

综合辅导：第三方物流经营表现物流师资格考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/510/2021\\_2022\\_\\_E7\\_BB\\_BC\\_E5\\_90\\_88\\_E8\\_BE\\_85\\_E5\\_c31\\_510004.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/510/2021_2022__E7_BB_BC_E5_90_88_E8_BE_85_E5_c31_510004.htm) 第三方物流就要考虑客户运输和生产计划的安排，并考虑如何降低成本来获取利润，考虑与客户构筑流通渠道，实施快捷、低成本一体化物流，与制造商、销售商联手建立供应链战略联盟，从而实现成功经营。了解客户物流的需求个性化的需求。如果将第三方物流服务看作是一种产品，这种产品最大的特性就是个性化，几乎没有两个完全相同的物流服务项目。物流服务的个性化，源于物流需求的个性化，因此，开发第三方物流服务产品最关键的是对客户的物流需求进行分析，好的需求分析是物流服务成功的关键因素之一。客户物流业务外包的动因。了解客户物流业务外包的动因对制定物流方案，确定物流方案的主导思想非常重要。客户选择第三方物流企业，一般处于以下几点考虑：1、物流成本的考虑。这类客户在选择物流服务商时，最关注的是物流成本问题，他们希望通过同第三方物流企业的合作，降低成本，这类客户往往在市场上已经取得了一定的市场份额，其物流服务水平已经得到客户的认可，因此，这类客户关注的并不是大幅度提高客户服务水平的问题，而是在现有的客户服务水平基础上，如何降低成本。因此，第三方物流提供商在进行方案总体规划时，要特别注意成本的控制。2、物流占用资金的考虑。关注物流资金的客户，一般资金不足或比较关注资金的使用效率，他们不希望自己在物流方面投入过多的人力和物力，面对这类客户，要充分展示自己在物流方面的能力和投资服务项目，将

赢得客户的青睐。3、提高物流服务满意度的考虑。这类客户关注的是如何通过第三方物流公司的能力，提高自己的客户服务水平。对于附加价值比较高的产品或刚刚进入市场的产品，往往出现这种情况，对于这类客户，在制定物流方案时，最重要的不是如何降低成本，而是在一定的成本下，如何提高客户满意度。第三方物流的实力只有那些具有强有力的核心竞争力，服务的广度越大，信息技术实施能力较强，以及强调物流作业规范化管理能力的第三方物流提供商才是最终的赢家。强大的核心竞争力与规模经济效益。快速、准时、精细化的物流信息管理。体系和优质的供应链上下游伙伴合作关系建立的管理，是第三方物流企业的核心竞争力的标志。具有强大的核心竞争力可使公司有超越其他公司为客户增加价值的能力。拥有规模经济效益则能够表明有为客户

提供价格低廉的运输服务和拥有内部专有信息技术的能力。由于拥有强大的购买力、货物配载能力、物流过程控制能力，第三方物流公司可以通过资源整合和能力、专业化服务得到比他的客户更为低廉的物流服务报价，并集中配载很多客户的货物，大幅度地降低单位运输、仓储、增值服务成本。理顺物流作业成本关系，加强成本核算。作业成本管理既是企业内部管理水平的体现，也是衡量物流企业服务水平标准之一，多数客户在选择第三方物流企业时，仍把运作成本作为首要考虑的指标。虽然国内目前还没有物流成本核算的统一标准，但是对于物流企业来说，核算和分析客户的作业量与作业成本的工作应不是很困难，以具体作业为基础，将所有与完成物流功能相关的成本纳入成本分类中，除了直接成本外，将间接成本和其他日常费用按投入的人力、物力比例

正确地分摊到各个作业环节中，进而计算出物流服务的成本明细，同历史数据及相应的作业量进行核对分析，找出导致成本变化的根源，并据此提出合理化建议。健全的物流信息管理系统。为了谋求物流各环节和各项功能的相互衔接和高效率，必须建立和健全一个迅速传递和处理物流信息的信息管理系统，这是整个物流系统良性运行的中枢神经和支持保障。许多成功的第三方物流与独立的软件供应商结盟或开发内部的物流信息管理系统，这使得他们能够最大限度地利用运输和分销网络，有效地进行多式联运的货物追踪，进行电子交易，实施多种仓储等策略，提高供应链管理效率，进行其他相关的增值服务。物流信息管理系统可实现同客户系统的连接、信息共享，客户也可以实时地掌握运作动态。那些可以提供整个供应链管理软件，并在实施和运作这些系统上展示出能力的公司，将会在市场上享有竞争优势。广泛的服务范围。客户为减少与之合作的物流供应商数量而做出的努力，会给那些可以提供广泛物流服务的公司带来更多的机会；另外，那些能够向物流价值链上方移动，提供在传统的运输和仓储以外的增值服务的公司，会更加紧密地和客户的业务整合在一起，并且有助于客户减少资本投入，同时借助第三方物流公司国内外良好的运输和分销网络使客户进入新的市场，开发新的业务，从而优化客户的“转移成本”。优秀的物流管理团队。当今现代企业间的竞争是人才的竞争，不仅要引进高素质人才，更要合理使用人才，确立合理的薪资结构，良好的福利保障和激励机制，留住人才，通过为员工设计个人发展计划和设置合理的发展空间，强化员工前进的动力，不断优化员工的知识结构和提高员工的文化、科技与

管理素质。强调物流作业的规范化管理。在企业物流业务中更加重视物流作业流程、作业方法、作业标准，努力使复杂具体的物流操作变成简单的易于推广和考核的物流作业，不断提升物流作业的质量和效率。提供优化服务，降低物流运作成本。提供客户满意的物流服务在了解了客户对第三方物流的需求后，第三方物流提供商为了提高企业的竞争能力，还需要通过提高水平的物流服务，来获得顾客信任，而要让顾客满意必须提高物流服务质量，必须在基本服务的基础上增加增值服务。供应链竞争战略。由于流通业不同于一般制造业和销售业，它具有运输、仓储、配送等公共职能，是为生产、销售提供物流服务的产业，所以物流服务就是流通业为他人的物流需要提供的一切物流活动。物流服务竞争战略是以提高客户满意度为中心，一切服务活动要围绕客户的需求展开，这里所说的客户是根据供应链管理是一个网链结构的特征来划定的，即把客户、客户的客户以及客户的提供商都作为服务的对象。增加增值服务。增值服务是在核心服务的基础上，增加的便利性服务的支持性服务，增值服务其实是帮助特定的客户实现他们的期望，同时帮助客户尽量降低物流成本，提高销售量与份额，帮助生产企业减员增效。提高物流服务质量。以客户的需求为准则，开展客户贴身服务，即物流后勤一揽子服务。现代物流的本质是服务，物流服务质量是第三方物流企业的生命，因此，只要是客户需要的，就应不折不扣尽力去做到。确定一个合理的物流服务水平。物流服务的市场是一个不断扩大的广阔市场，为了能在市场中不断地壮大自己，赢得市场，第三方物流提供商必须向客户提供优质的物流服务。由于物流成本与物流服务

之间存在着效益背反问题，因此第三方物流提供商在确定物流服务水平时要以得到用户满意为前提，同时要兼顾企业的利益和能力，使它们达到协调、统一。"#F8F8F8" 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)