

ORIENTAREA CĂTRE CLIENT ÎN CAZUL SERVICIILOR DE CURIERAT

BĂJAN Maria-Miruna, CONSTANTIN Alisa-Georgiana, ION Steluța-Corina, JORA Victor
Facultatea: IIR, Specializarea: IMC, Anul de studii: III, e-mail: mirunamaria552@yahoo.ro
Conducător științific: Prof.dr.ing. Irina SEVERIN

REZUMAT: Prezenta lucrare are ca scop identificarea factorilor care condiționează satisfacția clienților și ierarhizarea acestor factori, astfel încât orientarea către client care are un rol vital în acest tip de serviciu să fie îndeplinită. Standardul în care este definită orientarea către client este ISO 9001:2015 și stă la baza prezentei lucrări. Problemele care pot afecta calitatea serviciilor de curierat sunt evidențiate în urma rezultatelor chestionarului de evaluare a calității serviciilor de curierat din perspectiva clienților. Concluziile au relevat faptul că este necesară o schimbare la nivel de pregătire a angajaților, cât și la nivelul sistemului de comunicare cu clienții.

CUVINTE CHEIE: servicii, curierat, indicatori ai calității, livrare, client.

1.Introducere. Context.

Dezvoltarea comerțului în mediul online a dus la apariția a noi firme de curierat și la întărirea poziției pe piață a altor asemenea firme. Astfel, acest tip de serviciu a devenit unul dintre cele mai semnificative din punct de vedere al utilizării. De asemenea serviciile de curierat au avut o cerere mai mare în contextul actual al pandemiei, unde acest serviciu a fost unul mai sigur și ușor de accesat de către majoritatea persoanelor. Dar pentru a rezista pe piață, fiecare organizație trebuie să pună la dispoziție un pachet de servicii atractiv și să-l actualizeze constant în concordanță cu nevoile și dorințele clienților.

Obiectivele lucrării de față sunt definirea caracteristicilor serviciilor de curierat, identificarea factorilor care condiționează satisfacția clienților și ierarhizarea acestor factori, analiza aspectelor legislative referitoare la aceste servicii, cât și compararea ofertelor disponibile pe piață cu identificarea bunelor practici și practicilor de evitat. Aceste obiective au fost atinse prin întocmirea unui chestionar de evaluare a satisfacției clienților, cât și prin compararea termenilor și condițiilor a patru firme de curierat.

2. Standarde și reglementări

Conform ISO 9001:2015, subpunctul 5.1.2, orientarea către client este dată de capacitatea de leadership și angajament a managementului la cel mai înalt nivel, pentru a îndeplini o serie de cerințe:

- Determinarea, înțelegerea și satisfacerea în mod constant a cerințelor clientului și a cerințelor legale și reglementate aplicabile;
- Determinarea și tratarea de riscuri și oportunități care pot avea impact asupra conformității produselor și serviciilor și abilitatea de a crește satisfacția clientului
- Centrarea pe creșterea satisfacției clientului.

Totodată, conform ISO 9004 „Conducerea unei organizații către succes durabil-O abordare bazată pe managementul calității” oferă managementului de la cel mai înalt nivel posibilitatea de a trece dincolo de cerințele SR EN ISO 9001:2015 prin îndrumări și sugestii care ajută la evoluția permanentă a companiei.[1-2]

În prezent, activitatea de furnizare a serviciilor poștale este reglementată de Ordonanța de urgență a Guvernului nr.13/2013 privind serviciile poștale, cu modificările și completările ulterioare, și prin Decizia președintelui Autorității Naționale pentru Administrare și Reglementare în Comunicații nr.313/2017 privind regimul de autorizare generală pentru furnizarea serviciilor poștale.[3-4]

3. Evaluarea calității serviciilor de curierat din perspectiva clienților

Identificând o serie de indicatori de calitate în urma analizei site-urilor firmelor Sameday, Cargus, Fan Courier și UPS, cât și a opiniilor din mediul online, am întocmit un chestionar prin care să se evidențieze indicatorii de calitate cei mai importanți pentru satisfacerea nevoilor și dorințelor clienților.

Eșantionul de răspunsuri a fost compus din 100 de persoane fizice cu vârste cuprinse între 18 și 40 de ani. Întrebările și răspunsurile grupului țintă sunt prezentate în continuare:

1. Cât de des utilizați serviciul de curierat pentru a primi colete?

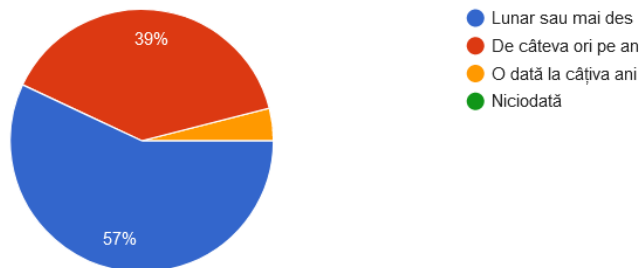


Fig.1. Răspunsurile la întrebarea nr.1

2. Cât de des utilizați serviciul de curierat pentru a trimite colete?

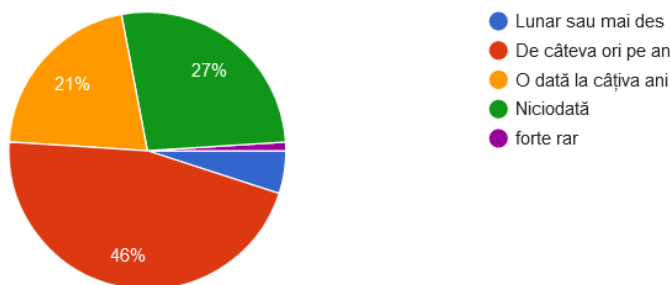


Fig.2. Răspunsurile la întrebarea nr.2

S-a observat că serviciile de curierat sunt folosite într-un procent mai mare pentru a le fi livrate colete clienților decât pentru ca aceștia să expedieze colete, așadar, o prioritate o reprezintă asigurarea unor metode de urmărire a coletelor, optimizarea timpului de livrare și asigurarea mai multor opțiuni de livrare.

3. Cu ce firmă de curierat colaborați de obicei?

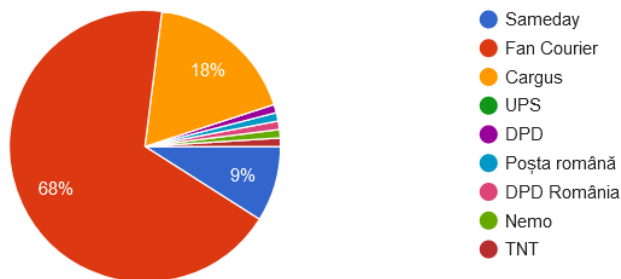


Fig.3. Răspunsurile la întrebarea nr.3

Majoritar este utilizata firma Fan Courier, urmată de Cargus și Sameday.

4. Cât de mulțumiți sunteți de serviciile de curierat?

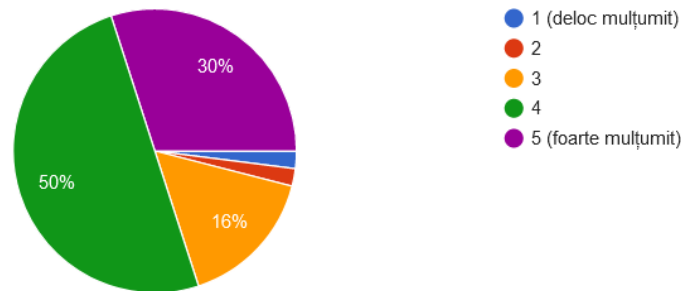


Fig.4. Răspunsurile la întrebarea nr.4

Cei mai mulți clienți chestionați se consideră mulțumiți de serviciile utilizate.

5. Cum alegeți firma de curierat prin care să primiți/trimiteti colete?

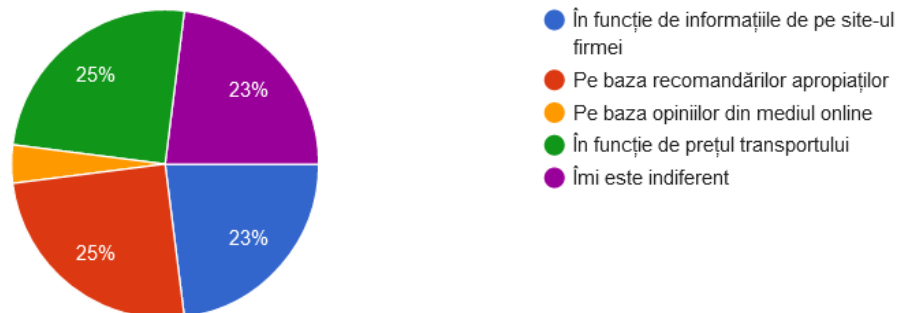


Fig.5. Răspunsurile la întrebarea nr.5

Contrar presupunerilor noastre, clienții nu se bazează pe opiniile din mediul online, ci mai degrabă apelează la recomandările apropiaților, se ghidează după prețul serviciului, consultă informațiile de pe site-ul firmelor sau, în aceeași măsură, unora le este indiferent care dintre firme prestează acest serviciu, cât timp își pot primi comanda.

6. Citiți termenii și condițiile înainte de a utiliza acest tip de serviciu?

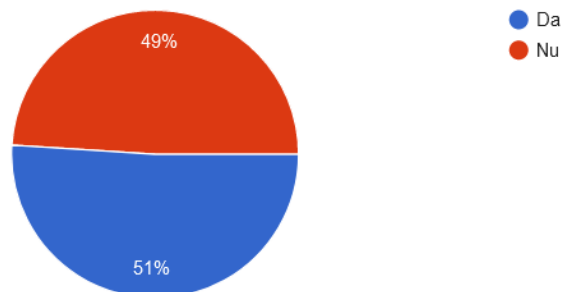


Fig.6. Răspunsurile la întrebarea nr.6

Termenii și condițiile regăsite pe site-ul fiecărei firme sunt utili pentru a cunoaște termenele de returnare, detalii cu privire la reclamații, ambalare, timpii de livrare, tracking, condiții de acceptare ale trimiterilor poștale etc.. Totuși, se poate observa că aproape jumătate din răspunsuri au fost negative, ceea ce poate duce la situații dezavantajoase pentru respectivii clienți.

7. Cum ați aprecia comunicarea cu respectiva firmă?

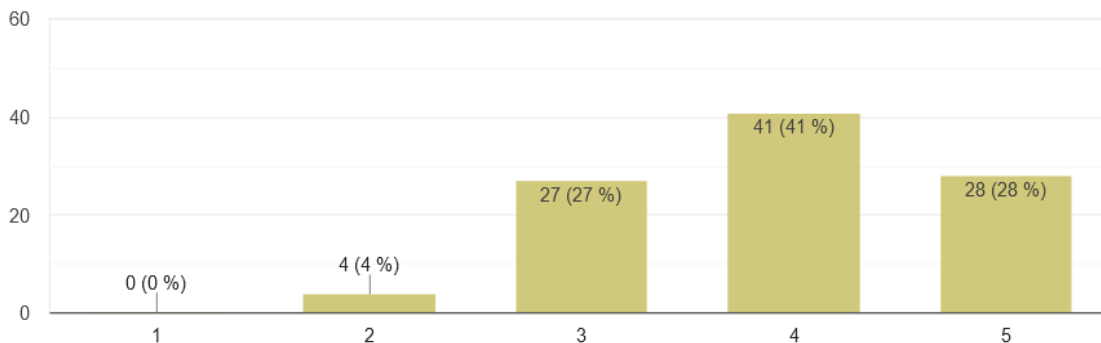


Fig.7. Răspunsurile la întrebarea nr.7

Majoritar, răspunsurile au tins către un grad mediu spre mare de mulțumire în cazul comunicării cu firma de curierat.

8. Cum evaluați tratarea reclamațiilor în cazul firmei alese?

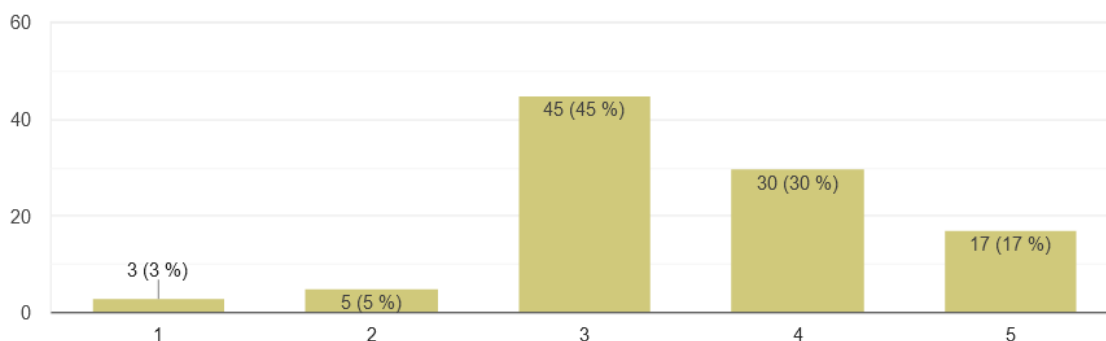


Fig.8. Răspunsurile la întrebarea nr.8

Tratarea reclamațiilor este evaluată de către clienți ca fiind mai puțin mulțumitoare, clienții chestionați arătând un grad de mulțumire mediu. Aspectul comunicării este deosebit de important în ceea ce privește orientarea către client, așadar îmbunătățirea continuă a acesteia este necesară.

9. Ați avut informații despre parcursul livrării coletului?

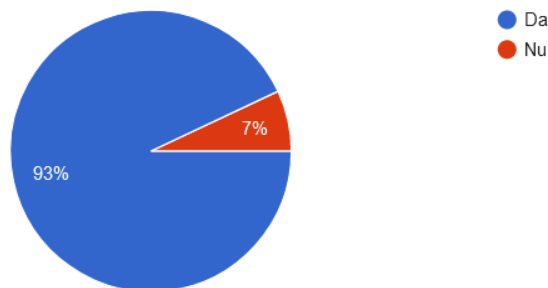


Fig.9. Răspunsurile la întrebarea nr.9

Informațiile despre parcursul livrării coletelor au fost asigurate într-un procent ridicat, doar 7% dintre clienții chestionați nefiind informați cu privire la acesta.

10. Pe o scară de la 1 (deloc folositor) la 5 (foarte folositor), cât de folositor v-a fost serviciul de suport pentru clienți din cadrul firmei?

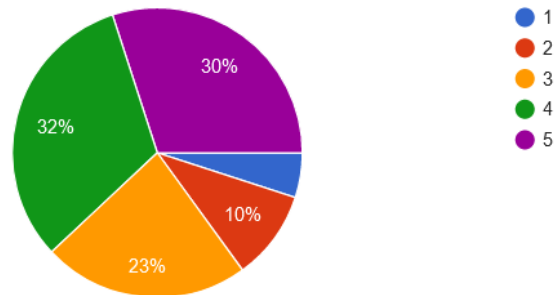


Fig.10. Răspunsurile la întrebarea nr.10

Cu privire la serviciul de suport pentru clienți, părerile clienților au fost împărțite, dar și în acest caz s-a observat un grad de mulțumire relativ ridicat. Prin acest serviciu din cadrul firmelor, clienții pot obține sau modifica în unele cazuri informații legate de comandă, pot obține răspunsuri imediate, așadar garantează o bună comunicare și susține orientarea către client.

11. Utilizați serviciul easybox?

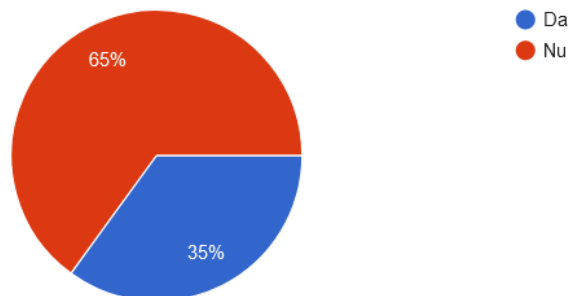


Fig.11. Răspunsurile la întrebarea nr.11

12. Dacă ați răspuns negativ la întrebarea anterioară, care este motivul pentru care nu utilizați acest serviciu?

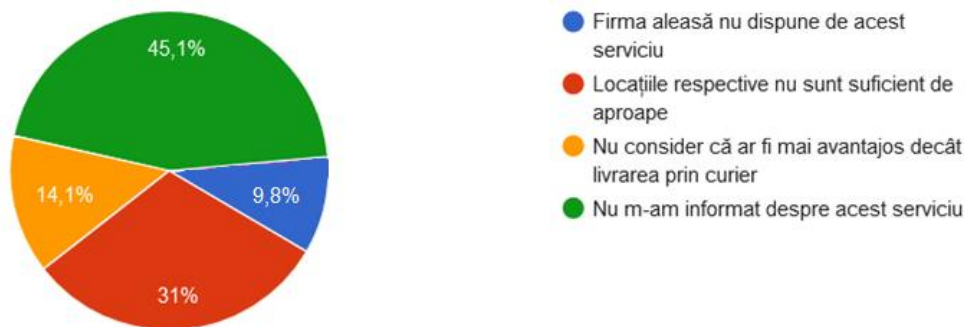


Fig.12. Răspunsurile la întrebarea nr.12

Serviciile easybox au ca scop îmbunătățirea flexibilității și sporirea comodității în ceea ce privește timpul de livrare și posibilitatea clientului de a-și ridica pachetul oricând, într-un interval de câteva zile. Deși această opțiune crește potențialul de a atrage noi cumpărători, se pare că încă nu este

destul de popularizată, locațiile nu sunt suficiente, sau unii clienți nu consideră acest serviciu mai avantajos decât livrarea clasică prin curier.

13. Firma aleasă anterior are o aplicație pe smartphone?

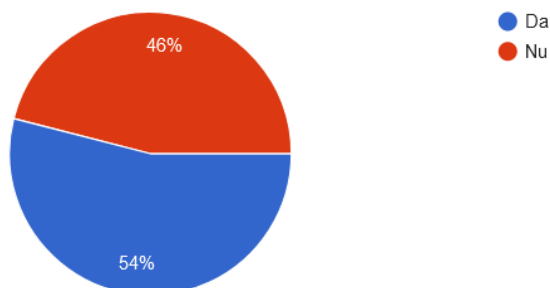


Fig.13. Răspunsurile la întrebarea nr.13

14. Dacă utilizați aplicația, este aceasta mai utilă decât site-ul?

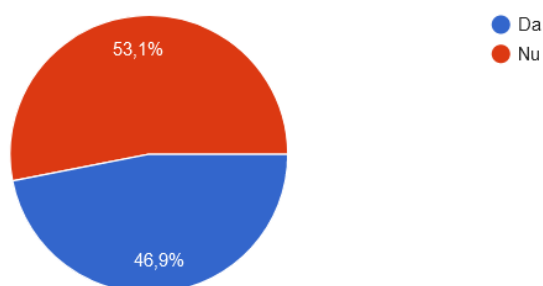


Fig.14. Răspunsurile la întrebarea nr.14

În ziua de astăzi, aplicațiile sunt cele mai la îndemână pentru o mulțime de tipuri de servicii, cum ar fi serviciile bancare, de cumpărături online, de cumpărare și vânzări de acțiuni, de booking etc. Deci, și serviciile de curierat pot integra această opțiune pentru a le oferi clienților o modalitate și mai rapidă de a verifica statusul comenzii. Deși un procent destul de ridicat al firmelor de curierat și-au creat și o aplicație pe smartphone, deocamdată oamenii nu sunt familiarizați cu aceasta și preferă să utilizeze în continuare site-ul firmelor.

15. Evidențiați caracteristicile serviciului de curierat importante pentru dumneavoastră.

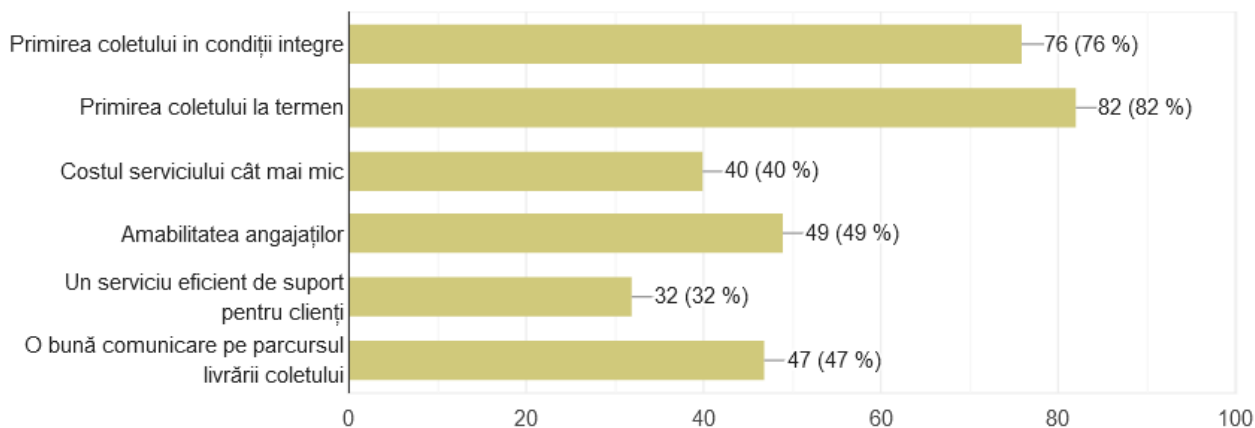


Fig.15. Răspunsurile la întrebarea nr.15

Caracteristicile evidențiate în ordinea descrescătoare a procentelor sunt cele mai importante pentru clienți, prin urmare este bine să fie evitată apariția problemelor în ceea ce le privește.

16. Ce v-ar face să renunțați la serviciile respectivei firme?

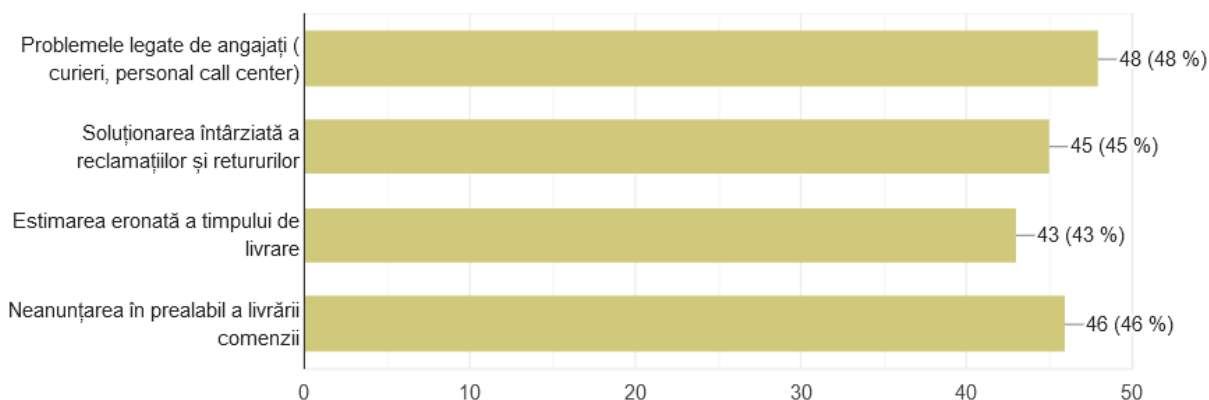


Fig.16. Răspunsurile la întrebarea nr.16

Se observă că toate aceste probleme, relativ în egală măsură, îi pot face pe clienți să renunțe la serviciile unei firme de curierat.

17. Ați avut parte de experiențe neplăcute cu firmele de curierat? Descrieți pe scurt experiența respectivă.

Răspunsurile primite la această întrebare au fost centralizate în capitolul următor “Probleme identificate în procesul de livrare” deoarece constituie o parte importantă a studiului, reprezentând încălcări ale principiului orientării către client, așadar pe baza acestora putem observa aspecte legate de bunele practici și practici de evitat în cadrul serviciilor de curierat.

4. Probleme identificate în procesul de livrare

În urma colectării informațiilor privind experiențele clienților, au rezultat următoarele probleme principale:

- Manevrarea necorespunzătoare a coletelor. S-a observat că, deși produsele sunt împachetate corespunzător, din cauza manevrării și transportului acestea ajung deteriorate la destinatar.
- Livrarea comenzii nu este anunțată în timp util sau nu este anunțată în prealabil prin SMS.
- Neprezentarea curierului la adresa indicată și solicitarea clientului de a veni la sediu sau într-o altă locație să-și ridice coletul;
- Returul nejustificat al coletului, fără a anunța clientul;
- Întârzierea comenzii;
- Starea de deteriorare a coletului la livrare;
- Comunicarea neconformă cu clienții;
- Atitudinea neprofesionistă și lipsa de amabilitate a personalului;
- La scurt timp după ratarea apelului de la curier, acesta nu mai răspunde;
- Expedierea la o adresă incorectă datorată lipsei de informare a curierului;
- Clientul a primit un cod greșit pentru easybox.

Aceste lucruri denotă atât nivelul neconform de pregătire profesională al angajaților sau insuficiența acestora în cadrul firmelor, cât și o gestionare eronată a comenzilor.

5. Concluzii și lecții învățate

Prin studiul de față, s-au observat o serie de aspecte legate de îmbunătățirea calității serviciilor de curierat pentru a urma o abordare bazată pe orientarea către client, pe baza cărora am desprins următoarele concluzii și lecții învățate:

- I. Clienții apreciază o comunicare bună cu angajații, fie că este vorba de curieri sau personalul de la relații cu clienții.
- II. Firmele de curierat ar trebui să-și îmbunătățească sistemul de comunicare cu clienții, astfel încât aceștia să primească la timp sms-ul pentru livrarea comenzii, iar parcursul coletului să poată fi monitorizat permanent. De asemenea, orice întârziere trebuie anunțată, pentru a evita situația de imposibilitate a clientului de a-și prelua comanda.
- III. Feedback-ul clienților este important și nu trebuie neglijat, pentru a rezolva din timp orice fel de problemă.
- IV. Personalul ar trebui să fie instruit corespunzător în legătură cu manevrarea coletelor, iar condițiile de depozitare și transport să nu ducă la deteriorarea acestora.
- V. Firmele de curierat ar trebui să implementeze un standard referitor la atitudinea și comportamentul curierilor, pentru a consolida orientarea către client. Dezvoltarea la nivelul companiei de formare a curierilor.
- VI. Impunerea unei uniforme este de asemenea un element care poate să confere încredere în serviciul prestat.

6. Bibliografie

1. ISO 9001:2015 (Sisteme de management al calității. Cerințe)
2. ISO 9004 (Conducerea unei organizații către succes durabil. O abordare bazată pe managementul calității)
3. <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/146127>
4. https://www.ancom.ro/print/autorizare-general-a-serviciu-postale_142