DAEWOO
LOGISTICS CORP.

㈜대우로지스틱스 품질관리 경영 방침

(주)대우로지스틱스는 품질경영을 통한 최고의 서비스 제공을 위하여 지속적으로 노력하며, 고객만족 및 미래를 선도하는 기업이 되고자 합니다.
ISO 9001 을 바탕으로 경쟁력 있는 품질경영체계 달성을 위하여 아래와 같이 품질방침을 정하고 전 임직원이 실천해 나아가고자 합니다.

1. 품질관리를 핵심가치 중 하나로서 모든 사업활동에 반영한다.

2. 품질관리 관련 모든 법규 및 회사의 표준을 준수한다.

3. 품질관리 관련 역할과 책임을 이해하며 지속적인 개선을 할 수 있는 환경을 조성한다.

4. 고객이 인지하는 품질과 Needs 에 부합하는 요소들을 발굴하고 개선하는 활동을 지속적으로 추진한다.

5. 고객의 다양한 욕구를 반영하여 신속하고 적극적인 대응력을 확보한다.

6. 고객의 경험과 눈높이에 따라 서비스 품질 개선을 지속 추진한다.

7. 모든 구성원은 고객의 필요와 문제에 주의를 기울이고, 품질관리에 책임과 의무를 성실히 준수토록 한다.

2022 년 12 월 10 일

(주)대우로지스틱스 대표이사

1. 품질관리 개요 및 정책

1-1. 서비스 - 고객의 필요나 요구를 충족시키기 위해 제공되는 무형의 활동이나 혜택

1-2. 특 징 - 무형성(Intangibility), 동시성(Inseparability), 이질성(Heterogeneity), 소멸성(Perishability)

1-3. 서비스의 4가지 특징은 물류서비스 전략을 개발하고 실행하는데 중요한 의사결정에 있어 품질관리에서의 주요 수행 및 평가 지표

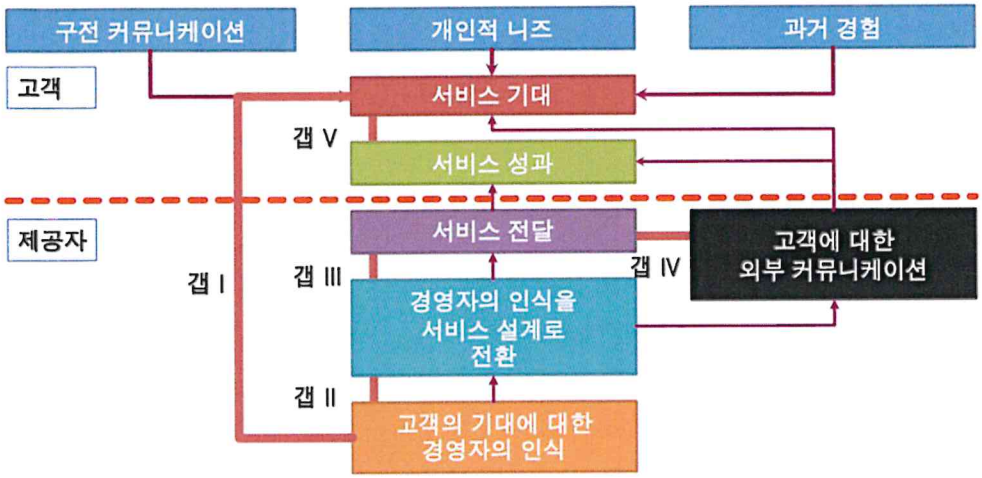
1-4. 4가지 특징에 따른 품질관리

Service 4가지 특징			Service 품질관리		
무형성 (Intangibility)	서비스는 물리적 형태가 없으며 볼 수 없고 만질 수 없는 것	신뢰성/품질 브랜드이미지 고객 후기	유형성 (Tangibles)	서비스 제공 관련 운송 Root, 물리적 환경, 운용 장비, 직원 외모 등 물리적 증거 제시	유형성 품질 평가 첫 인상 고객 이미지 관리
동시성 (Inseparability)	서비스의 제공과 소비는 동시 참여/발생	참여/경험 고객의 참여와 경험 프로세스 개선 지속	신뢰성 (Reliability)	서비스를 일관되고 정확하게 제공하는 능력	적시성 서비스 사양에 맞춤 정확한 수행
이질성 (Heterogeneity)	서비스 제공은 일관성이 없으며, 제품 품질처럼 서비스를 일정하게 유지하는 것은 거의 불가능	피드백/훈련 고객피드백 수집 서비스 개선 지속 직원 훈련 강화	반응성 (Rrsponsiveness)	고객의 요청, 문제 또는 불만에 신속하고 적극적으로 대응	신속응답/적극조치 프로모션 변경 환경변동 대응
소멸성 (Perishability)	서비스는 저장하거나 재고를 쌓을 수 없으며, 제공과 동시에 소멸	가격조정/활동계획 가격 조정 전략 프로모션 계획/관리	확신성 (Assurance)	직원의 지식과 예의가 고객에게 신뢰와 안심을 줄 수 있는 능력	의사소통 관리 전문성/신뢰성 의사소통 능력
			공감성 (Empathy)	고객의 필요와 문제에 주의를 기울이고, 서비스를 제공하는 능력(고객의 이름, 관심사에 맞춤 서비스 제공)	이해와 관심 고객 맞춤 서비스 ※ 일원은 고객 퍼포먼스 관리, 담당자는 고객 업무 집행 관리

1-5. 서비스 품질 5 가지 유형

Service 품질관리			Service 품질 격차 및 해소 방안
제조 중심 & 고객 중심	유형성 품질 평가 첫 인상 고객 이미지 관리	• 고객 요구에 합치(Conformance to Requirement) 공학적 접근(프로모션) • 고객의 눈 높이에 따른 다양한 욕구 반영	품질 격차 : 고객이 인지하는 품질과 제공자가 의도하는 품질 사이의 차이
상품 중심 & 가치 중심	적시성 서비스 사양에 맞춤 정확한 수행	• 정밀하고 측정가능한 변수(가격 및 시간) • 개인적 취향과 욕구 선호는 무시 • 가격 적합성/적시성에 의하여 제공	고객 기대와 경영진 인식 차이의 격차 • 경영진이 고객의 기대를 얼마나 정확하게 이해하고 있는지와 관련된 격차 • 정확한 고객 조사와 시장 분석을 통한 고객의 기대 이해도 높임 • 서비스 퍼포먼스 설계와 제공 과정에 반영
고객 중심 & 선험적 접근	신속응답/적극조치 프로모션 변경 환경변동 대응	• 고객의 다양한 욕구를 반영하여 신속하고 적극적으로 대응 • 서비스 품질은 타고난 우월성 경험을 통해서 알 수 있는 분석불가능한 개념	경영진 인식과 서비스 품질 사양 차이의 격차 • 고객의 기대를 얼마나 잘 서비스 설계와 표준에 반영하는 지에 대한 격차 • 명확한 서비스 품질 목표 설정 및 필요한 자원을 적절하게 배분
고객 중심 & 선험적 접근	의사소통 관리 전문성/신뢰성 의사소통 능력	• 고객의 눈높이에 따라 서비스 품질은 달라짐 • 서비스 경험에 의하여 판단하는 상품	서비스 사양과 제공 사이의 격차 • 서비스 표준과 제공 사이의 일치 정도와 관련된 격차 • 직원 교육 및 훈련 강화, 프로세스 개선 등을 통한 일관된 서비스 유지
선험/가치/상품 제조/고객 중심 서비스	이해와 관심 고객 맞춤 서비스 ※ 일원은 고객 퍼포먼스 담당자는 고객 업무 집행 관리	• 고객의 필요와 문제에 주의를 기울이고, 서비스를 제공하는 능력	서비스 제공과 커뮤니케이션 사이의 격차 • 서비스 관련 발표 내용과 제공 사이의 일치 정도와 관련된 격차 • 현실적이고 정확한 정보를 기반으로 설명하고, 서비스의 품질을 실제 개선및향상

1-6. 고객 중심 서비스 품질관리



Service 품질관리 : Gap 분석

- Gap Ⅰ : 시장정보 gap - 고객의 기대를 정확히 알지 못 할 때
- Gap Ⅱ : 서비스 기준 gap - 기준이 서비스 기대와 다를 때
- Gap Ⅲ : 서비스 성과 gap - 성과가 기준과 다를 때
- Gap Ⅳ : 내부 커뮤니케이션 gap - 성과가 약속과 다를 때
- Gap Ⅴ : 종합 gap - 고객 기대와 성과가 다를 때

- Gap Ⅰ : 정확한 고객 분석, 상향적 커뮤니케이션 활성화 및 관리계층 축소
- Gap Ⅱ : 서비스 목표 수립, 업무 표준화, 실행가능성 분석, 경영자의 헌신
- Gap Ⅲ : 팀워크 형성/역할 갈등 및 모호성 해소, 직원에게 통제권한 제공 등
- Gap Ⅳ : 수평적 커뮤니케이션 증대, 과대 약속의 유혹 거절
- Gap Ⅴ : gap Ⅰ, Ⅱ, Ⅲ, Ⅳ 종합