

物流初级考试复习提纲（第四章）PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/37/2021\\_2022\\_\\_E7\\_89\\_A9\\_E6\\_B5\\_81\\_E5\\_88\\_9D\\_E7\\_c31\\_37140.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/37/2021_2022__E7_89_A9_E6_B5_81_E5_88_9D_E7_c31_37140.htm) 第四章 物流营销管理 1

1. 物流营销就是以物流服务建立、维持、强化物流活动中的客户关系并使之商品化，识别不同的物流服务市场，设计营销方案，用顾客的满意为中心来优化物流的作业和管理。

2. 市场营销导向的目标是从所服务的单位和整个组织的角度出发来定义物流存在的理由和目的。

3. 4P策略：产品，价格，促销，渠道。

4. 4C策略：顾客，成本，便利，沟通。

5. 通过物流市场调研以下目标：了解顾客要求和期望；制定服务标准；衡量满意度；识别发展趋势；与竞争者比较。

6. 市场调研项目安排的步骤：总体方案的设计；抽样方案的设计，调研实施的各种具体细节的制定、选择访问方法、确定样本规模；问卷的设计、测试、问卷的修改和最后的定稿；问卷的印刷，调研员的挑选和培训；调研实施；调研数据的计算机录入和统计分析；调研报告的撰写。

7. 按一般到特殊的顺序，经调研所得的信息划分为四个部分：宏观经济；商品特点；供应商；内部消息。

8. SWOT分别代表优势、劣势、机会和威胁。

9. 营销计划基本内容：计划介绍；计划摘要，摘要一般包括：计划依据的基本假设，计划的目标，计划实施的时间比例。在编写好的计划中，环境分析这一部分应该只包括外部和内部市场研究的总结性信息和SWOT分析的主要结果。并以下列标题列出：假设；历史和预计营销概要；战略市场；主要物流服务产品；主要营销地区。

10. 顾客服务需求：识别客户服务的

关键成分； 确定物流要求； 选择承运人。 11 . CS , 意为  
顾客满意。 12 . C-I-O物流模式的三个关键因素：合作、整  
合、优化。 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)