

# 《电商企业的供应链管理》

## 课程背景：

近五年来电商企业蓬勃发展，从过去靠价格到现在注重客户体验，小电商成为了年营业额过亿的电商大鳄，对于这样的企业同样需要供应链管理，燕老师五年来伴随着国内知名电商的成长，曾辅导过女装电商行业初语、韩都、中国白沟、茅台酒业、等对家企业电商供应链管理，从如何做电商到电商如何最后一公里到消费者手中，给客户更好的体验。通过总结开发出一套针对电商行业的供应链管理课程

## 课程收益：电商行业供应链管理

- 如何控制库存
- 系统化电商物流管理知识
- 如何增加客户体验

课程时间：6小时

## 课程大纲：

### 一、互联网持续改变商业模式

- 互联网给我们带来了什么？
- 电商企业运营企业盘点
- 从消费者角度看待电商及电商平台
- 案例分析：京东对抗阿里给我们的启示
- 中国服装、玩具、箱包、3C行业电商分析
- WEB3.0时代电商行业特点

### 二、电商行业应有的服务标准是什么？

- 服务的三个要素
- 案例分析：初语茵曼的困扰（天猫前五名女装企业）
- 案例分析：顺丰为什么投资电商
- 案例分析：湖北邮政局的困惑
- 案例分析：信息化带来服务差距
- 案例分析：当当的困扰

### 三、电商企业的采购与库存控制

- 纯电商企业库存控制的几种策略
- 大量囤货卖不掉促销？少量存货，缺啥补啥？快速响应？
- 产品采购的4中策略
- 本地运营与异地运营的优劣分析
- 如何利用供应链金融

### 四、电商企业的物流运营管理模式篇

- 土豪电商没有系统管理，C店狂卖比价格
- 正规化电商第三方软件对接WMS
- 精英化电商自主研发上位ERP管理系统，上下游链外包管理

### 五、电商企业物流运营管理技术篇

- 企业对于仓储外包的需求分析
- 建立仓储标准化的几个问题
- 高效仓储规划管理

传统仓储的拣货策略

电商仓储管理的几种拣货策略

案例分析：服饰行业电商解决策略

电商物流交付部分快递模式管理

干线加落地配如何实现

如何应对多平台处理

## **七、客户服务管理增加客户体验**

客户服务的核心理念

客户体验创造价值 (03年开始B依然创造神话)

客户体验仅仅顺丰包邮就够了吗？

专属客户的作用