أنحاء العالم.



ونتيجة لهذه التغييرات، كما زادت Parcelforce Worldwide الكفاءة التشغيلية. العمل:

• تخفيض عدد الموظفين الذين يعملون

• أغلقت بعض مستودعاتها

• فتح، مركز الفرز تقدا من الناحية التكنولوجية الجديدة في كوفنترى

وقد مكنت هذه التغييرات Parcelforce Worldwide لتحقيق أهدافها المالية. وتبين لرجال الأعمال الخاسرة إلى واحد مربحة. ومع ذلك، فإنه اعترف بأن أكثر يمكن القيام به لتحسين الكفاءة. سعت الشركة إلى تحسين معدلات حضور الموظفين. انها تريد خفض غياب الموظفين من أخذ إجازة غير المصرح به أو المرضى وتقليل الوقت الضائع نتيجة لحوادث العمل. للقيام بذلك، عرض Parcelforce Worldwide نهجا أكثر لامركزية لإدارة. وهذا يعطي مديري مستودع قدر أكبر من المساءلة صنع القرار لتحسين فعالية العملية في منطقتهم المحلية.

## . التفاضل

معظم الشركات العاملة في سوق تسليم الطرود تقدم خدمات مماثلة. يبقى Parcelforce جميع أنحاء العالم تنافسية عن طريق التفريق نفسها بطرق أخرى. وقد وضعت Parcelforce في جميع أنحاء العالم لبيع اقتراح فريد (USP) على أساس خدمة العملاء ذات جودة عالية.

تم تصميم هذا النهج الموجهة لصالح العملاء لجذب العملاء والاحتفاظ بهم الرئيسيين. بارسل في جميع أنحاء العالم تعمل في شراكة مع العملاء، مثل لوحات الفحص في المملكة المتحدة، لتطوير وتقديم الخدمات لتلبية احتياجات محددة. خلال موسم الامتحانات، Parcelforce Worldwide يسلم الملايين من أوراق الامتحانات، ومخطوطات والدراسية.

وتبحث هذه الدراسة كيف يمكن لاستراتيجية تركز على خدمة العملاء يمكن أن تسهم في تطوير الأعمال التجارية على المدى الطويل.

## استراتيجية العمل

الشركات لديها أهداف وغايات. الأهداف هي أهداف طويلة الأجل للشركة. الأهداف هي الخطوات التي تساعد على تحقيق هذه الأهداف. يجب أن تكون الأهداف دائماً ذكية ، ويجب أن تكون محددة وقابلة للقياس، قابلة للتحقيق، ذات الصلة ووضع إطار زمني. وهذا يتيح لتقييم ما تسهم أهداف لأهدافها العامة ومتى سيتم تحقيقها. الشركات قد وضع أهداف ل:

- الاستفادة القصوى من شيء على سبيل المثال، والأعمال التجارية قد ترغب في زيادة النمو والمبيعات والأرباح ورضا العملاء
- الحد من شيء ضار أو غير مرغوب فيه على سبيل المثال، والحد من المخاطر أو الحد من غياب الموظفين
- تغيير صورة أو ثقافة الأعمال على سبيل المثال، تغيير التركيز على المسائل التشغيلية الداخلية من سرعة الخدمة إلى التركيز على احتياجات العملاء

## استراتيجيات الأعمال

هذه الأهداف تساعد على إبلاغ استراتيجيات الأعمال. من خلال إجراء تحليل SWOT ، يمكن عمل تحديد أفضل الاستراتيجيات لتنفيذها. وتركز هذه الاستراتيجيات على جوانب مختلفة من الأعمال. على سبيل المثال، Parcelforce Worldwide بما يلي:

• استراتيجيات تنفيذية لتحسين كفاءته وتلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل

• الاستراتيجيات الترويجية لتعزيز حضور علامتها التجارية في الأسواق الرئيسية

• استراتيجيات النمو لتوسيع أعمالها خارج الأسواق الوطنية الأساسية

لديها استراتيجيات Parcelforce Worldwide "اليالي لتأخذ في الاعتبار أية تغييرات في البيئة الخارجية. على سبيل المثال، قد وحد صناعة تسليم الطرود في جميع أنحاء العالم. وهذا يعني أن هناك الآن عدد أقل من اللاعبين العالميين، ولكن لكل منها حصة أكبر نسبياً السوق . بارسل جميع أنحاء العالم يحتاج للتنافس مع هؤلاء المنافسين العالمية. لزيادة حصتها في السوق، فإنه يحتاج إما لتنمية الأعمال الحالية أو الاندماج مع شركات أخرى تسليم الطرود .



## خدمة العملاء كاستراتيجية

Parcelforce Worldwide تعمل ضمن القطاع الثالث أو الخدمة. خدمة العملاء هو مهم في هذا القطاع. وذلك لأن العديد من صناعات قطاع التعليم العالي توفر منتجات وخدمات مماثلة بأسعار مماثلة. وهذا يجعل من الصعب على المنافسة باستخدام نهج المنتج الموجه. في هذه الأنواع من الأسواق، فإنه ليس من السهل لضبط العناصر الأربعة من المزيج التسويقي - المنتج والسعر والترويج ومكان - لجعل الأعمال التجارية تبرز من منافسيها. ومع ذلك، طريقة واحدة لكسب ميزة هي أن نقدم خدمة عالية الجودة للعملاء .

## ما هي خدمة العملاء؟

خدمة العملاء يعني التحدث والاستماع إلى العملاء. هذا يساعد رجال الأعمال علي توقع متطلباتهم والاستجابة الفورية لأية مشاكل. Parcelforce Worldwide يفعل ذلك لأنه يريد أن تلبية أو تتجاوز توقعات عملائها. ويهدف إلى أن يكون الأكثر موثوقية عالية القيمة صريح الناقل في المملكة المتحدة.

يوفر هذا التركيز علي خدمة العملاء Parcelforce Worldwide بالاختلافات القوية في السوق. هذا يساعد على الحفاظ على العملاء الحاليين وجذب أعمال جديدة. الأجزاء الرئيسية من هذه الخدمة العملاء هي:

• وقت التأكد من أن التسليم في الوقت المحدد

• الرؤية السماح للعميل تتبع الطرود من خلال تتبع عبر الإنترنت

• خدمة ما بعد البيع ضمان أي مشاكل يتم التعامل معها بأدب وعلى الفور

وقد حددت Parcelforce Worldwide أن هيكلها التنظيمي هو القوة الرئيسية. شعبها ضروري لدعم جودة خدمة العملاء. على سبيل المثال، مطلوب سائقين للعمل مع موظفين المستودع بحيث يتم تحميل الطرود في حق النظام للتسليم

## التنوع



يحتاج Parcelforce أيضا لضمان أن الخدمات يمكن الوصول إليها من قبل جميع العملاء. المجتمع هو الآن أكثر تنوعا، مع نسبة أكبر من السكان الذين تتراوح أعمارهم بين 60 و مع أكثر من عدد أكبر من الناس من خلفيات عرقية مختلفة. على سبيل المثال، Parcelforce Worldwide بالتأكد من أن:

- السائقين إرسال بطاقات التسليم التي يمكن قراءتها بسهولة من قبل الناس الذين يعانون من مشاكل البصر أو من قبل أولئك الذين لا يتحدثون اللغة الإنجليزية كلغة أولى
- موظف تعلم أفضل طريقة للتواصل مع العملاء ذوي الإعاقة، على سبيل المثال، بقراءة المعلومات أو كتابته.

يحتاج الشركة أيضا لمعرفة ما يريده عملائها بحيث يمكن توفير خدمات إضافية. فلا بد

- التحدث إلى العملاء، سواء بالنسبة للشركات والمستهلكين

- رائدة منتجات جديدة رائدة مثل الخدمات عبر الإنترنت أو الهاتف

- معرفة ما يريده زبائنهم الذين يصلون إلى الخدمات عبر شبكة مكتب البريد

على سبيل المثال، بهذه الطريقة، اكتشف Parcelforce Worldwide أن بعض العملاء كانوا قلقين بشأن تأثيرات الانبعاثات الكربونية على البيئة. وبالتالي فإنه يوفر خيار "لا يتجزأ محايدة الكربون". يدفع العميل بضعة بنسات أكثر لتعويض أثر الكربون لتسليم الطرود.

## مسؤولية مشتركة

Parcelforce Worldwide تأخذ مسؤوليتها الاجتماعية للشركات (CSR) على محمل الجد. وهذا يعني توفير مزايا للموظفين والعملاء والمجتمعات التي تعمل فيها. ويركز برنامج المسؤولية الاجتماعية للشركات على الصحة والسلامة والبيئة ودعم المجتمعات المحلية والتنوع. على سبيل المثال هو:

- الحد من البصمة الكربونية للأعمال
- دعم المجتمعات المحلية من خلال المشاركة في التعليم
- إزالة الحواجز التي تحول دون خدماتها لجميع العملاء

## تنفيذ خدمة العملاء

لتحسين خدمة العملاء، قام Parcelforce Worldwide "تحليل الفجوة". هذا هو ممارسة تفصيلية التي يقيم:

- حيث العمل هو الآن
- حيث يريد أن يكون
- ما يتعين عليها القيام به لتحقيق ذلك، وكيف

Parcelforce Worldwide يستخدم هذا التحليل لتحديد نقاط التواصل الخدمات الرئيسية للعملاء. خدمة العملاء له تأثير في ستة مجالات رئيسية للأعمال:

1. التسليم للعميل توفير التسليم في الوقت المناسب، والاستجابة السريعة على الاستفسارات، وثائق واضحة.
2. إعادة تسليم ضمان إجراءات واضحة في مكانها الصحيح.



3. مجموعة من العملاء تقديم الخدمة في الوقت المناسب مع الوثائق.

4. نهاية إلى نهاية لا يتجزأ موقع (تتبع) خدمة فورية وسهلة الاستخدام وشاشات يعني يمكن للعملاء معرفة متى تم تسليم قطعة.

5. اتصال العملاء تحسين اتصالات العملاء وتقديم المساعدة عن طريق شبكة الإنترنت أو عبر الهاتف.

6. جعل المطالبات مما يجعل من السهل أن يطالب الناس إذا ما ساءت الأمور.

في كل من هذه المجالات، وقد حددت Parcelforce Worldwide أفضل الممارسات في هذه الصناعة. فإنه يقارن الأداء من خلال المقارنة نفسها ضد المنافسين. ثم يقيم كيفية تحسين عملياتها لتحقيق أفضل الممارسات. يهدف بارسل في جميع أنحاء العالم للحصول على كل هذه العمليات الحق من أجل تحقيق التميز في خدمة العملاء .

### تقييم آثار وتكاليف وفوائد خدمة العملاء

وتبين البحوث أن يكلف حوالي خمس مرات أكثر لكسب زبون جديد كما هو الحال للحفاظ على وجود واحد. يضع Parcelforce Worldwide التركيز على الحفاظ على عملائها الحاليين. هدفه الرئيسي هو الحصول على رضى العملاء، الذين سيستخدمون الخدمة مرة أخرى في المستقبل.

Parcelforce Worldwide يعترف بأن شعبه هي عنصر أساسي في تحقيق رضا العملاء. يجب أن يلتزم جميع الموظفين إلى ثقافة موجهة للعملاء. وهذا يعني أن الموظفين بحاجة إلى التدريب المناسب لضمان حصولهم على المهارات اللازمة لتلبية احتياجات العملاء. يساعد هذا التدريب أيضا إلى تطوير ثقافة التحسين. تكاليف برنامج تدريبي . ومع ذلك، يمكن للتكاليف الموظفين لا بتدريب تكون أكبر. هذا يمكن أن يؤدي إلى ضياع العمل، وفقدان الإيرادات، والأسوأ، فقدان السمعة.

### قياس الأداء

Parcelforce Worldwide يقيس خدمة العملاء باستخدام مؤشرات الأداء الرئيسية (مؤشرات الأداء الرئيسية). هذه الأهداف المحددة لعوامل مثل أوقات الاستجابة، وعدد من الموظفين المدربين ومستويات خدمة ما بعد البيع. يستخدم بارسل جميع أنحاء العالم سجل نتائج الأعمال متوازنة لتسجيل التقدم ضد هذه الأهداف. هذا يقيس حيث يريد العمل أن يكون ضد الأداء الفعلي في أربعة مجالات رئيسية هي:



• يتضمن المالية هامش التشغيل، متوسط تكلفة الوحدة

• تشمل عملية التسليم والمجموعات في الوقت المحدد، محاولات التسليم

• يتضمن التركيز على العملاء عشرات رضا العملاء والشكاوى

• موظف / فرق قياس من قبل استطلاعات الرأي. من خلال تتبع الأداء على أساس منتظم، ويمكن Parcelforce Worldwide تحديد المجالات التي يؤدون بشكل جيد، وكذلك تلك التي تحتاج إلى تحسين

يهدف Parcelforce Worldwide ليس فقط للاحتفاظ العملاء. انها تريد حصة أكبر من كل عميل " محفظة " مبلغ من المال من لدي العميل للانفاق على الخدمات التسليم. عملاء من الشركات قد تستخدم العديد من الموردين لمنحهم خيار وخيار خدمة النسخ الاحتياطي إذا كان أحد لا يستطيع تقديم الخدمة المناسبة. يهدف بارسل في جميع أنحاء العالم أن تكون الأعمال التي عملاء اختيار أولا "العمل من خيار."

### الخلاصة

Parcelforce Worldwide هي لاعب رئيسي في سوق تسليم الطرود في المملكة المتحدة. كما يوفر خدمات الدولية من خلال الشراكة مع غيرها من مقدمي الخدمات في جميع أنحاء العالم. سوق تسليم الطرود هو قدرة تنافسية عالية. Parcelforce Worldwide بحاجة إلى تمييز نفسها عن المنافسة. فقد اعتمدت إستراتيجية تعتمد على الجودة وخدمة العملاء. هذا يميز أعمالها من منافسيها. تحسنت كفاءة وغيرت تركيزها من حجم (عدد الطرود التي تقوم) إلى قيمة (ما يريد الزبون - الحصول على الطرود في الوقت المحدد.

بارسل في جميع أنحاء العالم فيما يتعلق شعبها والأصول الأكثر أهمية. انها تطور مهارات شعبها لتقديم مستويات عالية من خدمة العملاء. عن طريق وضع العملاء في قلب استراتيجيتها، يهدف بارسل فورس في جميع أنحاء العالم لتحقيق ميزة

