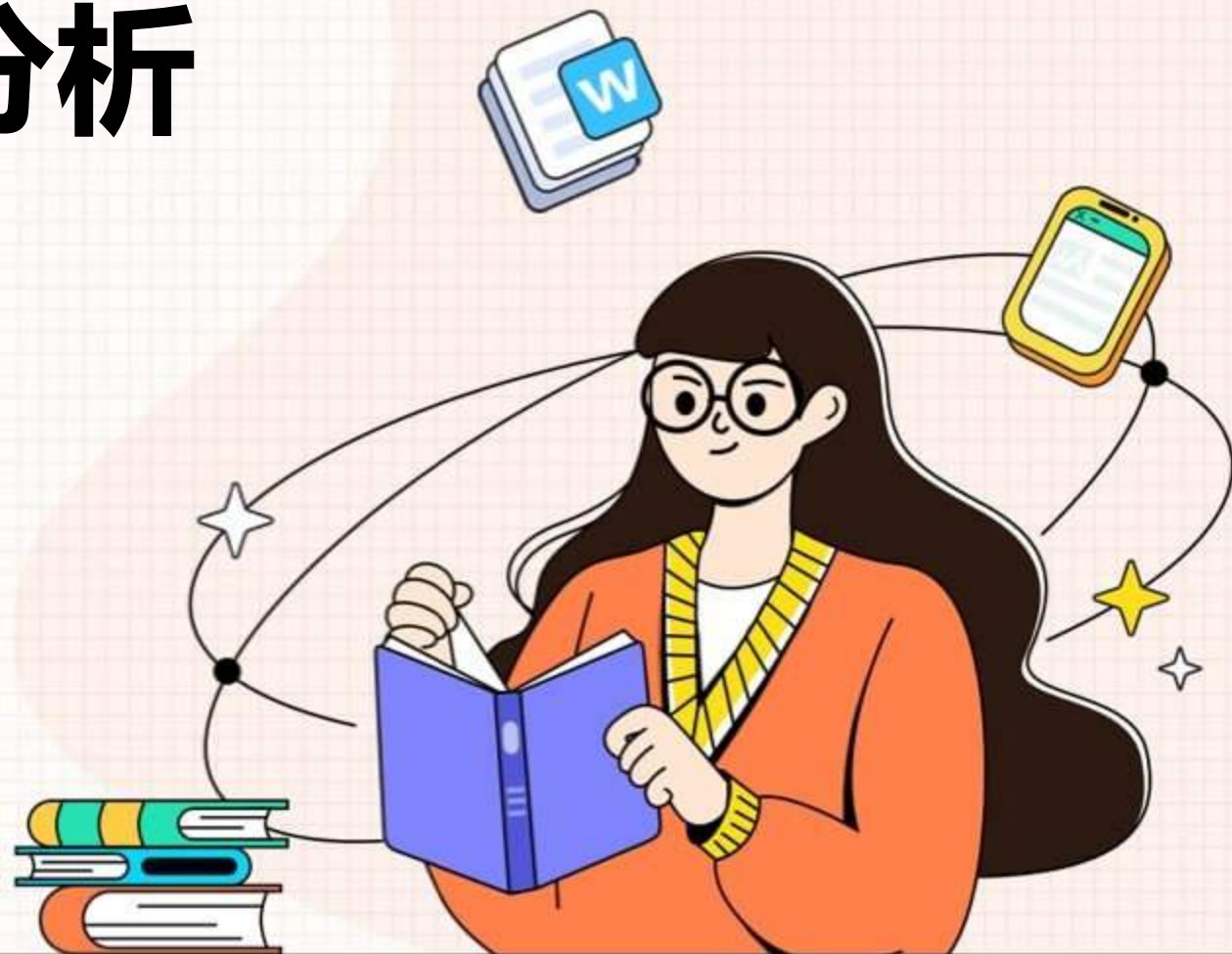


供应链营销模式分析 报告

汇报人：XXX

2024-01-19



目录

CONTENTS

- 供应链营销模式概述
- 供应链营销模式的核心要素
- 供应链营销模式的实施步骤
- 供应链营销模式的成功案例分析
- 未来供应链营销模式的发展趋势与挑战





01 供应链营销模式概述





定义与特点



定义

供应链营销模式是指将供应链管理与市场营销相结合，通过优化供应链管理来提升企业市场竞争力的一种模式。

特点

以客户需求为导向，强调企业内外部资源的整合，注重供应链的协同与效率，以实现企业整体营销目标。



供应链营销模式的重要性

01

提高企业市场竞争力

通过优化供应链管理，降低成本、提高效率，从而提升企业市场竞争力。

02

提升客户满意度

更好地满足客户需求，提高客户满意度和忠诚度，增加企业市场份额。

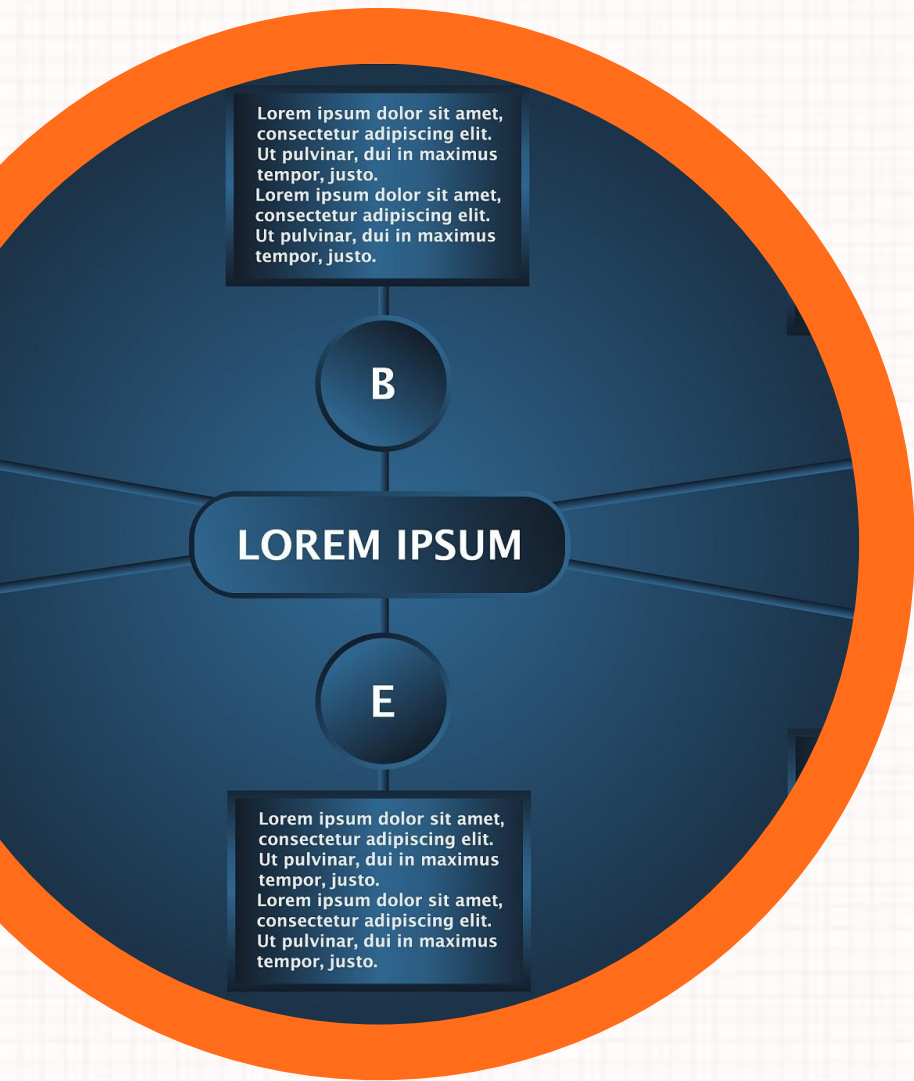
03

促进企业创新

推动企业不断探索新的营销策略和商业模式，提升企业创新能力。



供应链营销模式的类型



直接销售模式

01

企业直接与客户建立销售关系，通过物流配送将产品送达客户手中。

渠道销售模式

02

企业通过经销商、代理商等中间商将产品销售给客户，注重渠道建设和分销效率。

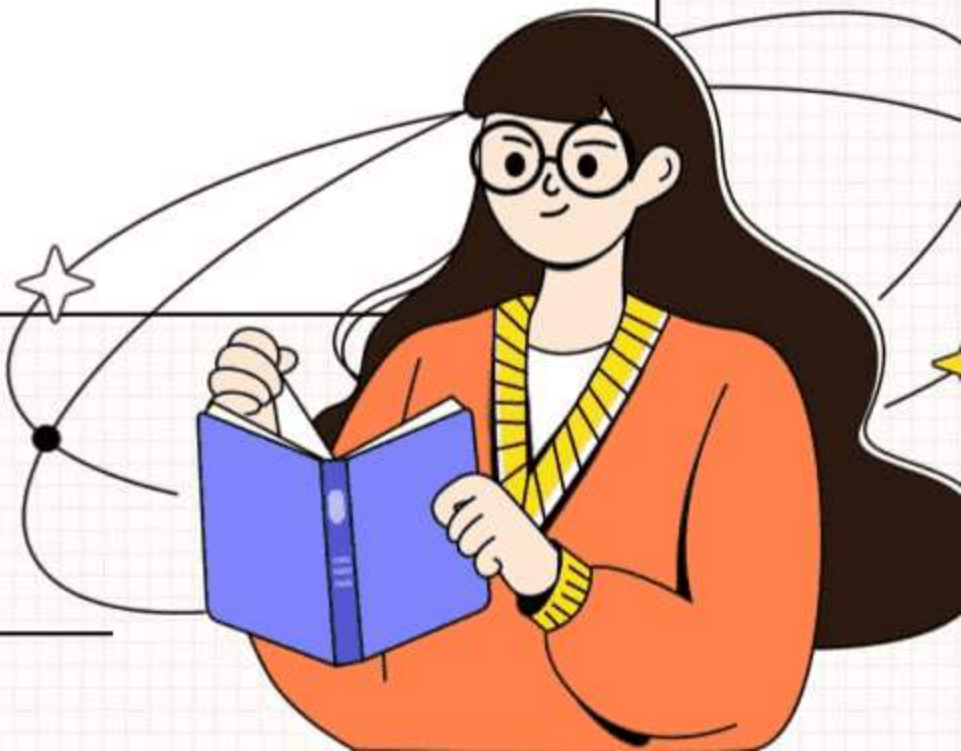
O2O模式

03

线上与线下相结合，通过线上平台吸引流量、线下实体店提供体验和服务，实现线上线下协同发展。



02 供应链营销模式的核心要素





供应商管理

● 供应商选择

选择具有竞争力的供应商，确保产品质量和交货期。

● 供应商关系维护

建立长期、互利的供应商关系，实现信息共享和协同发展。

● 供应商绩效评估

定期评估供应商绩效，及时调整合作策略，提升供应链整体竞争力。





库存管理

安全库存设定

根据市场需求和产品特性设定安全库存，确保生产连续性。

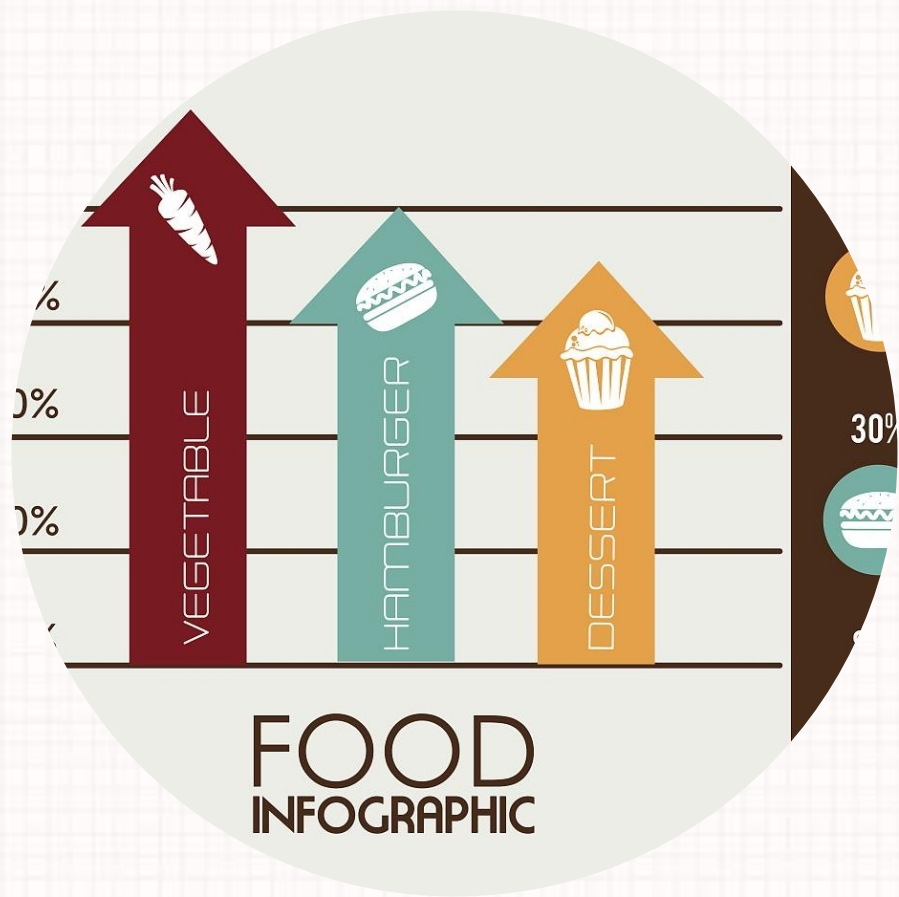
库存控制

采用先进的库存控制方法，如ABC分类法、实时库存更新等，降低库存成本。



库存预警与调整

建立库存预警机制，及时调整生产和采购计划，避免库存积压和浪费。



运输方式选择

根据产品特性和运输需求，选择合适的运输方式（如陆运、海运、空运等）。

物流网络优化

优化物流网络布局，降低运输成本，提高运输效率。

物流信息管理

建立物流信息管理系统，实现物流信息的实时跟踪和查询。

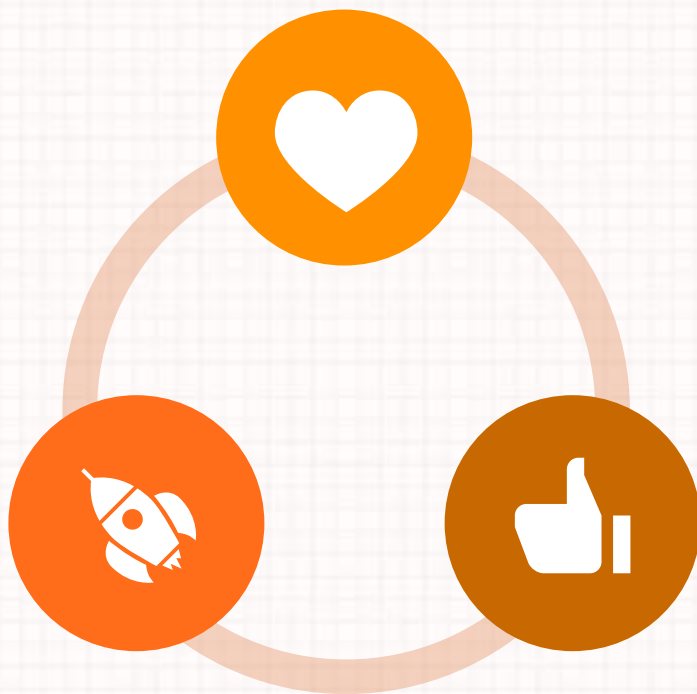


分销渠道选择

根据市场特点选择合适的分销渠道，如直销、经销商等。

销售策略制定

制定有针对性的销售策略，提高产品市场占有率。



销售绩效评估

定期评估销售绩效，调整销售策略，提升销售业绩。



客户关系管理

客户信息收集

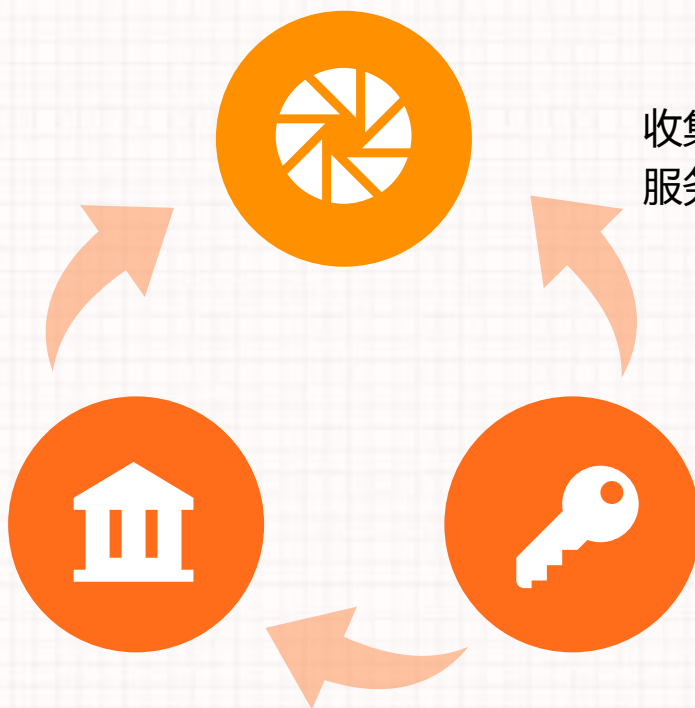
收集客户基本信息、购买记录等，为个性化服务提供依据。

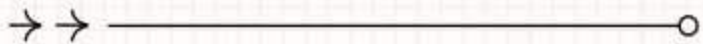
客户忠诚度培养

通过个性化服务和持续跟进，培养客户忠诚度，降低客户流失率。

客户服务质量提升

提供优质的售前、售中、售后服务，提高客户满意度。





03 供应链营销模式的实施 步骤





市场调研与分析



确定调研目标

明确市场调研的目的，是为了了解市场需求、竞争态势还是供应链状况。



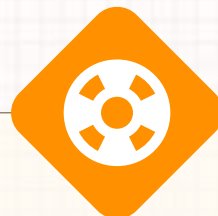
数据收集

通过问卷调查、访谈、公开资料等多种方式收集数据。



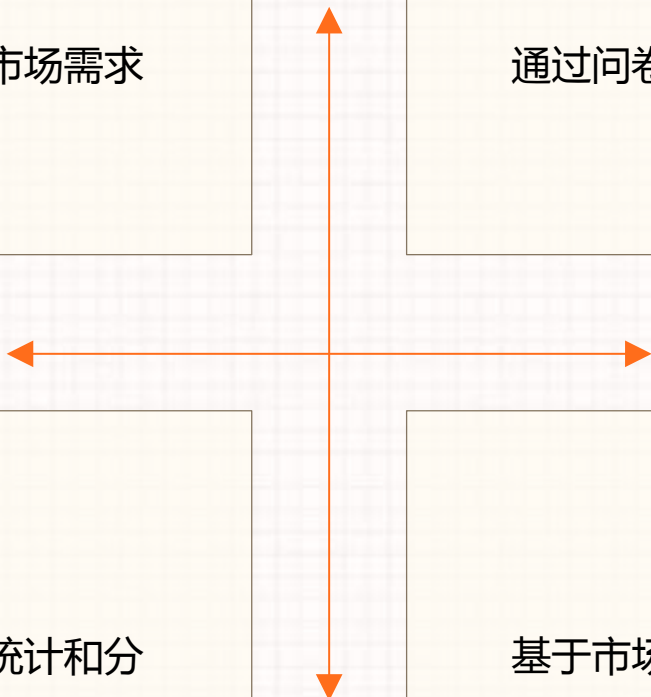
数据分析

对收集到的数据进行整理、分类、统计和分析，提炼出有价值的信息。



制定策略

基于市场调研结果，制定相应的供应链营销策略。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/648117142037006052>