

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/439731>

**Тип работы:** Отчет по практике

**Предмет:** Менеджмент

ВВЕДЕНИЕ 3

1.Специфика и особенности менеджмента в сервисе 4

1.1.Специфика менеджмента в сервисе 4

1.2.Особенности менеджмента в сервисе 8

1.3.Принципы обслуживания клиентов 11

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 29

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 31

Актуальность данной темы заключается в том, что организация сервиса предприятия имеет большое экономическое значение, поскольку фактически обеспечивает доставку продукта до потребителей.

Цель данной работы заключается в комплексном анализе организации клиентского сервиса в бизнесе с учетом исследования основных теоретических подходов к понятию сервиса в целом.

В связи с этой целью ставятся следующие задачи:

- Определить сущность сервисной деятельности на предприятии
- Выделить основные функции и задачи сервиса
- Проанализировать экономическую роль организации сервиса на предприятии
- Определить особенности и элементы сервисной системы
- Изучить особенности организации обслуживания на примере предприятия.

Объект работы – сервисная политика.

Предмет – качество клиентского сервиса.

Методы исследования – анализ, синтез.

Эмпирическая база – внутренние документы и материалы компании.

Теоретическая база. Для раскрытия данной темы были использованы исследования современных авторов в области организации сервиса и сервисной деятельности на предприятии, ресурсы Интернет.

Основой взаимоотношений с потребителями является организация самого процесса обслуживания, а также доведения его до оптимального с позиции удобства для клиента.

Развитие рыночных отношений и появление свободной конкуренции явилось поворотным моментом для ориентации сервисной сферы. Ее работа все больше ориентируется на потребности клиента и улучшение качества предлагаемых услуг.

Одним из наиболее важных факторов предлагаемых услуг, который привлекает клиента, является менеджмент сервиса [12, с.112].

Менеджмент в сервисе направлен на предоставление полного комплекса услуг, должен базироваться на желании клиентов. Фирма, занимающаяся обслуживанием, должна выполнять свои гарантийные обязательства.

Сегодня в условиях интенсивного развития рыночной системы ключевое значение приобретает эффективное функционирование современных компаний в плане менеджмента сервиса.

Менеджмент в сервисе - это применение принципов управления корпоративными услугами в деятельности всех сервисных подразделений.

Управление сервисом в современной компании требует эффективного сочетания лучших практик сервис-менеджмента из различных отраслей и инструментов автоматизации для выбранных подходов.

В качестве одного из ключевых способов достижения конкурентоспособности предприятия на рынке выступает эффективное обслуживание.

Для менеджмента сервиса важным фактором является то, что он быстро реагирует на изменения рынка и учитывает различные факторы внешней среды. Таким образом, эффективность функционирования сервиса на предприятии определяется оптимальным соотношением баланса между затратами, суммой прибыли и уровнем качества обслуживания потребителей предприятия.

К преимуществам менеджмента сервиса клиентоориентированной организации относятся:

-Повышение удовлетворенности клиентов - качество обслуживания гарантирует, что клиенты будут

довольны предоставляемыми услугами, что приведет к повторному бизнесу и положительному сарафанному радио.

-Увеличение выручки - более высокий уровень удовлетворенности клиентов приведет к увеличению выручки, поскольку клиенты с большей вероятностью будут приобретать дополнительные услуги и продукты.

-Повышение лояльности клиентов - качество обслуживания создаст чувство лояльности у клиентов, поскольку они будут знать, что могут доверять получаемому сервису.

-Экономия затрат - качество обслуживания может снизить общую стоимость предоставления услуг, поскольку ошибок будет меньше, а клиентам потребуется меньше помощи и указаний.

-Улучшенная репутация - качество обслуживания создаст компании положительную репутацию в отрасли, что поможет привлечь больше клиентов.

Качество менеджмента сервиса ограничено целым рядом факторов, таких как:

-Доступность ресурсов - ресурсы, доступные поставщику услуг, могут ограничивать качество предоставляемых им услуг. Это включает в себя наличие персонала, бюджета и технологий для предоставления услуг.

-Правила и политика - правила и политика страны или региона могут помешать поставщику услуг предоставлять услуги наилучшего качества.

-Конкуренция - уровень конкуренции на рынке может ограничить качество предоставляемых услуг, поскольку поставщик услуг должен стараться оставаться конкурентоспособным, чтобы привлечь клиентов.

-Ожидания клиентов - ожидания клиентов могут ограничивать качество предоставляемых услуг, поскольку у клиентов могут быть определенные ожидания, которые поставщик услуг не в состоянии удовлетворить.

-Технология - технология, используемая поставщиком услуг, может ограничить качество предоставляемых ими услуг, поскольку технология может быть устаревшей или неадекватной потребностям клиента.

Достижение целей в области качества услуг включает в себя множество подходов. Это:

-Развитие культуры, ориентированной на клиента: это включает в себя сосредоточение внимания на удовлетворенности клиентов, понимание их потребностей и ожиданий, а также использование отзывов клиентов и данных для стимулирования непрерывного совершенствования.

-Установление стандартов качества: Установление и документирование стандартов и процедур для обслуживания клиентов и других сфер бизнеса помогает обеспечить последовательность и качество.

-Обучение и мониторинг сотрудников: Крайне важно обеспечить сотрудников необходимой подготовкой и инструментами для обеспечения превосходного обслуживания клиентов. Компании также должны следить за эффективностью работы сотрудников, чтобы убедиться, что они соответствуют стандартам.

-Инвестиции в технологии: Автоматизация процессов, таких как бронирование и обслуживание клиентов, помогает сократить количество ошибок и повысить эффективность.

-Создание циклов обратной связи с клиентами: Сбор отзывов клиентов необходим для понимания удовлетворенности клиентов и того, где могут быть возможности для улучшения.

Развитие рыночных отношений и появление свободной конкуренции явилось поворотным моментом для ориентации сервисной сферы. Ее работа все больше ориентируется на потребности клиента и улучшение качества предлагаемых услуг.

Компания постоянно должна рассматривать окружающую среду как ту, в которой меняются предпочтения потребителей в ту или иную сторону, и точно и быстро суметь среагировать на эти изменения, предлагая необходимый товар в нужное время. Для качественного обслуживания клиентов нужно быстро реагировать и учитывать разные факторы.

Грамотность менеджмента сервиса, обеспечение постоянного совершенствования знаний и умений, а также комфортный рабочий климат гарантируют положительные впечатления клиентов, высокую продуктивность и результативность деятельности предприятия.

Подводя итог, можно сказать, что достижение целей в области менеджмента сервиса предполагает развитие культуры, ориентированной на клиента, установление стандартов качества, обучение и мониторинг сотрудников, инвестиции в технологии и создание циклов обратной связи с клиентами.

1. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 22.12.2020) "О защите прав потребителей"

2. Велединский, В.Г. Сервисная деятельность (для бакалавров) / В.Г. Велединский. - М.: КноРус, 2022. - 432 с.

3. Павлова, Г.Ю. Сервисная деятельность / Г.Ю. Павлова. - М.: КноРус, 2021. - 77 с.

4. Рубцова, Н.В. Сервисная деятельность: Учебник / Н.В. Рубцова, Н.Н. Даниленко. - М.: Academia, 2019. - 480

с.

5. Руденко, Л.Л. Сервисная деятельность: Учебное пособие / Л.Л. Руденко. - М.: Дашков и К, 2018. - 208 с.
6. Институт менеджмента, инноваций и бизнес – анализа. Режим доступа <http://www.refa.de/home>
7. Библиотека по менеджменту. Режим доступа: <http://www.inventech.ru>
8. Управление предприятием. Режим доступа: <http://consulting.1c.ru>
9. Институт управления бизнесом. Режим доступа: <http://investobserver.info>
10. Экономический портал. Режим доступа: <http://institutiones.com/>
11. Статьи по экономике. Режим доступа: <http://www.economicportal.ru/>
12. Учебный портал Экономист. Режим доступа: <http://economist.rudn.ru/>
13. Портал менеджеров. Режим доступа: <http://tomanage.ru/>

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/439731>*