

<<物流电子商务>>

图书基本信息

书名：<<物流电子商务>>

13位ISBN编号：9787121194474

10位ISBN编号：7121194473

出版时间：2013-3

出版时间：电子工业出版社

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>

<<物流电子商务>>

书籍目录

第一章物流电子商务概述 第一节电子商务与现代物流 第二节物流电子商务的类型与模式 第三节电子商务和物流企业 第四节我国电子商务与物流的发展 第二章物流电子商务技术 第一节计算机与网络技术 第二节数据库技术 第三节数据自动采集与识别技术 第四节自动跟踪技术 第五节其他物流信息技术 第三章物流电子商务系统建设 第一节物流信息的分析和系统设计 第二节物流信息系统的硬件设备与软件资源 第三节物流信息系统的主要功能 第四节物流信息系统的建设步骤 第四章物流网络营销 第一节网络营销的特点和优势 第二节网络营销的战略规划 第三节网络营销的主要方法和策略 第四节网络营销的盈利 第五章电子商务条件下的生产物流计划与控制 第一节生产物流概述 第二节OPT与生产物流管理 第三节准时制物流(JIT) 第四节企业资源计划(ERP) 第六章物流电子商务的业务功能 第一节综合管理功能概述 第二节采购管理系统 第三节仓储管理系统 第四节运输系统管理 第五节物流配送中心 第七章电子商务下的物流客户服务 第一节物流客户服务与客户关系管理 第二节客户关系管理方案 第三节客户服务标准 第四节物流客户服务策略 第八章物流电子商务管理 第一节物流电子商务的组织管理 第二节物流电子商务的运行管理 第三节物流电子商务的战略开发 第四节物流电子商务的人力资源管理 第五节物流电子商务的安全管理 附录A五部委联合印发《关于加快推进信息化与工业化深度融合的若干意见》 附录B商务部关于确认首批国家电子商务示范基地的通知 附录C商务部办公厅关于印发《2012年商务系统食品安全工作要点》的通知 附录D商务部办公厅关于印发《2012年电子商务工作要点》的通知 附录E国家发改委等八部委联合发布关于促进电子商务健康快速发展有关工作的通知 参考文献

章节摘录

版权页：插图：对消费趋势的分析有助于企业开发适销对路而且无价格风险的新产品；对竞争对手经营策略的分析有助于企业有的放矢、有针对性地制定对策；对市场状况的分析有助于企业了解和进一步开拓市场（如寻找货源和扩展销售渠道等）。

2.充分利用信息展开服务 网络环境下的信息服务有多个方面：对企业的各级管理人员来说，要利用信息优势开展各种生产、经营、管理分析，以全面提高企业管理的水平和质量。

对企业各类采购人员来说，要充分利用网络和信息优势，大范围地寻找价廉物美的货源。

对于营销人员来说，要充分利用网络技术来策划和实现自己的营销目的。

对于企业来说，要利用网站这一营销窗口，为消费者提供更多的服务，同时为企业赢得更多的客户。

对于分销商、联营企业和商业合作伙伴来说，既要充分利用网络来了解生产、经营和市场信息，又要充分利用网络来传播管理指令。

二、网络营销战略规划的制定 进行网络营销战略规划需要考虑以下几个方面。

（一）定位网上的营销目标 市场定位是整个网上营销的基础，如何准确客观地进行网上营销的市场定位，必须搞清以下几个关键问题。

1.产品或服务是否适合在网上营销 判断产品或服务是否适合在网上营销，一般来说，标准化、数字化、品质容易识别的产品或服务适合在网上营销。

所谓标准化的商品或服务，是指这样一种商品或服务，它们很少发生变化，以至于消费者很容易识别其性能。

例如，书这样的商品非常标准，适合网上营销。

所谓数字化产品或服务，是指可以用符号表示，能利用网络传递的产品，如软件、信息资料、部分票证和电子出版物等。

所谓品质容易识别，是指产品或服务有不同于其他同类产品或服务的地方，以至于消费者很容易识别其品质。

2.分析网上竞争对手 网上的竞争对手往往与现实中的竞争对手一致，网络只是市场营销的一个新的战场。

竞争对手的分析不可拘泥于网上，必须确定其在各个领域前策略、营销手法等。

在网上，要访问竞争对手的网页，对手的最新动作，包括市场活动，会及时反映在其网页上；要注意本企业站点的建设，以吸引更多的消费者光顾；更多的竞争对手分析可在现实中实现。

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>