

现代物流管理模块二参考答案 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\\_8E\\_B0\\_E4\\_BB\\_A3\\_E7\\_89\\_A9\\_E6\\_c31\\_37942.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/37/2021_2022__E7_8E_B0_E4_BB_A3_E7_89_A9_E6_c31_37942.htm) 一、应知目标考核题

(一) 单项选择题 1、 B 2、 A 3、 D 4、 B 5、 B 6、 A (二) 判断题 1、对 2、对 3、错 4、对 5、对 6、对 7、对 8、对 9、对 10、错 (三) 简答题 1、试简述物流客户服务基本内容的组成要素及其作用。(1) 有顾客需要的商品即保证有货而不缺货(备货保证) (2) 可以在顾客需要的时间内送达(输送保证)。(3) 达到顾客要求的质量(品质保证)。2、简要说明物流客户服务标准。3、如何理解企业“服务危机”现象，请试着根据所学内容提出相应对策。所谓“服务危机”，是指在企业经营活动的过程中出现了一种消费者的信任危机，这种危机极大地影响了企业市场的开拓和产品的销售。(1) 短视的经营观念会导致“服务危机”(2) 科技进步会带来“服务危机”(3) 客户期望值的增长会出现“服务危机”制定相应的服务战略(1) 增值为本战略(2) 关系至上战略(3) 顾客满意战略4、试简述4Ps和4Cs的区别。4Ps理论是传统市场营销策略的核心，包括了以下四个方面的内容。产品策略(Product)、价格策略(Price)、促销策略(Promotion)、渠道策略(Place) 4Cs,即顾客(Consumer)、成本(Cost)、方便(Convenience)和沟通(Communication)。4Cs理论相对于4Ps理论更重视与消费者的沟通和个性化需求，但以消费者需求导向作为核心的4Cs理论也有它的局限性：其一，顾客需求有个合理性问题。其二，市场经济要求的是竞争导向，中国的企业营销也已经转向了市场竞争导向阶段。其三

，4Cs仍然没有体现既赢得客户，又长期地拥有客户的关系营销思想，没有解决满足顾客需求的操作性问题，。其四，被动适应顾客需求的色彩较浓。

二、应会能力测试题 案例一 思考题：1、沃尔玛的经营优势何在？沃尔玛有优越的物流资讯管理 2、沃尔玛如何将物流服务应用于市场营销？沃尔玛的销售系统有助于公司分析市场的消费习惯。 3、沃尔玛应如何进一步发挥其优势？沃尔玛还把其物流优势伸展至其他零售领域，包括批发销售以及食品杂货店等。在先进的物流资讯管理下，沃尔玛迅速扩张，其成本也不断下降。 案例二

1、结合课本内容，讲解友谊物流是如何进行客户服务的？

物流客户服务基本内容：（1）有顾客需要的商品即保证有货而不缺货（备货保证）（2）可以在顾客需要的时间内送达（输送保证）。（3）达到顾客要求的质量（品质保证）。

友谊物流的做法：A．改变作业时间 B．更改作业方式 C．仓库重新布局 D．商品在库管理 E．流通加工 F．信息服务 G．退货整理 H．为客户提供个性化服务

2、为什么说友谊物流已从“产品推销”发展到了“市场营销”阶段？因为物流需求方的业务流程各不一样，物流、信息流是随价值流动的，所以要求第三方物流服务应按照客户的业务流程来定制，这也表明了物流服务理论从“产品推销”发展到了“市场营销”阶段。

3、友谊物流的做法应当如何应用于其他企业？

一项独特的物流服务能给客户带来高效、可靠的物流支持，而且使客户在市场中，具有特别的、不可模仿的竞争优势。这也是友谊物流能够成功的最主要的原因。联合利华是友谊物流的关键客户，他的独特服务是围绕联合利华的要求而作的，因此对于第三方物流公司而言，加强重点客户管理也是

很重要的。 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)