

<<汽车行业经销商业务管理系统>>

图书基本信息

书名：<<汽车行业经销商业务管理系统>>

13位ISBN编号：9787121115554

10位ISBN编号：7121115557

出版时间：2010-8

出版时间：电子工业出版社

作者：彭俊松

页数：419

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<汽车行业经销商业务管理系统>>

内容概要

本书是国内第一本专门研究和介绍汽车行业经销商管理系统（DMS）理论及其信息系统的专著。

书中从目前国内外汽车行业销售与售后服务渠道的现状出发，围绕着经销商的业务需求，特别是目前国内的经销商在信息化建设上面临的困境，同时也适当兼顾整车厂的国家销售公司（NSC）的需要，从经销商集团层面的业务整合与创新，以及经销商门店层面的业务管理与优化两个角度，基于SAP汽车行业的销售与售后服务解决方案，介绍如何打造真正属于经销商自己的IT平台，帮助经销商实现自己的战略和目标，实现与厂家的双赢。

本书不仅可供各种类型的汽车行业经销商（零售商、维修站、4S店、快修店、二手车门店）、进口商、整车厂销售公司、配件供应商、汽车金融公司里从事汽车销售、信贷、市场、售后服务、客户关怀、渠道管理工作的管理和业务人员阅读，以及作为从事相关信息化建设的人员的指导，对于从事汽车行业其他领域的专业人员，也有着重要的参考价值。

<<汽车行业经销商业务管理系统>>

书籍目录

导读11?业务和IT：经销商面临的双重困境12?转变：从厂家导向的DMS转向经销商导向的DBM33?全书内容概要4第一篇打造属于经销商自己的IT平台8第1章以经销商为主体的汽车行业销售与售后服务市场81?1本章导读91?2全球汽车行业经销商的概况91?2?1经销商存在的必要性91?2?2经销商的定义和规模101?3国内外汽车厂家的销售渠道101?3?1美国汽车厂的销售渠道111?3?2欧洲汽车厂的销售渠道131?3?3韩国汽车厂的销售渠道181?3?4日本汽车厂的销售渠道181?3?5国内汽车厂的销售渠道191?4国内外汽车行业的售后服务渠道221?4?1国外汽车行业的售后服务渠道221?4?2国内汽车行业的售后服务渠道241?4?3厂家在售后服务市场的角色241?5汽车销售和服务渠道的发展动向251?5?1对后市场的关注261?5?2整车厂进入销售和服务领域271?5?3整车厂的品牌战略271?5?4销售和服务产业的横向一体化与品牌化经营281?5?5销售和服务产业的纵向一体化和专业化291?5?6汽车销售渠道的扁平化291?5?7互联网对传统销售模式的影响301?6经销商集团的发展311?6?1国外经销商集团的发展311?6?2国内经销商集团的发展33【案例1】英之杰Inchcape（英国）：采用SAP经销商业务管理DBM搭建统一的业务平台34第2章经销商的业务和信息系统概况402?1本章导读402?2经销商的业务特点概述412?2?1经销商是厂家重要的合作伙伴412?2?2经销商的管理水平决定了经销商的赢利能力422?2?3建立合作共赢的厂家-经销商关系432?2?4建立紧密的经销商-客户关系452?3经销商信息系统的发展和现状452?3?1DMS和DCS是经销商信息系统的两大类462?3?2经销商通信系统DCS的产生和发展472?3?3经销商管理系统DMS的产生和发展502?4 DCS和DMS之间的关系512?4?1厂家的DCS不能取代经销商的DMS512?4?2厂家的DCS需要与经销商的DMS进行数据交换562?4?3建立公共的DCS-DMS数据交换标准59【案例2】德国曼（MAN）商用车集团及其DMS合作伙伴WEGOS：从老的DMS系统向SAP DBM的转变之路62第3章经销商信息系统的实现策略713?1本章导读713?2整车厂的经销商信息系统推进策略：共享、集成、集中和工程化723?2?1打破整车厂和经销商数据壁垒的协同战略723?2?2从分布走向集中的架构战略753?2?3系统化、工程化的DCS-DMS实施战略773?2?4经销商的DMS实施战略：从厂家主导逐步过渡到经销商拥有78【案例3】雷克萨斯（美国）：如何建立经销商网络以及通过售后服务信息系统实现与经销商的双赢793?3经销商集团层面的信息化战略：从战略控股到战略经营843?3?1经销商集团的信息化实施战略843?3?2经销商集团信息系统的整体架构923?4独立的汽车进口商的信息化策略：搭建汽车进口销售与服务的全价值链系统933?4?1厂家对于进口车市场的不同策略933?4?2进口商系统IMS与经销商系统DMS之间的差别963?4?3进口商系统的全价值链策略98【案例4】丰田通商（南非）：SAP DBM的转变之路98第4章基于SAP汽车行业解决方案，建立经销商集团的信息化平台1034?1本章导读1034?2SAP公司简介1044?3SAP汽车行业解决方案1054?3?1汽车行业的事实标准1054?3?2多年的行业经验1064?3?3全价值链的产品1074?3?4很高的市场占有率1104?3?5支持业务网络变革1104?3?6降低总体拥有成本1114?3?7端到端的企业支持1124?4SAP销售与售后服务解决方案1124?4?1汽车销售和售后服务市场面临的挑战1124?4?2SAP为汽车销售和售后服务提供的主要价值1134?5SAP对于经销商集团的组织结构和角色的定义1234?5?1经销商集团的组织结构1244?5?2经销商的组织结构125【案例5】宝腾汽车（马来西亚）：采用SAP经销商业务管理DBM搭建统一的业务平台126第二篇经销商集团的业务整合与创新平台135第5章基于SAP VMS进行整车业务的整合与创新135?1本章导读135?2经销商集团的整车业务概况1365?3SAP VMS的主要功能1375?4SAP VMS基本的车辆采购和销售流程1405?4?1SAP VMS的主要功能1405?4?2SAP VMS的特点1415?5SAP VMS的系统流程概览1435?5?1车辆采购1435?5?2车辆销售和分销1445?5?3管理车辆和客户信息1455?6SAP VMS的整车销售功能1465?6?1销售订单管理1465?6?2客户信贷1475?6?3车辆状态管理1485?6?4销售信息管理1515?7SAP VMS的经销商门户1535?8SAP VMS与其他系统的集成1545?8?1VMS与客户关系管理CRM的集成1545?8?2VMS与索赔管理WTY的集成1545?8?3VMS与供应链事件管理SCEM的集成155【案例6】AMAG（瑞士）使用SAP VMS管理汽车进口业务157第6章基于SAP SPM进行售后配件业务的整合与创新1636?1本章导读1636?2SAP SPM解决方案概述1656?3售后配件计划1696?4售后配件采购1716?5售后配件仓储1716?6售后配件运输1726?7售后配件执行1726?7?1订单管理1736?7?2第三方订单处理1776?7?3投诉和退货1786?7?4权利管理181【案例7】卡特彼勒物流：在售后配件库存计划和订单执行上的成功经验181第7章基于SAP WTY实现索赔、车险业务的整合与创新1947?1本章导读1947?2汽车行业的索赔管理1957?3SAP的索赔管理系统概述1977?4索赔条款的定义2027?4?1索赔对象2037?4?2索赔主数据2037?5索

赔的基本处理功能2057?5?1 索赔申请的创建过程2057?5?2 索赔的类型和版本管理2087?5?3 索赔的校验过程2107?5?4 索赔的流程控制2117?5?5 索赔的财务处理2117?6 对经销商门店的索赔过程的支持2127?7 索赔的高级处理功能2137?7?1 索赔旧件的退回管理2137?7?2 索赔分拆2147?7?3 召回的处理2157?7?4 索赔结果的分析2167?8 SAP索赔解决方案的收益217 【案例8】通用汽车（美国）：基于SAP的全球索赔管理项目218 第8章基于SAP CRM的客户资源的整合与应用2238?1 本章导读2238?2 经销商集团需要什么样的CRM2248?3 客户交互中心2278?3?1 客户服务和支持2278?3?2 投诉处理2288?3?3 电子邮件响应2298?4 市场营销管理2308?4?1 市场计划2328?4?2 活动管理2348?4?3 销售线索管理2378?4?4 营销分析2408?5 客户忠诚度管理241 【案例9】丰田叉车（美国）：实时的客户销售和服务--丰田模式244 第9章基于SAP ERP的经销商集团财务管理2489?1 本章导读2489?2 经销商集团管控模式下存在的问题和对策2489?3 搭建集团统一核算平台的基础--账户结构和核算标准化2509?3?1 统一集团最末级会计科目2509?3?2 统一集团会计核算2519?3?3 使用SAP搭建集团统一的核算平台2519?4 循序渐进，逐步形成集团科学的决策分析与支持体系，推行全面预算和考核指标2539?5 建立集团资金管理、预测与监控平台2559?6 财务业务一体化平台，数据透明，实现财务在进、销、存、服务等环节的监控2579?6?1 SAP总账会计2579?6?2 SAP应收和应付账款会计2589?6?3 SAP资产会计2589?6?4 SAP管理会计2589?6?5 SAP资金管理2599?7 强化公司治理，建立集团风险预警体系2609?8 SAP是真正实现了财务与业务集成的系统261 【案例10】德国曼（MAN）商用车集团：在SAP基础上构建针对自己的需求的经销商信息化平台265 第三篇经销商门店的业务管理与优化平台271 第10章经销商门店的客户管理27110?1 本章导读27210?2 SAP DBM经销商门店客户管理概述27210?3 SAP DBM经销商门店客户的相关主数据27510?3?1 客户数据27510?3?2 客户驾驶舱27810?3?3 商业合作伙伴28010?4 门店内基本的客户管理业务28110?4?1 活动管理28110?4?2 投诉管理28310?4?3 告示28510?4?4 事实页28610?4?5 记事簿287 【案例11】Grupo Q（巴西）选择SAP汽车行业解决方案，加快经销商的成长，带动成本的下降289 第11章经销商门店的整车业务29411?1 本章导读29411?2 SAP DBM经销商门店的整车业务概述29511?3 SAP经销商门店的整车业务系统的特点29611?3?1 系统的定位29611?3?2 系统的主要功能29811?4 SAP DBM整车业务的相关主数据30111?4?1 车型30211?4?2 车辆30311?5 整车采购计划30611?6 整车采购30711?7 二手车采购30811?7?1 二手车采购的流程概述30811?7?2 二手车缺失项目的处理30911?8 整车销售30911?9 销售佣金316 【案例12】AMAG（瑞士）：使用SAP DBM管理门店业务317 第12章经销商门店的售后配件业务32812?1 本章导读32812?2 经销商门店的售后配件管理业务概述32912?2?1 厂家对于经销商原厂配件业务的管控32912?2?2 经销商在门店配件业务上的需求32912?3 SAP的经销商门店售后配件业务系统概述33112?4 售后配件的主数据管理33512?5 售后配件的替换管理33712?5?1 配件替换的定义33712?5?2 配件替换链33712?5?3 配件替换对经销商配件采购的影响33812?6 售后配件补货33812?6?1 售后配件的补货计划33812?6?2 售后配件的采购34012?7 售后配件的销售34212?7?1 售后配件销售的一般流程34212?7?2 通过经销商之间的调拨完成售后配件销售流程34412?7?3 带补货的未结订单流程34512?7?4 售后配件的销售退货流程34612?8 收银台347 【案例13】AMAG（瑞士）重组售后配件业务，加强与大众汽车的协同347 第13章经销商门店的售后维修业务35613?1 本章导读35613?2 经销商门店的售后维修业务概述35713?3 SAP的经销商门店售后维修服务解决方案35913?3?1 预约安排36013?3?2 服务执行36113?4 门店的售后维修业务的主数据36413?4?1 工时和工时目录36413?4?2 服务包36613?4?3 SAP DBM与整车厂之间的维修服务数据交换36713?5 维修服务的业务流程36813?5?1 DBM中对维修订单的处理过程37013?5?2 维修订单的发布37213?5?3 发货和过账37213?5?4 确认工时价值37213?5?5 工单分拆37313?6 维修预约和执行37413?6?1 客户来电37413?6?2 创建带工作的维修订单37513?6?3 建立工作指派并进行模拟37513?6?4 车间接受工单并执行37713?7 时间记录37713?8 索赔处理37913?8?1 索赔主数据38113?8?2 维修订单38113?8?3 分拆38113?8?4 创建索赔申请38213?8?5 偿付38213?8?6 召回382 【案例14】德国曼（MAN）的独立经销商STAIGER：使用基于SAP的经销商管理系统DBM382 第四篇展望未来389 第14章面向汽车经销商的新一代信息化平台38914?1 本章导读38914?2 经销商业务模式面临的变革39014?2?1 新兴市场的发展39314?2?2 新技术的使用39314?2?3 以客户为中心39414?2?4 客户购买偏好的改变39414?2?5 大型经销商的出现39514?3 一些对经销商系统有影响因素的发展趋势39614?3?1 客户信息的把控权39714?3?2 使用互联网进行新车销售带来的不确定性39814?3?3 多种系统的共存和互联39814?3?4 公共数据标准的发展和遇到的问题40114?4 以SAP DBM来看DMS的技术发展趋势40114?4?1 SOA平台技术的应用40114?4?2 向Web界面的演进406 【案例15】保时捷及其子公司MHP：SAP DBM的合作伙伴策略407 案例索引413 缩写414 后记417

<<汽车行业经销商业务管理系统>>

参考文献419

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>