



中 远 物 流 营 销



21现代物流管理一班

冀先哲、胡兵、陈相瑞、杜明坤

目录

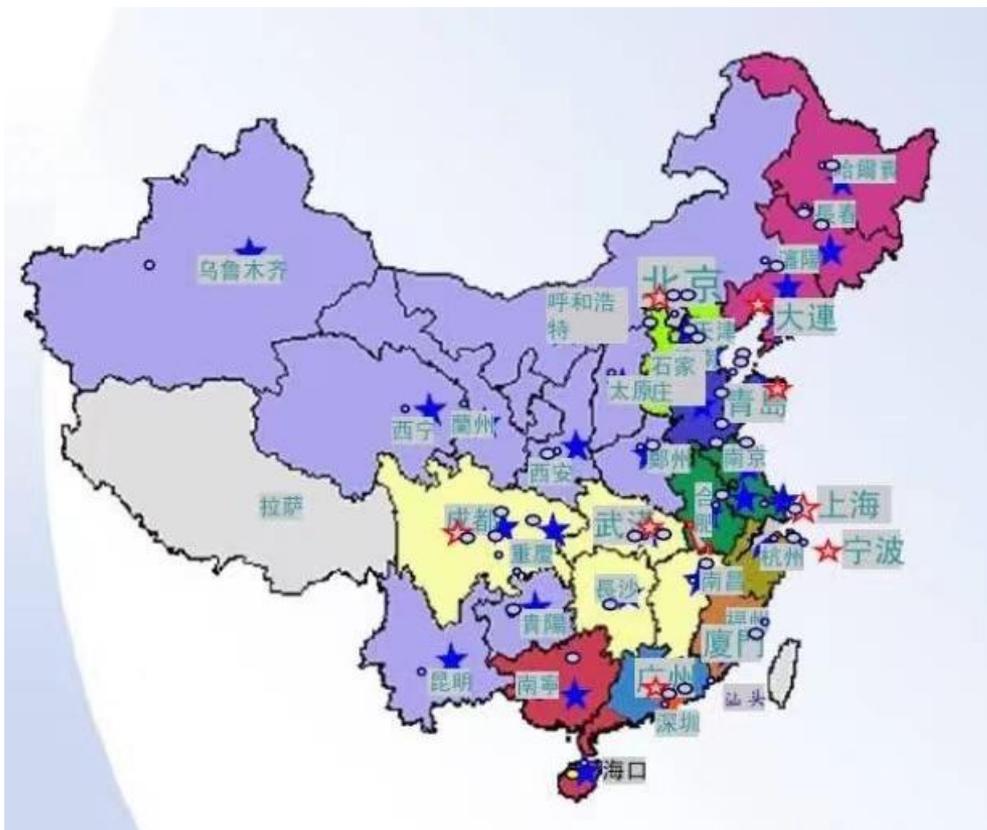
01. 公司简介
02. 中远营销策略
03. SWOT分析法
04. 改进方案
05. 小结

公司简介

中国远洋物流有限公司中国远洋物流有限公司，以“做最强的物流服务商，做最好的船务代理人”为奋斗目标，致力于为国内外广大客户提供现代物流、国际船舶代理、国际多式联运、公共货运代理、空运代理、集装箱场站管理、仓储、拼箱服务、铁路、公路和驳船运输、项目开发与管理以及租船经纪等服务。公司连续三次在“中国货运业大奖”评选中，荣获多项最佳奖。



企业简介



中远物流下辖北京，大连，青岛，上海，宁波武汉，厦门，广州八大区域公司，分别在29个省，市，自治区建立上海了400多个分支机构，形成了功能齐全的网络服务体系。

遍布全球的海外网络

- 依托中远在全球160多个国家和地区、1300个港口的公司和代理机构，形成了以北京为中心，以香港、日本、韩国、新加坡、美国、欧洲、澳洲、非洲和西亚等九个区域为辐射点的全球业务网络。



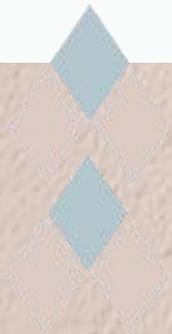
合作伙伴





中远营销策略

中远集团:远洋路上的公益旗帜，中远集团一直积极响应国家有关政策，大力参与国家关于援藏、扶贫的各项工 作，倡导并投身于各项公益、慈善事业。几年来，中远集团先后为当地人民修建了希望中学、希望小学，修建了近百公里扶贫公路。



援助抗冻救灾捐款

- 2008年1月份以来，我国遭受到了历史罕见的大范围雨雪冰冻灾害，湖南、湖北、贵州、广西、江西、安徽等地区出现持续低温、雨雪和冰冻极端天气，给受灾地区群众生产生活带来了严重影响。为帮助受灾群众战胜冰雪灾害，渡过难关，中远集团、中远慈善基金会通过国家民政部，向雨雪冰冻灾区捐款1000万元人民币，用于援助灾区抗冻救灾工作和改善受灾群众基本生活。



• 支援高州市马贵镇甘涌小学灾后复学
捐资助学



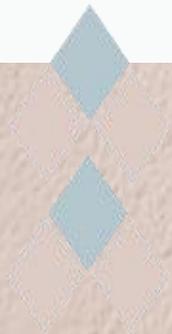
• 捐助青藏铁路建设工地附近希望小学的学生





中远营销策略--营业推广

中远物流定位于高端市场，与大客户合作，是中远物流坚守多年的策略。这不仅为其带来了稳定而丰厚的利润，也使他们在一些细分市场建立了无可撼动的地位。



中远营销策略--营业推广

- 在中远物流已经明确的6大战略细分市场中，包括家电和电子、化工、航空、电力、会展、供应链等，无一不是具有专业性强、技术含量高、附加值高等特点的高级“赛场”。中远物流公司为上海别克、一汽捷达、神龙富康、上海桑塔纳等扩供进口汽车散件服务，并且为沈阳金杯提供物流服务，与众多汽车厂商建立了良好、广泛的形象。中国物流与海尔、科龙、小天鹅、海信、奥柯玛以及长虹等企业建立了紧密的合作关系。中远与科龙和小天鹅合资成立安泰达物流有限公司，这是我国首家由生产厂家与物流服务商组建的家电物流企业。在国家重大建设项目流方面，中远在两年中先后中标，承担了秦山核电三期工程，江苏田湾核电站和长江三峡工程的物流运输项目，为国家重点工程建设作出了重要贡献。大连—长春、天津—西安、上海—重庆、上海—成都、青岛—郑州—西安、昆明—黄埔的6条全集装箱“五定班列”的运行初步形成了中远“两纵四横”的海铁联运通道，为内陆货物的出运提供了便利条件。同时，还利用自身的利条件在长江水系和珠江水系构建了支线体系，有力地支持了干线班轮运输业务。

中远营销策略-人员促销

人员推销是中远集团的主要促销手段，集装箱的顾客是一些特定的消费者-货运代理人，无船承运人和直接发货人，在大众媒体上如电视做广告促销，其效能不明显，中远集运凭借中国本土的300多个网点，海外的180多个网点，将中远集团的“产品”和服务推荐给这些顾客



中远物流营销策略-广告



- 由于集装箱运输面对的不是普通消费者而是大的货主，货运代理，因此中远集运的广告宣传集中
《Containerisation International》，
《集装箱化》《中国远洋》《世界海运》《水运管理》《航运公告》等港。航专业杂志上。

中远物流的不足

- 中远物流是在全球范围内进行信息的整合，面对复杂而繁多的信息，必须加以筛选、加工和处理。同时对于企业的风险处理的相关技术要求高，一旦信息无法及时协调将给企业带来不可估量的损失。中远在信息风险防范管理方面缺少应急预案，对于应急事件没有给出具体的风险处理体系制度，这样就为日后很可能出现的风险处理埋下了伏笔。中远物流的集中和分散的管理模式，在具体操作过程中缺乏精细化。物流工作组只能提供战略及战术上的定位支持，而对于生产的第一线的作业无法很好的监测和控制，这务必影响战略、战术的执行，为企业带来损失。

SWOT分析法

优势(strengths):

- (1) 中远物流依托中远集团的一批素质过硬的公共物流与船舶代理专业队伍，使其决策能力、企业管理水平和资本运作能力不断提升，这就决定了中远物流目前在国内物流市场的领导地位。
- (2) 中远物流具有发展现代物流的物质保证。
- (3) 中远集团具有良好的全球构架，能够提供全球服务。
- (4) 中远有很好的客户基础和合作伙伴。

劣势 (weakness):

- (1) 风险处理能力低。
- (2) 电子商务、信息系统方面的劣势。
- (3) 存在管理的集中与分散，精细化欠缺。
- (4) 涉及业务多 优势市场定位不明确。

SWOT分析法

机会(opportunity):

- (1)国家政策带来新机遇。
- (2) 巨大的潜在市场需求。
- (3) 入世后的机遇入世后,国内市场的逐步开放,我国企业在降低成本和提升核心竞争力的压力下,将加大对物流外包的需求: 国外物流公司的涌入,也将激发本土企业借鉴和学习先进的经营理念,寻求新的发展空间。

。

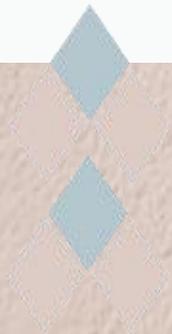
威胁 ((threat):

- (1) 自身经营管理不当。
- (2)当今领先跨国公司正在推进的向全球公司的系统和战略转型, 跨国公司之间的竞争从过去主要是硬件竞争同时上升到软件竞争等, 如应对不当, 都将对中远的可持续发展带来重大风险和挑战。



改进方案

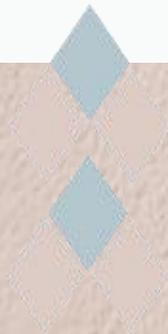
- 1 .调查了解顾客的需求和期望。追求高指标的客户满意度，追求卓越的客户感受，需要先了解客户需求期望，控制客户期望和感知来实现。
- 2 .分析企业的基本情况，并制定企业的营销模式，为企业提供一种全局观点和提供一种由表及里的提供质量的途径。
- 3 .结合质量维度，分析企业的服务能力和服务需求之间可能存在的问题，并提出解决的办法。
- 4. 从顾客方面考虑，增强顾客的有效参与和提出吸引并保留目标顾客的有效措施。





改进方案

5、建立系统的物流服务营销体系，应当建立专门的客户物流服务营销部。部门内将售前服务和售后服务业务分离，分别请专门的人员负责，增加工作的针对性。是售后服务和投诉业务，应当制定专门的投诉处理流程，耐心听取客户投诉信息，将投诉信息登记，登记后由相关负责部门核实处理，完成后,服务人员应当第一时间同客户联系，确定投诉的处理情况。物流服务营销部门应当定期对公司的物流服务营销进行总结成知识在组织内部进行共享，将过去一段时间内值得讨论的问题总结成案例在大会上共同分析集思广益，将犯过的问题总结成提醒提交给相关负责人，以便物流服务营销体系基于此而改进。

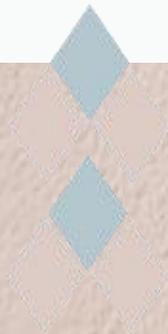




改进方案

6、提高信息化服务能力

第一，中远公司应该增加自己的服务平台。请具有专业能力的程序员或联系广告公司，基于移动设备打造客户端。客户端应当兼顾安卓系统和ios系统，为消费者提供尽可能多样而专业的服务，如查看企业信息、下单、查询订单详情、查询订单价格、查询车辆和货物情况、订单评价等，提高客户的使用体验。第二，中远物流公司应该加强运输过程中的信息化监控，将车辆的实时行驶位置接入客户端中，客户能够随时随地了解自己车辆的位置。透明的车辆行驶轨迹能够增加客户信任，从而提高客户忠诚。车辆上还应当安装监控设备，对货物的全程运输过程进行记录，一旦遇到丢件等异常问题，排查时才能有迹可循。



小结

- 企业要明确自己的市场定位，做好自主特色服务的宣传，提高服务的认知度，着力与品牌的力量，树立良好的企业象，注重顾客的沟通与互动，让其感受到公司服务的良好。总而言之就是活化终端，强化我们的市场地位。”

“没有发展战略的公司不是成熟的公司；战略执行不力的公司不是成功的公司”

——中远物流总裁叶伟龙



THANKS

