

物流案例分析：雪铁龙公司售后物流服务案例 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/263/2021\\_2022\\_\\_E7\\_89\\_A9\\_E6\\_B5\\_81\\_E6\\_A1\\_88\\_E4\\_c31\\_263935.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/263/2021_2022__E7_89_A9_E6_B5_81_E6_A1_88_E4_c31_263935.htm) 法国标志雪铁龙公司十分重视售后物流服务的重要性。根据该公司开展的一份调查研究表明，在100个接收调查的顾客中，对购买的轿车不满意，但是对其提供的零部件售后服务满意的情况下，大约仍然会有45个人保持对该轿车品牌的忠诚度。反之，只有14个人仍然保持品牌忠诚度。这充分说明了售后服务的重要性。换句话说，售后零部件服务对顾客产生的影响要比整车销售服务对顾客产生的影响大得多。同样，维修人员也高度评价高质量售后服务的重要性。他们认为在评定一个零部件供应商的诸多标准中，零部件的可得性排在第一位，紧跟其后的是及时送货率，价格只是排在诸多要素中的第七位。标志雪铁龙每年大约生产200万辆轿车，其中有60%用于出口。每年20亿美元的销售收入中约有10%左右是来自零部件的销售。随着整车销售市场的竞争日益加剧，而且越来越多的参与者挤入售后服务领域中去，PSA集团更得依赖售后服务体系效率的提高来确保其市场份额。PSA在法国的经销商当天下午4点以前发出零部件订单，在次日上午9点之前基本上都可以得到满足。PSA的零部件订单满足率（满足的订单/发出的订单）维持在96.1%的水平，对于紧急订单而言该水平可以达到97.6%。1997年PSA通过了ISO9002认证，加强了其质量控制水平。此举使得PSA与1993年的水平相比，其订单出错率减少了50%。平均送货时间与以前相比减少了将近一半，有95%的订单是在5天以内完成的。在过去4年中，PSA的紧急订单满足

率一直保持在99%的水平。随着消费者对于服务质量要求的不断上升，PSA需要不断提高其零部件配送频率和水平，以满足其开发新区域市场的需要，如匈牙利、波兰、斯洛文尼亚等国。同时，尽管由于汽车零部件标准化的推广与普及，但是总的来说，世界范围内的零部件种类和数量还是在不断上升。根据PSA相关人员预测：零部件的种类序号将会从1996年的145000个上升到2005年的175000个。随着竞争的加剧，各大主机制造厂面临着很大的成本削减压力，而在原材料和人力的挖掘空间已经逐渐枯竭时，物流自然而然地肩负起了成本削减的重担。通过对物流水平和质量的不断改进与提高，一定程度上，PSA得以弥补或者可以缓和客户服务水平上升带来的成本上涨效应。PSA全球范围内只在法国设有2个零部件物流中心仓库。位于Vesoul的仓库用于存储标志、雪铁龙两个系列车型的零部件，面向法国、欧洲和海外市场。而位于Melun的仓库只存储雪铁龙系列产品的零部件，面向法国和海外市场。与这2个物流中心库相匹配的是遍布全球的24个物流分中心，其中有一半是直接受控于PSA设于当地的子公司或分支机构。PSA希望能够将维修的复杂性、订单的优先级别和配送频率综合进行考虑，不断改进以进一步提升其售后物流网络的效率。实际上，上述的3个要素共同决定了售后物流配送的路径规划水平。在此基础上，PSA采用了一套称之为“2-3-4”的内部管理系统，2表示订单分为常规类和紧急类2类，3表示将运输时间在几个小时和5天内划分为3个等级，4表示将配送频率在2次/天和1次/周间划分为4个水平。经过近4年的运作，PSA将其售后物流运作成本削减了15%，同时将存储于仓库中的零部件价值量减少了20%。100Test 下载

频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

[www.100test.com](http://www.100test.com)