

סילבוס - תוכנית הוראה לקורס שירות וחוויית הלקוח בניהול שרשרת האספקה

ד"ר גיא יוגב | המחלקה לניהול

| 55-105-01

Service and Customer Experience in Supply Chains Management

שיעור ____

סוג הקורס:

2 ____

היקף נ"ז:

תשפ"ז ____

שנת לימודים:

? ____

סמסטר:

?? ____

יום ושעה

? ____

שעת קבלה:

Guyycg@gmail.com ____

מייל מרצה:

? ____

קישור לאתר למדה:



תיאור הקורס ומטרות למידה

תקציר הקורס

קורס זה מתמקד בהבנה אסטרטגית של חוויית הלקוח (CX) כפונקציה אינטגרלית של תפעול שרשרת האספקה. הקורס חורג משירות לקוחות מסורתי ומנתח כיצד כל פעילות תפעולית ולוגיסטית – מרכש פנים ארגוני ועד לשירותי שטח ו- Last Mile משפיעה על התפיסה הכוללת של הלקוח. נלמד מודלים לזיהוי פערים, נדון בניהול כשלים והתאוששות מתקלות שירות ואספקה (Service Recovery), ננתח את העלויות המלאות של שירות ירוד, נשתמש בעיצוב חוויה כדי לייעל תהליכים תפעוליים במקום להכביד עליהם.

מטרות/תוצרי הלמידה

- מטרת הקורס היא לצייד את הסטודנטים בניהול לוגיסטיקה בכלים האנליטיים והאסטרטגיים הנדרשים כדי להוביל ולנהל את השירות וחוויית הלקוח כחלק אינטגרלי מהמערכת התפעולית ושרשרת האספקה. ידע
1. הבנה אסטרטגית של השירות - להקנות הבנה מעמיקה של עקרונות ניהול השירות ו-CXM דרך עדשת התפעול ושרשרת האספקה.
 2. התנסות בחשיבות נקודת המבט של הלקוח ותפיסתו את נקודות המגע עם הארגון והכרות עם גישת מסע הלקוח (Customer Journey Mapping) והמושגים כגון "רגעי האמת" ו"פרסונה".
 3. ניהול כשלים ועלויות: לנתח כשלים בשירות (כגון מחסור במלאי או תקלות אספקה), ותכנן תהליכי ההתאוששות משירות (Service Recovery)
 4. מדידה ושיפור מתמיד: להכיר את כלי קול הלקוח (VoC) ומדדי מקובלים לגבי חוויית השירות לנתח אותו ולהסביר אותם.
 5. ניהול רשת השירות: ניתוח תפקיד הלוגיסטיקה כחלק מרשת שירות מורחבת.
 6. ניסוח תובנות מגישת חוויית הלקוח (שקיפות, וודאות, אמון, שירות עצמי).

מיומנויות

1. שימוש במודלים קלאסיים כגון מודל הפערים (The Gaps Model) ו-Service Blueprinting
2. מיפוי מסע הלקוח (Customer Journey Mapping) וזיהוי "רגעי האמת" הקריטיים המתרחשים בדגש על נקודות המגע הלוגיסטיות.
3. ולבצע תחשיב עלות כוללת של כשל שירות כולל עלויות מוניטין וערך חיי לקוח (CLV).
4. לשלב מדדים ושיטות קול הלקוח יחד ליצירת מערכת מדידה אחידה המאפשרת שיפור מתמיד של איכות השירות.
5. מדידה ולאכופה של הסכמי רמת שירות (SLA) ודרישות שירות מספקים וקבלני משנה.
6. הערכה של הזדמנויות לייעל את המערכת התפעולית והלוגיסטית, ובכך להפחית עומס, פניות ועלויות.



תכנון מהלך השיעורים

שבוע	מודול	נושא מרכזי	דגשים עיקריים	קריאה/צפייה נדרשת
1	מבוא שירות ו-CXM	שירות, CXM ותפעול שרשרת האספקה	שירות כנכס אסטרטגי. ההבדלים המרכזיים בין מוצר לשירות.	Zeithaml: פרק 1
2		מודל הפערים (The Gaps Model) ככלי ניהולי	ארבעת הפערים ואופן היישום שלהם לזיהוי בעיות בשרשרת האספקה.	Zeithaml: פרק 2
3	הבנת הלקוח	מיפוי מסע הלקוח (Customer Journey) התפעולי	מיפוי רגעי האמת (Moments of Truth) ודגש לוגיסטי: הזמנה, מעקב, מסירה.	Zeithaml: פרק 5 מאמר 1
4		קול הלקוח (VoC) ומדידת ציפיות	ציפיות הלקוח (Desired vs. Adequate). מדדי NPS, CSAT, CES, CES שיטות מדידה.	Zeithaml: פרק 3, 4
5	תכנון שירות תפעולית (Service Blueprinting)	תכנון שירות ואוטומציה	שימוש בכלי Service Blueprinting למיפוי תהליכי שירות - תפעול. הבחנה בין "חזית" (Delivery) ל"מאחורי הקלעים" (Warehouse).	Zeithaml: פרק 5 דוגמאות באתר הקורס
6		הגדרת סטנדרטים לשירות שטח ומדדי תפעול	הגדרת סטנדרטים אובייקטיביים (OTD, OTIF). ניהול שירות שטח (FSM).	Zeithaml: פרק 6
7	הלקוח כחלק ממערכת השירות	חויית הלקוח הפיזית והאינטראקציה האנושית	Physical Evidence (סביבה פיזית, ציוד, מדים) ושירות אנושי (טכנאים, אנשי מסירה).	Zeithaml: פרק 7
8		תפקיד הלקוח, שירות עצמי ו-Co-creation	מעורבות הלקוח באספקה (מעקב, בחירת חלון זמן). שירות עצמי (Self-Service) להקלה על הלוגיסטיקה.	Zeithaml: פרק 13
9	כשלים ועלויות	ניהול תקשורת ושקיפות (Visibility) בשרשרת	ניהול ציפיות באמצעות תקשורת. שקיפות (מעקב) ומידע ככלי למניעת כשל וכהקלה פסיכולוגית.	Zeithaml: פרק 14
10		כשל שירות (Service Failure) והתאוששות (Service Recovery)	כשלים קריטיים (תקלה משביתה, מלאי חסר). מודלים להתאוששות ופרדוקס ההתאוששות.	Zeithaml: פרק 8 מאמר 2
11		תחשיב עלות כוללת של שירות ירוד	חישוב CoPQ בהקשר לחויית הלקוח. עלויות נסתרות: אובדן מוניטין ו-CLV Returns / Reverse Logistics	Zeithaml: פרק 17 מאמר 3

12 Zeithaml פרק 12:	הגדרת דרישות שירות (SLR) ו-SLA מול 3/PLs קבלני משנה. ניהול קשרי ספקים לוגיסטיים.	SLA, דרישות שירות מספקים וניהול קשרים	רשת השירות	12
16 Zeithaml פרק 16:	יישום CXM להפחתת העומס המבצעי (Lean Service). סיכום ומגמות.	ניהול חווית הלקוח, יעילות תפעולית ואסטרטגיה	סיכום	13

למידה פעילה:

- בשיעורים ישולבו הרצאות אורח להצגת דוגמאות מהשטח
- השיעורים יכלול דיון בסוגיות ומקרי בוחן
- השתתפות בפורום מקוון בין השיעורים באתר הקורס
- מטלת אמצע: ניתוח שרשרת אספקה

* ייתכנו שינויים בסילבוס בהתאם לקצב ההתקדמות ואפקטיביות הלמידה



מטלות וציון סופי

מרכיב ההערכה	משקל יחסי בציון הסופי	תיאור המטלה ומטרתה
1. השתתפות והכנה שבועית	10%	לוודא קריאה שבועית של פרקי הספר והמאמרים, השתתפות פעילה בדיונים בכיתה ובפורום ומוכנות לניתוח מקרי בוחן.
2. מטלת אמצע: ניתוח שרשרת שירות (בזוגות)	30%	בחירת שרשרת שירות של חברה ספציפית בכלים של מיפוי מסע לקוח, Service Blueprinting, Physical Evidence, ניתוח כשלים ועלויות.
3. מבחן מסכם	60%	בדיקת הבנה מקיפה של המודלים התיאורטיים (מודל הפערים, SLA, VoC, Service Blueprinting) ויכולת להשתמש בהם בהקשרים של מקרי בוחן.
4. נוכחות		נוכחות בכיתה לפחות 8 מפגשים מלאים הורדת 2 נקודות מהציון על כל שיעור חריגה



דרישות קדם

אין דרישות קדם



ביבליוגרפיה: תכנים לקריאה, צפיה והאזנה

ספר הקורס :

- **Zeithaml, Bitner, & Gremler (2024).** *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (8th ed.). McGraw-Hill.

מאמרים אקדמיים:

1. **Richardson, A. (2010).** Using Customer Journey Maps to Improve Customer Experience. Harvard Business Review.
<https://scispace.com/pdf/using-customer-journey-maps-to-improve-customer-experience-e6zqls0jer.pdf>
2. **Van Vaerenbergh, Y., Varga, D., De Keyser, A., & Orsingher, C. (2018).** "The Service Recovery Journey: Conceptualization, Integration, and Directions for Future Research" *Journal of Service Research*, Vol. 22, Issue 2: 103-119.
<https://doi.org/10.1177/1094670518819852>
3. **Vargo, and Lusch (2016).** "Institutions and axioms: an extension and update of service-dominant logic". *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol 44, Issue 4: 5-23.
https://www.sdlogic.net/pdf/vargo_lusch_2016_jams-6.pdf