

<<第三方物流服务管理方略>>

图书基本信息

书名：<<第三方物流服务管理方略>>

13位ISBN编号：9787504730848

10位ISBN编号：750473084X

出版时间：2009-6

出版时间：中国物资出版社

作者：廖素娟

页数：349

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<第三方物流服务管理方略>>

前言

据中国仓储协会连续6次中国物流市场供需状况调查显示,超过50%的生产企业和商业企业有意愿寻求新的物流企业,这一比例呈逐年上升势头,而且这些企业大都有将自理物流业务外包给第三方物流企业的愿望。

由此可见,中国第三方物流的市场需求是相当可观的,处于逐步上升的时期,但也说明物流业务的供求关系极不稳定,物流需求方与物流服务商的协作关系正处于动荡和变化之中。

据估计,从2004-2010年,中国的GDP年均增长8%;由于物流基础设施效率的提高和供应链管理的改善,物流成本占GDP的比重将从20%降至15%,物流费用年均增长3%。

但是由于改善供应链管理对物流外包的需求增加,第三方物流的需求年均增长将高达33%,其产值将从2004年的400亿元人民币增至2010年的2300亿元人民币,市场前景极为广阔。

在我国第三方物流市场中,国际物流巨头的参与、外资物流企业的购并、国有大型物流企业的推进和中小型物流企业的本地化与专业化,使得物流市场的竞争加剧,第三方物流企业面临一次重新洗牌的考验。

在这种形势下,作为第三方物流服务提供者的物流企业就必须对现在和将来的第三方物流市场有所把握,通过提供优质的物流服务来更好地满足工商企业的物流外包需求。

在我国,传统“大而全、小而全”的管理、思维方式以及第三方物流服务企业规模小、综合服务能力普遍偏低的事实严重制约了第三方物流的发展。

因此,提升第三方物流的服务能力,提升其经营、管理能力已经成为第三方物流服务企业和我国物流理论研究者的共识。

<<第三方物流服务管理方略>>

内容概要

在我国，传统“大而全，小而全”的管理思维方式以及第三方物流服务企业规模小、综合服务能力偏低的事实严重制约了我国第三方物流的发展。因此，提升第三方物流的服务能力和经营管理能力已经成为第三方物流服务企业和我国物流理论研究者的共识。

<<第三方物流服务管理方略>>

作者简介

廖素娟，女，生于1968年1月，汉族，管理学硕士。

现就职于华南师范大学南海校区经济与管理系，教研室主任，副教授，研究方向：物流管理。

曾在《现代管理科学》。

《企业研究》、《物流技术》、《经济论坛》等刊物发表独撰的物流论文十余篇，其中“中国第三方物流需求分析”被中国人民大学复印报刊资料《物流管理》2008年第3期全文转载。

<<第三方物流服务管理方略>>

书籍目录

第一章 第三方物流服务的战略规划和服务系统的设计 . 第一节 第三方物流的物流服务战略策划
第二节 第三方物流服务系统的设计第二章 第三方物流顾客满意度与需求管理方法 第一节 第三方物流顾客满意度管理对策 第二节 第三方物流的顾客需求管理方法第三章 物流运输服务管理方略 第一节 第三方物流运输服务作业管理策略 第二节 第三方物流运输方式的选择方法 第三节 第三方物流运输服务的发运管理策略 第四节 第三方物流运输服务的接运管理策略 第五节 第三方物流运输服务的中转管理策略 第六节 第三方物流的运输管理合理化策略第四章 第三方物流仓储服务管理方略 第一节 第三方物流企业的仓库设置策略 第二节 第三方物流保管服务管理策略 第三节 第三方物流库存控制服务管理方法及策略第五章 第三方物流配送服务管理方略 第一节 第三方物流配送服务作业管理 第二节 第三方物流配送中心的设置第六章 第三方物流装卸搬运服务管理方略 第一节 第三方物流装卸搬运服务的组织策略 第二节 第三方物流装卸搬运服务工艺设计与经济性实现策略 第三节 第三方物流装卸搬运作业合理化途径第七章 第三方物流的增值服务管理方略(一) 第一节 第三方物流增值服务新项目的开发策略 第二节 第三方物流的物流系统设计服务策略 第三节 第三方物流商检与通关服务的管理策略 第四节 第三方物流的金融服务管理措施第八章 第三方物流的增值服务管理方略(二) 第一节 第三方物流采购服务方略 第二节 第三方物流的流通加工服务管理 第三节 第三方物流的包装服务管理第九章 第三方物流信息系统的建立 第一节 第三方物流信息系统及其设计 第二节 第三方物流信息系统的设计方法 第三节 第三方物流信息系统的功能组成与策略第十章 第三方物流服务质量管理方略 第一节 第三方物流服务质量管理的策略和方法 第二节 第三方物流企业物流服务项目的监控 第三节 第三方物流客户服务的评价方法与持续改进策略参考文献

<<第三方物流服务管理方略>>

章节摘录

第二章 第三方物流顾客满意度与需求管理方法 从第三方物流的角度看,顾客服务是第三方物流企业所有活动的产物,顾客服务水平是衡量第三方物流企业为顾客创造的时间、地点等效用能力的尺度。

顾客服务水平决定了第三方物流企业能否留住现有顾客及吸引新顾客的能力,直接影响其市场份额和物流总成本,并最终影响其赢利能力。

而且,在众多第三方物流企业都提供了在价格、特性和质量方面雷同的服务时,顾客服务的差异性将为第三方物流企业提供超越于竞争对手的竞争优势。

因此,在第三方物流的设计和运作中,顾客服务是至关重要的环节,是第三方物流管理的主要内容。

第一节 第三方物流顾客满意度管理对策 顾客满意是企业效益的源泉,让顾客感动的理念是驱动企业服务创新的动力。

第三方物流企业的顾客满意度直接影响顾客企业对第三方物流服务的接受程度。

因此,在对顾客提供各种物流服务的同时必须重视顾客的满意度,做好顾客满意度的管理。

影响顾客满意度的因素除了物流服务本身的质量和水平外,还有许多影响顾客感知的其他因素。

第三方物流企业应该在保证和控制物流服务质量上、在增强顾客对服务质量的体验上、在对顾客服务的过程中、在正确处理顾客的投诉中,做好下述7个方面的工作,来提高顾客对自己所提供服务的满意度。

.....

<<第三方物流服务管理方略>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>