

《企业物流成本及外包风险管理》

【课程大纲】

随着 SoLoMo 消费群的兴起，互联网不再是一个虚拟的世界，而是一条条充满消费者气息和声音的大街；PC 互联网、移动互联网和社交网络已经在一个蛮荒的数字星球上培育成为三个最有活力和最具商业价值的新商圈。

第三次零售浪潮正席卷而来，权力的天平已经倾斜，消费社会的主导大权已从生产商、零售商转移到消费者手中，消费者说了算，“我的消费，我做主，你要推荐或推销什么，首先你要尊重我的意志，获得我的授权或许可”。他们不再受商家的主导，而是更相信自己社交圈子里的好友、同事、亲友、专家、同行或网友提供的各类消费建议，每一个消费者都能和素未谋面的消费者相互交流，形成消费社群，分享她们的消费主张。众包购物打破了制造商，零售商与消费者之间存在着边界，消费者拥有至高无上的权力，消费者成为品牌商和零售商的选民，完全拥有选择自己爽的零售商或品牌商的完整权力，是消费者赋权给我们零售商和品牌商，不再是零售商(如淘宝,Walmart,王府井,Amazon,Baidu,Google)等给我们消费者做决定。全球零售业正加速从渠道为王的时代迈向消费者王朝的时代，品牌商、零售商需要从以自己为中心的单渠道、多渠道或跨渠道思维彻底转向以消费者为中心的全渠道（Omni Channel）思维，全渠道零售将成为零售业的未来。

在全渠道模式下，给企业物流，尤其是销售物流带来了极大挑战，物流经理们不得不改变传统思维，从不熟悉快递、快运到管理使用这些供应商，如何使企业在这场浪潮中屹立不倒，企业的供应链管理需要更加智慧。

燕老师结合十年工作经验，加上目前在国内知名供应链服务企业的管理经验，给大家带来一趟经常的物流管理智慧的分享。

【培训对象】企业高层、采购、物流管理部门的经理和相关业务人员

【培训时间】1天

【课程收益】通过本次课程，可以了解国内大型企业对于物流的认知及管理方法，同时深入了解物流企业的核心及内幕，可以更好的帮助管理者识别物流企业，选择更合适的物流企业，降低成本，控制风险，提升服务水平，使客户满意。

一套企业物流评估管理办法、12家国内知名物流企业核心管理思想、4G物流企业及企业物流管理文字资料

有效降低企业物流管理成本及风险

【课程大纲】

第一模块物流外包与风险管理（一天）

壹、全民电商背景下物流业发展最新动态

1. 移动互联网时代物流呈现特点
2. 电商给物流企业带来的挑战
3. 中国物流企业现状

贰、企业物流外包及对物流公司的要求

- 1) 目前企业物流外包分析
- 2) 物流外包及对物流公司的要求
 - 物流外包的概念及内容
 - 物流外包必须考虑的四大关键因素
 - 物流外包的方式
 - 企业对物流公司物流管理的期待

3) 案例分析：都市丽人的物流管理外包

4) 案例分析：京东为何自建物流

参、物流企业的服务类别分析

1) 运输的分类

2) 物流企业细分

3) 案例分析：德邦优势在哪里？

4) 案例分析：顺丰为何称王

5) 物流的直营模式与加盟模式分析

6) 物流企业管理成本识别

四、运输选择日常管理

1) 运输商监管的几个核心问题

2) 加急订单内部处理机制

3) 调度岗位该如何管理

4) 全外包可以吗？

5) 案例分析：德邦如何管理自有车辆

6) 案例分析：福建盛辉如何管理自有车辆

五、物流供应商开发与物流服务招标

1) 物流供应商开发

●物流供应商开发的五种方式

●物流供应商开发的十大途径

●开发物流供应商应考虑六大条件和 24 个要素

●开发物流供应商的业务程序及操作细节说明

六、物流供应商考核及风险控制

1) 如何对合格供方进行考核

●物流供应商考核的分工、职责

●原始统计资料的来源

2) 物流成本、仓储、配送、运输、服务与客户满意度等考核（KPI）权重、标准及计分方法

●定性分析考核方法

●定量分析考核法

3) 提高承运商服务质量的措施

4) 如何降低外包风险