

重庆到台湾COD小包空运海快

产品名称	重庆到台湾COD小包空运海快
公司名称	一三玖跨境物流供应链（深圳）有限公司
价格	16.00/千克
规格参数	品牌:一件代发 型号:代收货款 产地:COD小包
公司地址	宝安区沙井街道马鞍山鞍胜路35号
联系电话	16675547693

产品详情

供应链与客户关系管理的结合,使供应链管理思想由以前的“推式”转为以客户需求为原动力的“拉式”供应链管理,也就是更加重视客户。也就是以顾客的需求为大前提,透过供应链内各企业紧密合作,有效益地为顾客创造更多附加价值;对从原材料供应商、中间生产过程到销售网络的各个环节进行协调;对企业实体、信息及资金的双向流动进行管理;强调速度及集成,并提高供应链中各个企业的即时信息可见度,以提高效率。同时两者的结合实现了企业间相互信任,保证信息高质量、高安全性、高可靠性使各企业同步协调高效率地为顾客提供具有成本优势、差异化优势的产品和服务,满足了顾客个性化。scm集成供应商、生产商、销售商的资源优势、技术优势、配送优势、响应优势、成本优势,通过建立与他们之间的合作伙伴关系保证信息流、资金流、物流、服务流安全顺畅流动。IoCalHoST供应链管理系统与crm的整合实现整体优化的自动化管理系统;为关键顾客和合适顾客提供个性化、高价值产品和服务;获得顾客信任与顾客建立长久稳定的关系;促进crm成功,使顾客、企业和股东价值大化。所以,从这个角度讲,二者的整合具有极大的必要性。

三、供应链管理与客户关系管理整合过程把供应链管理与客户关系管理进行整合之后,得到如下的概念模型图(见图2)图2 供应链管理系统与客户关系管理系统整合概念图在实施供应链管理与客户管理整合过程中主要包括以下几个方面:(1)进行营销和供应链的调查。企业要了解他们客户价值的主导者、客户需求、客户关系管理过程、供应链设施和供应链管理和客户关系管理之间的连接点和切断点。(2)决定一体化管理的目标。根据企业的财政目标,企业决定一体化管理的长期和短期目标,要注意供应链管理和客户关系管理存在的目的。(3)分析和确认差异。这里,企业要分清分析目标和调查结果之间的差异,然后确认他们的强点和弱点。(4)确切的阐述整合战略。这个阶段是非常关键的。因为在这个阶段,企业将决定怎么接近一体化管理,即决定实行方案。企业要决定他们用什么方法来追求供应链管理和客户关系管理的优化。同时,也要考虑一体化带来的效益。(5)计划初步一体化和培训。根据一体化管理战略,企业可以确定实行战略的初步计划。初步计划围绕从系统一体化到新库存计划系统,而且为了一体化管理初步的成功,培训是非常关键的要素。(6)决定实施顺序。企业要重视初步一体化,而且要建立逻辑的初步一体化顺序。(7)设立评估指标。这个阶段非常重要,因为这个过程影响到整个一体化过程。如果企业实行不合理的评估指标的话,投资将不能获得良好的效果。设立评估指标是一种持续的过程,而且需要不断地改善。(8)跟踪结果和修正

目标。企业要按照规定的标准评价计划实施结果。这种标准或者建立在企业一体化管理目标的基础上或者是竞争者的绩效水平或者两者皆有。根据实行的结果,企业可以再建立自己的目标。四、小结供应链系统和客户关系管理系统的融合,在很大程度实现了供应链以及企业的透明化。单方面来讲,客户关系管理是专注于销售、营销、客户服务和支持等方面,在这方面会更全面、更进一步。同时它的运作可以完善供应链管理流程。crm正是通过管理与客户间的互动,努力减少销售环节,降低销售成本,从这个角度也是对供应链管理系统的一种提升,并实现终效果提高。参考文献:[1]程刚.影响客户关系管理系统实施成败的关键因素分析.情报杂志,2003.39-41.[2]齐佳音,李怀祖.客户关系管理(crm)的体系框架分析[j].工业工程,2002.[3]邵志锋.供应链管理和客户关系管理的一体化.采购与供应管理,2007.10.

B 2 B模式的电子商务供应链管理系统研究与应

[摘要] 本文提出一种基于B2B模式的电子商务供应链管理系统的框架(B2B-SCM),该系统框架主要以供应商、制造商、销售商为核心,同时包括银行、物流商和认证中心等参与者,解决了电子商务供应链管理中脱节的现象。笔者根据该B2B-SCM框架,实现了某汽车生产厂商及其企业合作伙伴的电子商务系统,在实际应用中取得了较好的效果。[关键词] B2B 供应链 电子商务 一、引言 供应链管理(Supply Chain Management,简称SCM)是一种集成的管理思想和方法,它把供应链上的各个企业作为一个不可分割的整体,使供应链上各企业分担的采购、生产、分销和销售职能成为一个协调发展的有机体。随着电子商务的进一步发展,企业的商业竞争将会越来越激烈,不只是单独企业间的竞争,而将是包括电子商中整个供应链间的竞争。然而,我国许多企业的经营理念、交易方式等均没有与国际接轨,加快供应链管理已成企业的当务之急。因此,本文结合供应链管理,设计出一种基于B2B模式的电子商务系统框架(B2B-SCM)。二、B2B-SCM框架 通过对电子商务供应链管理系统的研究,将电子商务供应链中各个环节集为一体,成为协调发展的一个整体,本文提出的B2B-SCM的框架图如图1所示。该B2B-SCM系统是以制造商为中心的电子商务系统,系统的服务器和数据信息集中部署(通常考虑部署在制造商Intranet中),主要参与者包括制造商、供应商、销售商和物流商,通过访问该系统完成各自的业务功能,并实现相互间的协作活动。银行和认证中心(CA)等辅助参与者与本系统通过特定的网关、接口或协议实现交互和协作。整个系统的供应链流程如图2,其中:

销售商查询产品信息是指销售商通过网站查询或通过厂商的电子邮件获得厂商产品信息。

(科教作文网<http://zw.NSEaC.com>编辑发布)

销售商提交订购信息是指销售商提供自己的订购信息,包括所需产品的名称、规格、数量等。

厂商确认是指厂商根据销售商订购信息进行谈价。厂商与销售商协商签订合同是指厂商与销售商协商合同细节,并签订合同,该部分可能包括传统的手工合同。自动/计划生成需求信息发布是指生产总调度根据市场需求或销售商的需求确定生产计划,采购部根据生产计划确定采购信息并通过网上发布,包括部件名称、规格、数量、交货时间及其它相关信息。

供应商查询需求信息是指供应商通过网站查询或通过厂商的电子邮件获得厂商采购信息。供应商提交竞标信息是指供应商提供自己的竞标信息,包括所提供部件的名称、规格、数量、交货时间、交货方式及其它相关信息。厂商评标是指厂商根据供应商竞标信息选择供应商。厂商与供应商协商签订合同是指厂商与供应商协商合同细节,并签订合同,该部分可能包括传统的手工合同内容。合同执行是指厂商与供应商均可通过电子商务系统查询并追踪合同的执行情况,包括发货情况、到货情况、付款情况、到款情况等。