

申通快递案例

分析摘要：申通物流是我国内速递领域最具影响力的民营企业之一，自 1993 年成立以来，发展迅速。随着国内快递需求的多样化，申通物流不断调整战略结构，立足传统快递业务，全面进入电子商务物流领域，实现了申通快递的网络广度和深度进一步加强。

关键字：快递、竞争对手、保险

一、申通简介：

申通快递品牌初创 1993 年，公司致力于民族品牌的建设和发展，不断完善 终端网络、中转运输网络和信息网络三网一体的立体运行体系，立足传统快递业务，全面进入电子商务物流领域，以专业的服务和严格的质量管理来推动中国物流和快递行业的发展，成为对国民经济和人们生活最具影响力的民营快递企业之 进入 21 世纪之后，随着中国快递市场的迅猛发展，申通快递的网络广度和深度进一步加强，基本覆盖到全国地市级以上城市和发达地区地市县级以上城市，尤其是在江浙沪地区，基本实现了派送无盲区。

二、口号：

“用心成就你我！”“您的需求就是我们努力的方向！您的信任是我们前进的动力！您的满意是我们奋斗的目标！”公司主要承接各种非信函、样品、大小物件的速递业务，奉行“团结、务实、开拓、创新”的企业精神，以“准确、安全、周到、快速”为服务方针。经营十年来，已深得广大客户的信任和支持。在今后的岁月里，我们将一如既往地崭新的面貌、优质的服务、快捷的速度、合理的价格、安全的运作、准确的投递，服务于广大新老客户！

三、企业理念

- 1.企业价值观： 即通过快速把客户的快件传递为价值， 继而转化为企业的价值； 去最大化的提供员工展示价值的空间，来最大化实现企业的上升空间； 最大化的为社会 创造的价值， 企业也将最大化的得到的社会回报。

2.质量方针： 快速、安全、准确、周到 ， 客户的满意，申通的追求。

3.服务理念： 申通快递，一如亲至，用心成就你我

4.申通营销模式： 品牌形象统一：全网络采用统一的申通商标等形象。

服务规范统一：加盟网点采用统一的客户服务规范，保证客户服务的快件 快速、安全、准确、周到。

信息管理统一：各网点采用电脑系统，所有的管理信息在此一系统中完成数据扫描、上传和查询。总部作为系统的管理与维护者，对信息进行统一管理。

5.服务口号：对客户满意的承诺，是申通坚定的信仰，以人为本是申通永远的准则，接受挑战是申通人必备的精神，团队精神是申通网络运行的保障，帮助别人就是帮助自己，是申通人的信条。

四、申通企业当前存在的问题分析

快递公司存在一定的威胁，因为出租方拥有对其房屋价格的掌控，调整的权利，若想获得更多的利润可以提高房屋出租的价格。另外，房价的变动趋势也会直接影响出租方调整出租价格。这样一来，申通快递将会用更多的成本来租用办公楼支持公司的运转，从而利润会随之减少。

现有竞争者之间的竞争：目前申通的现有竞争者大概有宅急送、圆通、天天快递、邮政 **ems**。申通快递到目前为止还不能实现乡镇的派送无盲区，天天快递派送范围也大都不能通乡镇，而邮政 **ems** 的服务是门对门的。相对来说是对申通的一种威胁。在价格方面申通和圆通相当，只是较宅急送高。

竞争对手分析

(1)战略集团分析：我国快递行业内国有企业、外资企业竞争力相对较强，虽然企业总数在整个行业中比重相对较低，在整个行业销售收入及利润比重相对较私营企业正不断进入快递行业，但由于技术、规模等因素的影响，私营企业竞争力相对较弱，但在同城快递市场中具有较强的竞争力。未来几年，随着我国快递行业竞争加剧，行业内企业结构将出现一些变动，企业集中度将不断提高，但大型企业主要集中于国内异地、国际快递业务，私营企业小企业主要集中于国内同城快递。申通作为我国民营快递物流，以国内快递为主，其中同城快递占有较大比例。

(2)竞争对手分析：以邮政 **ems** 邮政 **ems** 中国速递服务公司为中国邮政集团公司直属全资公司，主要经营国际、**ems** 特快专递业务，中国速递服务的最早供应商，也是目前中国速递行业的最大运营商和领导者。

公司拥有员工 20,000 多人，**ems** 业务通达全球 200 多个国家和地区以及国内 2,000 个城市。**ems** 特快专递业务自 1980 年开办以来，业务量逐年增长，业务种类不断丰富，服务质量不断提高。除提供国内、国际特快专递服务外，**ems** 相继推出国内国际承诺服务和限时递等高端服务，同时提供代收货款、收件人付费、鲜花礼仪速递等增值服务。

ems 拥有首屈一指的航空和陆路运输网络。依托中国邮政航空公司，建立了以上海为集散中心航空集散网，现有专用速递揽收、投递车辆 20,000 余部。覆盖最广的网络体系为 ems 实现国内 300 多个城市间次晨达、次日递提供了有力的支撑。

ems 有高效发达的邮件处理中心。全国共有 200 多个处理中心，上海和广州处理中心分别达到 30,000 平方米、20,000 余平方米和 37,000 平方米，同时，各处理中心配备了先进的自动分拣设备。亚洲地区规模最大、技术最先进的中国邮政航空速递物流集散中心也将于 2008 年在南京建成并投入使用。

ems 还具备领先的信息处理能力。

(3)环境分析：对于中国物流业的迅猛发展，虽然快递这一块的市场比较混乱，但是仍然表现出了很大的市场空间。而对于申通快递来说，目前企业的发展状况比较好，但是从企业的盈利状况分析，企业在网点分布上仍然不够，而且在国际市场上的业务量不够。

五、解决问题的策略

1、加强仓库管理：货物应分类摆放并整齐有序，便于发放和操作；提高机械化水平，减少人工操作；构建物流信息系统，减少因人工操作而产生的错误。仓库是企业物资供应系统的一个重要组成部分，是企业各种物资周转储备的环节，同时担负着物资管理的多项业务职能。它的主要任务是：保管好库存物资，做到数量准确，质量完好，确保安全。不合格品，应隔离堆放。

2、提高员工素质：创建学习型企业的培训机制和氛围，多对员工进行专业培训；培养富有凝聚力、具有良好敬业精神、奉献意识以及团队精神的企业文化；建立适合高素质人才发挥其应有作用的使用平台和薪酬机制。高素质人才是企业整个人才和队伍的精英，他们的使用和薪酬机制的有效性和合理性对整个人才队伍素质的提升具有不可替代的示范作用，简言之就是在使用上，要充分为其创造条件并根据企业的实际情况及其自身特点为其安排适当的管理岗位或技术岗位，以使其能真正发挥其应有的作用。在薪酬设计上要充分考虑其实际贡献和示范效应，可以适当就高安排其相应待遇，从而为次高素质人才尽快达到高素质增加动力。

高素质人才的使用还有一个不能忽略的重要使命，那就是带队伍。要根据不同高素质人才的具体特点及其待遇情况为其制定带队伍计划，而最终所带队伍的效果反过来又起到了修正其薪酬待遇的作用。

3、提高服务质量：统一客服标准，对员工进行标准化培训；加强和改进网点管理，对各网点实行统一的管理标准，提高网点的准入水平；客户对服务的期待在变化，服务人员前定义的本职工作——客户服务的概念也在变化。我们需要打破常规，客户提供的在我们能力和成本范围内可以为自己加分的服务，而好的加分服务可以给客户带来惊喜，同时它在客户心目中会留下更深刻的印象。但是我们在做任何事情都要有个度，如果拿捏不好，增值服务也有可能会给客户留下不好的印象，比如认为我们专业还不够好等，所以在提供增值服务的前提一定要注重常规服务内容和增值服务的主次之分，提供的服务项目是我们能力所及，并且控制在成本范围内的。在对货物的操作过程中，轻拿轻放，按要求操作，保证货物的完整、整洁。

六、快递理赔及相关事项

为保证服务质量，我们对部分服务内容进行了服务承诺，一旦发生服务不达标，我们将使用支付宝上的专用帐号进行赔付。任何关于理赔事宜，请与“申通在线客服”联系。

违反服务承诺第3条的，经过核实，申通公司承诺赔款 10 元 rmb/票。

违反服务承诺第10条的，经过核实，申通公司承诺赔款 10 元 rmb/票。

发生乱收费的现象，经核实确认，申通公司将退还多收费用并承诺赔款 rmb10 目前我们暂不接受保价运输，客人如有需求，可建议联系当地申通网点，并走申通贵重物品专用通道（收费可能会高于一般价格）。

对未保价递送物品的灭失、损毁，按实际损失的价值赔偿，但最高不超过人民币 1000 元/票，并退赔运费。

对于非包装问题造成的破损或，除退运费以外，按买卖双方的实际交易价赔偿但最高不超过 rmb300 自发件日起在 7 个工作日内没有到达的退还运费并赔偿 10 元 rmb/票。

我们建议客户做好自身保护工作，可能的话可以将业务员电话或上门时的交谈进行录音，便于申通总公司对于服务质量的控制和可能产生投诉后的责任界定。如果属于申通公司业务员主动挑起的纷争，总公司将视性质的恶劣程度给予 10 元到 200 元 rmb 不等的补偿表示歉意。

七、使用快递时注意的事项：

1、阅读运单背书条款后再填写运单 运单及背书是消费者与快递公司之间签订的运输合同。由于没有快递行业合同法律规范或者司法解释，各地法院大多使用《经济

合同法》。但即使均依据《经济合同法》条款进行判决，各法院的判决结果也不尽相同。因此，消费者在寄递前一定要看清楚关于保险、赔偿、免责等条款。如果是每天快件量较大的客户，建议与快递公司另外签订保护自身合法利益的快递合同。

对于填写运单，要把寄件人与收件人的联系电话、收件人地址填写准确，否则可能会给派送造成麻烦，或在退回快件时找不到退回地址和发件人。

2、贵重物品要购买保险 一般价值 2000 元以上的物品，如手机、手表、电脑、照相机、首饰、高档服装、艺术品等建议要购买保险。并在保险货物名称的栏目内上正确的填写物品名称，保险金额、价值，避免理赔时产生纠纷。同时申报价值也需如实填写。有些快递运输保险是有免赔额的，如申报的保险额是 5000 元，但实际可能只赔 4700 元，其中有 300 元是免赔额。因此，一定要向快递公司咨询清楚，必要时要求其提供书面的说明。

保险费率一般为 0.1%至 1%之间，如果保险费率过高，建议与其它快递公司的价格与保险费比较后再作权衡。

3、保险：

在应客户要求并已收到投保金的前提下，中铁快运快递将代客户投保。

市内货物最高投保金额人民币 5000 d、市内货物保价费收取率为 2%；国内货物保价费收取率为 2%；国际货物保价费收取率为 2%；

八、回报社会

申通的成长和发展离不开社会的关心和支持，如今：关爱社会、回报社会更是申通的责任，她将是申通的最高企业宗旨。