

BDP货代在兼并风潮中屹立不倒就靠“关系营销” PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/452/2021_2022_BDP_E8_B4_A7_E4_BB_A3_E5_c31_452428.htm 当飞驰、环球捷运这些中等规模的货代企业被联合包裹、敦豪等大公司收入囊中时，BDP作为一家不大的货代，却安然地走出了兼并风潮，而且继续发展的。那么它是如何做到的？让我们来分析一下它的历程就能了解。

一、关键所在是与大客户维系关系在BDP国际公司位于美国费城的总部里，保存着一台“Royal”牌手动打字机，它见证了BDP从1966年开始的成长历程。当时，狄克·博尔特在一笔1200美元的贷款帮助下开设了BDP公司。如今，这个家族企业业务已遍布全球140个国家，年营业额为950万美元。当然，比起泛亚班拿这样的年营业额达到40亿美元、也同样服务于化工领域的货代巨人来说，BDP未免有点小巫见大巫。但正是由于维系并发展了与杜邦这类大客户的业务关系，使得BDP能够挺过这两年的并购风潮，而与之规模相当的其它一些公司，如飞驰、环球捷运（AEI）等，均被UPS、DHL等大公司收入囊中。杜邦从1973年开始就成为BDP的客户，2001年，杜邦与BDP又将服务合同延长5年，另一个大客户，道化学公司去年也与BDP签订了一个5年服务合同，把BDP作为该公司集装箱海运的全球首家物流供应商。

二、提供各色服务以增进感情联系在BDP的总收入中，65来自化工行业。作为一家货代企业，BDP的业务范围已远远超出基本的货代、中介等服务。去年秋季，BDP下属的咨询公司Centrx就与BOC气体公司签订了一项合同，帮助评估BOC从卡塔尔新建厂址运输液化氦气到亚洲客户的运输成

本，BOC希望Centrx不仅测算出自己的运输成本，而且能够算出其它竞标生产的企业的成本，结果让BOC非常满意。BDP以前并没有与BOC有过业务往来，两家结缘完全是因为两家公司管理人员之间的个人关系。BDP的经理们认为与客户的私人关系非常重要，狄克·博尔特说：“关键是要教育管理人员保持私人关系和私人服务，这样，如果某个客户遇到问题，就会对你说‘来帮个忙。’”除了增加新客户，BDP还扩展了对老客户的服务。多年以来，Rohm & Haas一直把BDP作为在美国的海运代理，但最近，BDP开始为其管理化工品的国际空运业务，并帮助改进单证流转和其他流程。

三、保持一定程度一定方面的领先对BDP来说，能够生存发展下来的另一个关键在于技术。1982年，BDP就成为第一家通过电子方式向美国海关提交数据的企业，1989年，又是BDP第一个与海运、空运公司建立EDI，用于提单和订舱业务。今年，BDP预计在技术方面的支出将达100亿美元，其中包括一个名为Xpedion的项目，用以取代BDP原有的系统。BDP的许多客户的系统完全迥异，BDP希望提供一个统一的操作平台，能够管理全部国际货运业务。Xpedion的一个组成部分是BDP-Customer.com网站，该网站已于去年开通，主要向客户提供全球服务应用工具。今年秋季，BDP将把运价管理引入Xpedion项目中，明年还将在Xpedion平台上增加出口运营内容，2005年增加进口服务。BDP目前在美国设有20家办事处，在海外的办事处达28家，其中17家位于亚洲。亚洲最大的业务来自新加坡，其次是马来西亚。同时，BDP也在欧洲和美洲扩展它的业务，去年就并购了一家比利时物流企业，并将于2004年完成并购，这将大大增强BDP在欧洲的

物流服务能力。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