



Logística y Producción

Capítulo 11: Servicio al Cliente



Introducción

- La Cadena de Suministro y el Valor al Cliente:
 - Importancia de la percepción de valor de los clientes.
 - Preferencias de los clientes:
 - Variedad de productos.
 - Bajo costo.
 - Servicio de soporte.
 - Entrega rápida.

Capítulo 11: Servicio al Cliente # 2



Variedad de Productos

- ¿Cómo ofrecer variedad de productos?
 - Armar componentes al tener pedidos específicos.
 - Ejemplo: Dell.
 - Inventarios grandes en pocos centros de distribución (pooling).
 - Ejemplos: General Motors, Amazon.
 - Dar un conjunto fijo de opciones.
 - Ejemplo: Honda (opciones limitadas en sus autos).

Capítulo 11: Servicio al Cliente # 3



Precio y Marca

- El precio de los productos y el costo de los servicios son una parte esencial del valor del consumidor:
 - Cuando un item es commodity existe muy poca flexibilidad en el precio.
 - Wal Mart ha sido capaz de proveer mercadería a bajo costo superando a sus competidores.
- Otro factor en el precio es la marca de los productos:
 - La marca es garantía de calidad en la mente del comprador.
 - Por ejemplo, aún existiendo alternativas más baratas los consumidores están dispuestos a pagar más por envíos vía Federal Express.

Capítulo 11: Servicio al Cliente # 4



Medidas de Valor

- Medidas de valor de los clientes:
 - Nivel de servicio:
 - Depende de la calidad de la cadena y su costo.
 - Satisfacción del cliente:
 - Encuestas, lealtad (compras adicionales).
 - Medidas de performance de la cadena.



Medidas de Valor

Supply Chain performance measures:

| Perspectives | Metrics | Measure |
|--------------------------------|--|------------|
| Supply Chain reliability | On time delivery | Percentage |
| | Order fulfillment lead time | Days |
| | Fill rate | Percentage |
| | Perfect order fulfillment | Percentage |
| Flexibility and responsiveness | Supply Chain response time | Days |
| | Upside production flexibility | Days |
| Expenses | Supply Chain management cost | Percentage |
| | Warranty cost as percentage of revenue | Percentage |
| | Value added per employee | Dollars |
| Assets/utilization | Total inventory days of supply | Days |
| | Cash-to-Cash cycle time | Days |
| | Net asset turns | Turns |