

2010物流师考试辅导：市场营销对物流管理的影响 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022_2010_E7_89_A9_E6_B5_81_c31_645703.htm 在进行物资采购决策时，要以市场营销的眼光来进行市场调研。包括对供应商的生产规模、技术能力、设备状况、企业信誉等进行市场调查，建立供应商档案，规范供应商的管理。要充分搜集市场信息，了解物资的价格动态，进行市场分析预测，以便在物资采购过程中掌握主动，降低采购成本。市场营销与物流活动和顾客服务关系密切。企业必须向市场推出新的产品或扩大延伸原产品的系列，以抵消该产品销量下降引发的利润减少。由于从事销售和顾客服务项目的人员处在市场前沿，对市场信息最为敏感，这就要求物流管理人员有意识地收集该产品及相关产品的需求意见，并及时将信息反馈给市场营销策划部门，为制定产品策略提供可靠依据。市场营销与库存物资的控制也有一定联系。在产品的成熟期，企业往往要大量购进原材料，如果衰退期来得很快，这些原料可能由于生产计划的调整而造成库存积压。因此要将产品策略与生产计划、库存控制进行有效的结合，要求编制物资采购计划时，及时了解公司的生产经营计划，尽量压缩物资库存量，减少流动资金的占用，避免造成库存物资的积压和浪费。企业内部的物流和配送也应以市场营销的眼光去研究、设计，选择合理经济的配送路线。周密的物流配送网络设计，可使基层单位降低车间库存，减少仓储费用。例如宝钢集团上海梅山矿业有限公司就对轴承等部分物资进行了“零库存”管理，利用轴承供应商的库存替代本单位的物资库存，一年就节约资金70多万

元。 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