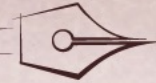




ÜNSPED GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ



Lojistik Sektöründe Sözleşmeler
Performans Göstergeleri (KPI) ve Müzakere Yönetimi

Prof. Dr. Murat ERDAL



AJANDA

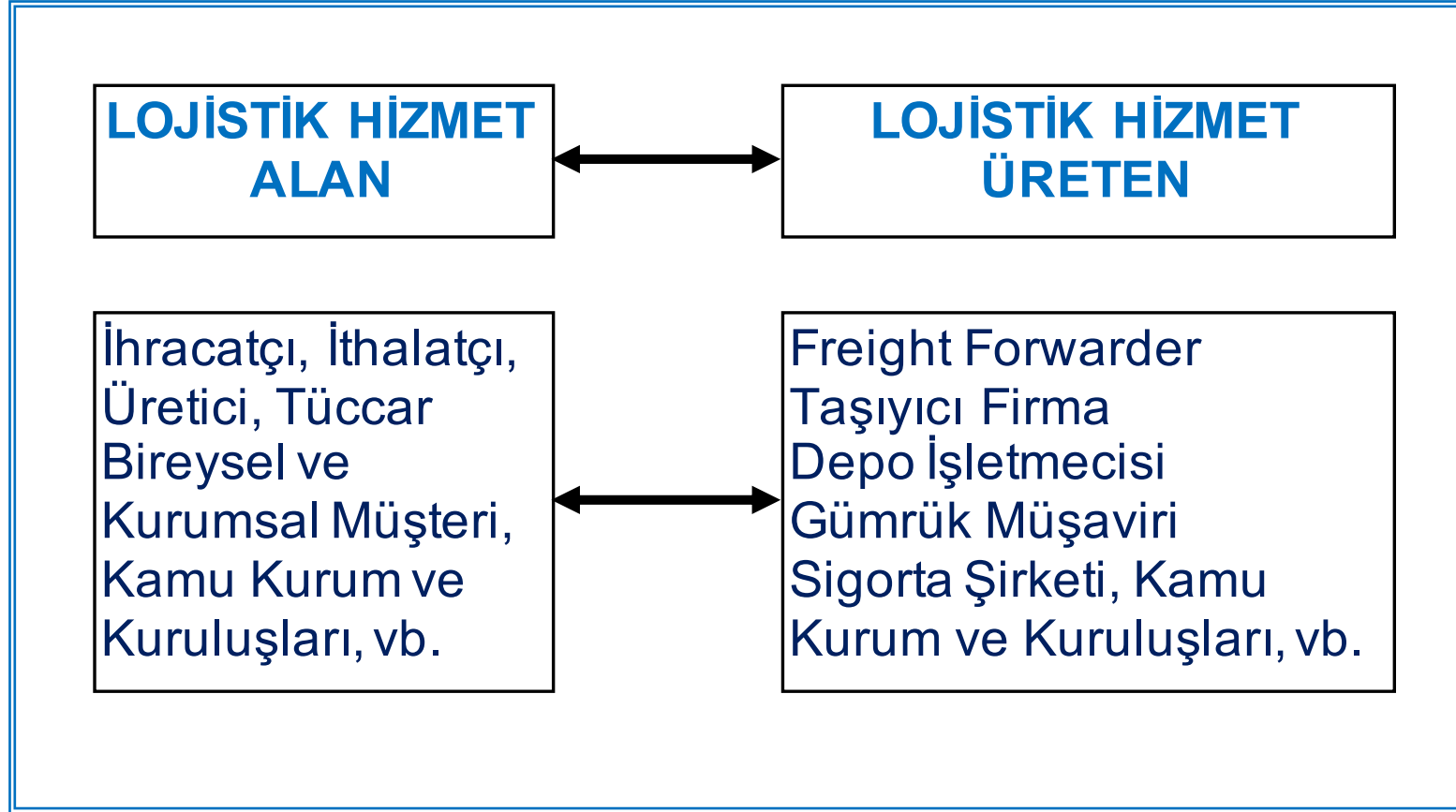
Eđitim Planı

- Lojistik İř Çevresi
- Lojistik Sektöründe Sözleşme
- Taşıma Mevzuatı
- Risklerin Yönetimi
- Lojistik Performans Değerlendirme
- Müzakere Teknikleri ve Pazarlık Becerileri



LOJİSTİK İŞ ÇEVRESİ

Lojistik Yönetiminde Taraflar



Lojistik Sektöründe Karşılıklı Beklentiler



BEKLENTİLER :

1. Ürünlerimin hedef pazarlara en hızlı, en güvenli ve en düşük maliyetle ulaşmasını kısaca, profesyonel bir hizmet istiyorum.
2. Bana sağlanan lojistik hizmetin ve o hizmet bedelinin içeriğini bilmeliyim.
3. Rekabet ortamında sevkiyatlarda herhangi bir gecikme veya pürüze tahammülüm yok.

BEKLENTİLER :

1. Müşterime en uygun çözümü üretmek için onun istek ve ihtiyaçlarını tam olarak bilmeliyim.
2. Lojistik planlama için yeterli zamana, kapsamlı ve doğru bilgiye ihtiyacım var.
3. Taahhütlerin (teslim ve ödeme şekilleri) zamanında ve eksiksiz bir şekilde gerçekleştirilmesini istiyorum.

Lojistik Sektöründe Karşılıklı Beklentiler



BEKLENTİLER :

1. Ürünlerimin hedef pazarlara en hızlı, en güvenli ve en düşük maliyetle ulaşmasını kısaca, profesyonel bir hizmet istiyorum.
2. Bana sağlanan lojistik hizmetin ve o hizmet bedelinin içeriğini bilmeliyim.
3. Rekabet ortamında sevkiyatlarda herhangi bir gecikme veya pürüze tahammülüm yok.

BEKLENTİLER :

1. Müşterime en uygun çözümü üretmek için onun istek ve ihtiyaçlarını tam olarak bilmeliyim.
2. Lojistik planlama için yeterli zamana, kapsamlı ve doğru bilgiye ihtiyacım var.
3. Taahhütlerin (teslim ve ödeme şekilleri) zamanında ve eksiksiz bir şekilde gerçekleştirilmesini istiyorum.



Ürün ve Hizmet Farklılıkları

Fiziksel Ürünler

Somut, elle tutulur.

Homojen yapıda.

Üretim ve dağıtım tüketimden ayrılmıştır.

Fiziksel bir objedir.

Müşteriler normal koşullarda üretim sürecine katılmazlar.

Dayanıklısıdır ve stoklanabilir.

Mülkiyet transferi söz konusudur.

Katma değer fabrikada üretilir.

Hizmetler

Soyut, elle tutulamayan.

Heterojen yapıda.

Üretim ve tüketim eşzamanlı gerçekleştirilen süreçlerdir.

Bir aktivite veya süreçtir.

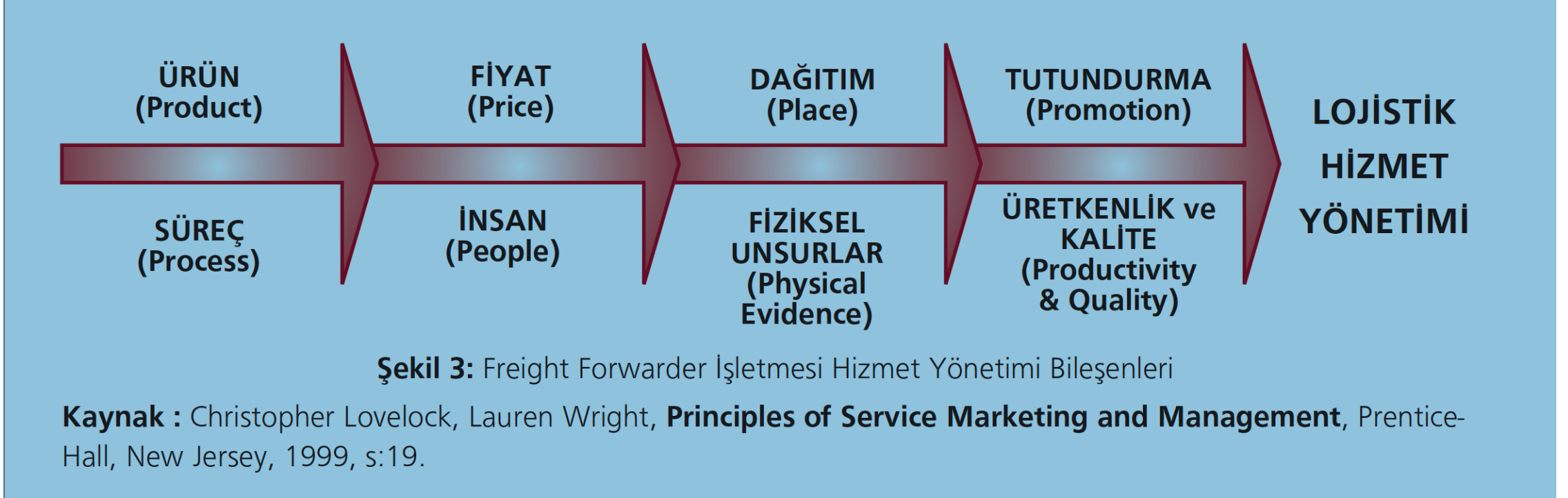
Müşteriler üretime katılırlar ve bunun bir parçasıdırlar.

Dayanıksızdır ve stoklanamaz.

Mülkiyet transferi yoktur.

Katma değer alıcı-satıcı etkileşimleri sonucunda üretilir.

Kaynak: Christian Grönroos, **Service Management and Marketing**, Lexington Books, Massachusetts, 1990, s:28.



Müşterilerin Lojistik Hizmet Algılama Kriterleri

Güvenilirlik: Söz verilen hizmeti güvenli ve doğru bir şekilde sağlama yeteneği.

İnanılrlık: Hizmet sağlayıcının doğru sözlülüğü, inanılrlığı ve dürüstlüğü.

Hassasiyet: Müşterilere yardım etmeye istekli olma ve tam zamanlı hizmet sağlama.

Yetenek: İhtiyaç duyulan hizmeti gerçekleştirebilme bilgi ve becerisi.

Müşteriyi Anlamak: Müşterilerin kim olduğunu ve ihtiyaçlarını bilmek için çaba sarf etmek.

Erişim: Ulaşılabilirlik ve iletişim kurma kolaylığı.

İletişim: Müşterileri anlayabilecekleri bir dilde bilgilendirmek ve onları dinlemek.

Nezaket: İletişim kurulan personelin kibar, saygılı ve dostça olması.

Güvenlik: Tehlike, risk ve şüpheden uzak olmak.

Somut Unsurlar: Fiziksel tesisler, ekipman, personel ve iletişim materyalinin görünümü.

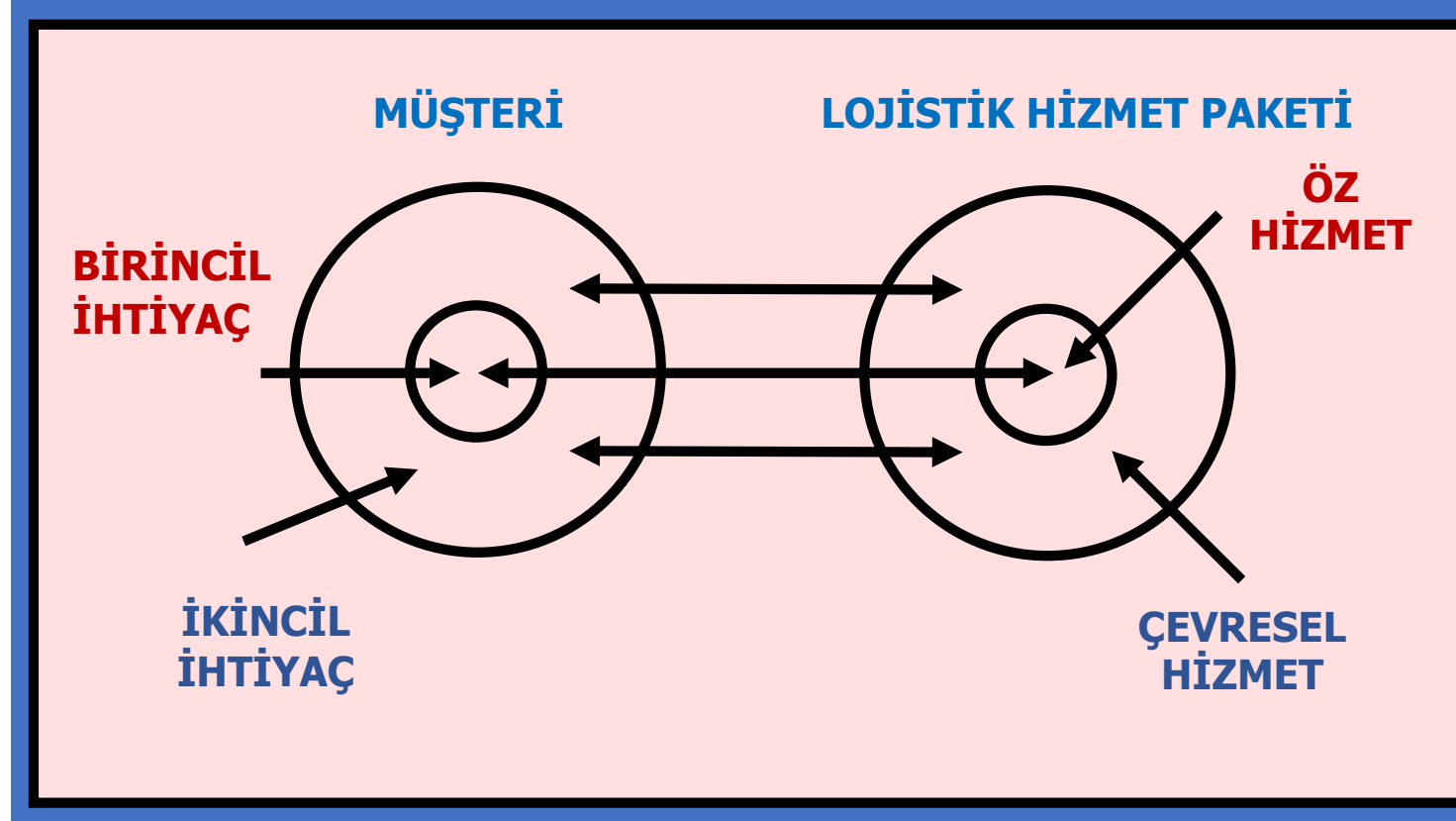
Kaynak: Valarie A. Zeithaml, A. Parasuraman, Leonard L. Berry,
Delivering Quality Service, The Free Press, New York, 1990, s:21.

Lojistik Sektöründe Müşteri İlişkileri



- **Kişi ve kurum olarak beni tanı !**
- **İstek ve ihtiyaçlarımı tahmin et !**
- **İlgi alanlarımı öğren !**
- **Bana özel çözümler üret**
- **Beklentilerimi karşıla !**
- **Neredeysem orada ol !**
- **Bana değer ver !**
- **Beni dinle !**
- **Beni hatırla !**
- **Bana destek ol !**
- **Bana güven ver !**

MÜŞTERİ İHTİYAÇLARI VE LOJİSTİK HİZMET SUNUMLARI



Müşterilerin Lojistik Hizmeti Satın Alma Süreci



LOJİSTİK HİZMET SATINALMA ÖNCESİ DÖNEM

1. Lojistik İhtiyacının Ortaya Çıkması
2. Araştırma ve Bilgi Toplama
 - a. İhtiyacın Tanımlanması
 - b. Çözüm Araştırma
 - c. Alternatif Lojistik Hizmeti Veren Şirketlerin Tanımlanması
3. Lojistik Hizmeti Veren Şirketlerin Değerlendirilmesi
 - a. Lojistik Şirketlerine Ait Bilgilerin (Reklam, Broşür, Web Sitesi vb.) Gözden Geçirilmesi
 - b. Lojistik Hizmeti Alan Tanıdık Şirket ve Kişilere Danışılması
 - c. Şirket İçi Değerlendirme Toplantısı Yapılması
 - d. Lojistik Hizmeti Veren Şirketle Bağlantıya Geçilmesi

LOJİSTİK HİZMET GERÇEKLEŞTİRİLME DÖNEMİ

4. Belirlenen Lojistik Şirketinden Hizmet Talebi
5. Lojistik Hizmetin Verilmesi

LOJİSTİK HİZMET SATINALMA SONRASI DÖNEM

6. Lojistik Hizmet Performansının Değerlendirilmesi
7. Geleceğe İlişkin Niyet (uzun dönemli tekrarlı çalışma veya yeni şirket belirleme).

Müşterilerin Lojistik Hizmeti Satın Alma Süreci



LOJİSTİK HİZMET SATINALMA ÖNCESİ DÖNEM

1. Lojistik İhtiyacının Ortaya Çıkması
2. Araştırma ve Bilgi Toplama
 - a. İhtiyacın Tanımlanması
 - b. Çözüm Araştırma
 - c. Alternatif Lojistik Hizmeti Veren Şirketlerin Tanımlanması
3. Lojistik Hizmeti Veren Şirketlerin Değerlendirilmesi
 - a. Lojistik Şirketlerine Ait Bilgilerin (Reklam, Broşür, Web Sitesi vb.) Gözden Geçirilmesi
 - b. Lojistik Hizmeti Alan Tanıdık Şirket ve Kişilere Danışılması
 - c. Şirket İçi Değerlendirme Toplantısı Yapılması
 - d. Lojistik Hizmeti Veren Şirketle Bağlantıya Geçilmesi

LOJİSTİK HİZMET GERÇEKLEŞTİRİLME DÖNEMİ

4. Belirlenen Lojistik Şirketinden Hizmet Talebi
5. Lojistik Hizmetin Verilmesi

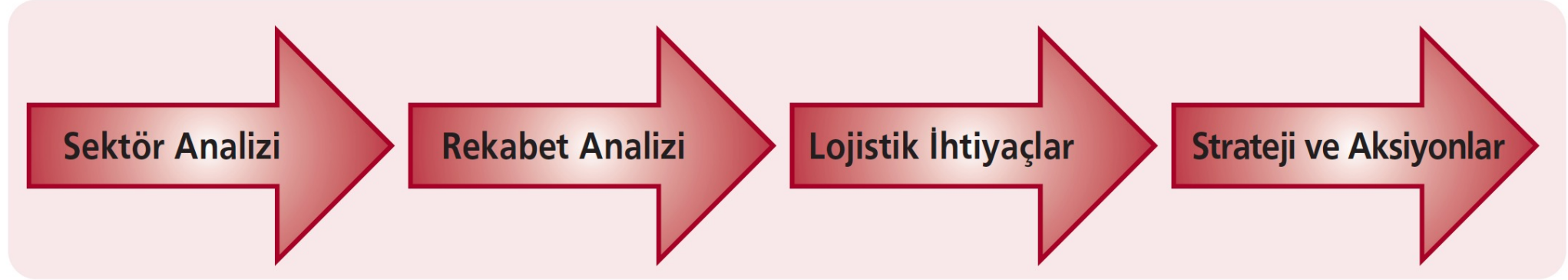
LOJİSTİK HİZMET SATINALMA SONRASI DÖNEM

6. Lojistik Hizmet Performansının Değerlendirilmesi
7. Geleceğe İlişkin Niyet (uzun dönemli tekrarlı çalışma veya yeni şirket belirleme).

Lojistik Hizmet Kalitesinin Temel Bileşenleri

1. PROFESYONELLİK VE BECERİ
2. TUTUM VE DAVRANIŞLAR
3. ULAŞILABİLME VE ESNEKLİK
4. GÜVENİLİRLİK VE DOĞRU SÖZLÜLÜK
5. MÜŞTERİYİ KAZANMA
6. FİRMA ÜNÜ VE İNANILIRLIK



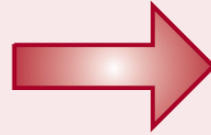


Şekil 4: Pazar Araştırması ve Lojistik Hizmet Tasarım Süreci

Ürün (Hizmet): Hizmet performansının müşteriler açısından değer yaratan tüm bileşenleri.

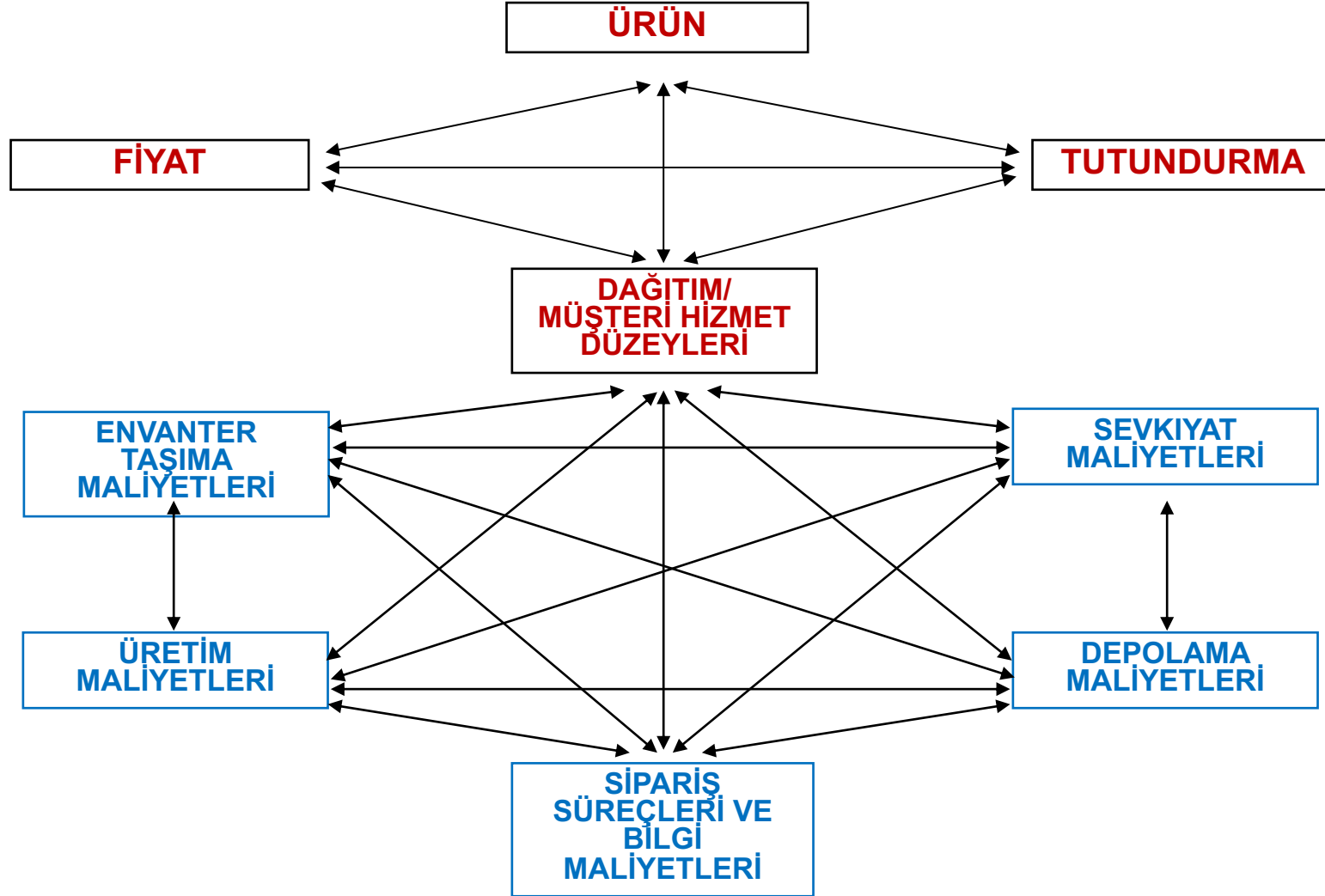
Günümüz rekabet ortamında başarılı bir Freight Forwarder, kısa dönemli hizmetler, küçük hacimli ve dar kapsamlı (spot) işler yerine; uzun dönemli ve entegre hizmet yönetimine odaklanmaktadır.

Tesadüfi, Küçük Hacimli İşler



Entegre Hizmet Tasarımı

LOJİSTİK



PAZARLAMA

Tedarik Zinciri Yönetiminde Lojistik Ortak Seçimi



- Potansiyel ortak, karşılıklı işbirliğine kaynaklarını sunmaya ve ilişkide bulunmaya ne derece istekli ?
- Potansiyel ortağın yetenekleri tedarik zincirindeki diğer üyelerle birlikte gelişebilir mi ?
- Potansiyel ortağın üst düzey yöneticileri uzun dönemli ilişkiyle (ortaklığa) istekli mi ?
- Potansiyel ortak tedarik zincirine ne derecede bağlı olacak ?
- Potansiyel ortağın finansal durumu nedir ?

Lojistik işletmesi, Tedarik Zinciri Yönetimi uygulamalarını tam anlamıyla gerçekleştirebilmesi için destek olduğu firmanın operasyonel iş süreçlerini bilmesi, anlaması ve içselleştirilmesi gerekmektedir.



Lojistik işletmesi, destek olduğu firmanın Tedarik Zinciri Yönetimi Süreçlerini bilmelidir.

- **Yurt içi ve uluslararası müşteri ve tedarikçiler kimlerdir ?**
- **Müşteri ve tedarikçilerin yurtiçi ve uluslararası sayısı ?**
- **Operasyonların coğrafi dağılımı nedir ?**
- **Sevkiyatların yıl ve aylar bazındaki sıklığı?**
- **Özellikleri nelerdir ? Faaliyet alanları nelerdir ?**
- **Ürün ve hizmet kalite standartları nelerdir ?**

Pazarlama yöneticisi gibi pazar ve rekabet dinamiklerine hakim olmalıdır.

Pazarın yapısı ve özellikleri;

- Kurumsal pazar (B2B) özellikleri
- Nihai tüketici pazar (B2C) özellikleri
- Kampanya sıklıkları ve yıl içi dağılımları
- Gelecekteki büyüme trendleri ve ihtiyaç analizi

Küresel, bölgesel ve yurtiçi ekonomik ve politik gelişmelerden anlamalıdır.

- **Uluslararası rekabet**
- **Ülkelerin sanayi ve ticaret politikaları**
- **Yasal çerçeve ve regülasyonlar vb.**
- **Yük endeks hareketleri ve navlun dalgalanmaları**
- **Konteyner ve liman operasyonlarındaki gelişmeler**
- **Yeni taşıma koridorları ve sektöre yansımaları**
- **Enerji ve işçilik maliyetleri**



**LOJİSTİK İŞLETMESİ MÜŞTERİSİNE HER YÖNÜYLE
DANIŞMANLIK HİZMETİ VEREBİLMELİDİR.**

Kitaplar



Satınalma Dergisi 10. Yıl



Konteyner Deniz ve Liman İşletmeciliği

Prof. Dr. Murat Erdal
Editor



ENTEGRE LOJİSTİK YÖNETİMİ 3. BASKI

Murat ERDAL - Ömer Faruk GÖRÇÜN - Özhan GÖRÇÜN - Mehmet Sıtkı SAYGILI



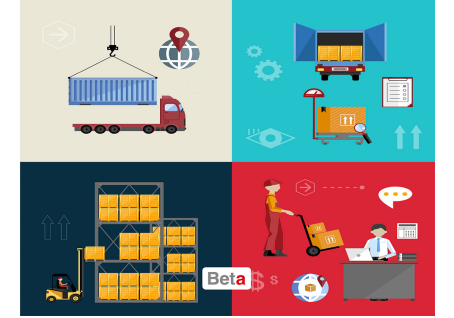
KÜRESEL LOJİSTİK

Dr. Mehmet S. SAYGILI Prof. Dr. Murat ERDAL



Tasarımdan Süreç İyileştirmeye TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ BAŞARI HİKÂYESLERİ

Prof. Dr. Murat Erdal
Editor



Prof. Dr. Murat ERDAL SATINALMA ve TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ

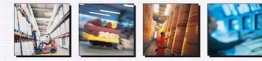


4. Baskı

BETA

Lojistik Yönetimi

Doç. Dr. Metin CANGI Prof. Dr. Murat ERDAL



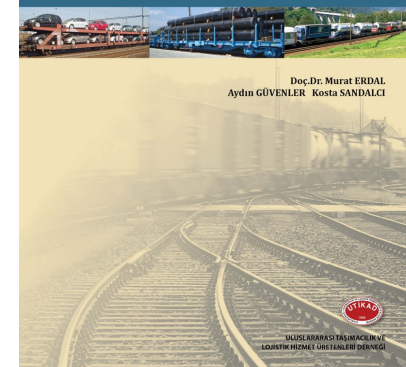
Uluslararası Taşımacılık Yönetimi

Doç. Dr. Metin CANGI Prof. Dr. Murat ERDAL



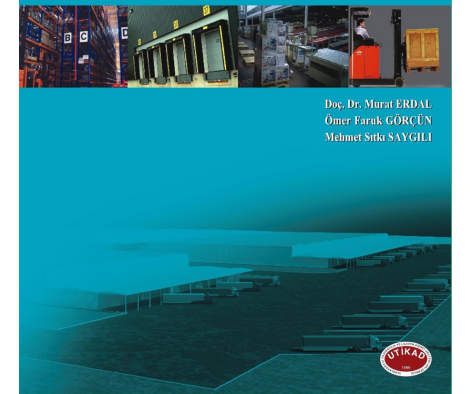
Uluslararası Demiryolu Eşya Taşımacılığı

Doç. Dr. Murat ERDAL
Aydın GÜVENLER Kosta SANDALCI



Depo Yönetimi

Doç. Dr. Murat ERDAL
Ömer Faruk GÖRÇÜN
Mehmet Sıtkı SAYGILI





ÜNSPED GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ

TEŞEKKÜRLER



Unspedgumrukmusavirligi



/UNSPED



Üns ped Gümrük Müşavirliği



@UNSPEDGM



ünsped gümrük müşavirliği



ugm.com.tr