

揽货的含义及特征详解

揽货是指从事班轮运输经营的船公司为使自己所经营的班轮运输船舶能在载重量和舱容上得到充分利用，力争做到“满舱满载”，以期获得最好的经营效益而从货主那里争取货源的行为。

一、揽货概述

揽货的实际成绩如何，直接影响到班轮船公司的经营效益并关系着班轮经营的成败。为了揽货，班轮公司首先要为自己所经营的班轮航线、船舶挂靠的港口及其发运到达时间制定船期表，并分送给已经建立起业务关系的原有客户，并在有关的航运期刊上刊载，使客户了解公司经营的班轮运输航线及船期情况，以便联系安排货运，争得货源。

二、揽货的特征

（一）揽货需要与客户直接接触。

揽货人员通过与客户联系、接触洽谈，可以及时了解客户对水运服务的要求，及时调整营销策略，尽量满足客户的要求。因此，揽货的方式一般都比较灵活。

（二）揽货需要与客户建立长期业务关系。

揽货是水运生产活动的重要环节，揽货人员能否及时揽到充足的货物，直接影响到水运生产活动的顺利进行，甚至关系到水运企业经营的成败。因此，与广大客户建立长期业务关系，力求稳定货源，保持货运量和市场份额，是每一个水运企业的共同目标

三、揽货的组织结构

揽货的组织结构大致可分为四种类型

（一）地区型揽货

又称区域性揽货。它是指分公司的营销经理将本公司所辖区域划分为几块，每一个销售人员分管一个地区，负责与该地区的所有客户联系并向其揽取货物。通常这种结构适用于客户较集中的情况，其优点是：1）销售人员责任明确，对所辖地区销售业绩的好坏负有直接责任；2）有利于销售人员与当地的客户建立固定联系，提高揽货效率；3）由于每个销售人员所辖客户相对集中，可以适当节省差旅费用。

（二）货主型结构

即按货主类型分配销售人员。通常水运企业的货主分为两类：直接客户与间接客户。直接客户是指各类专业进出口公司、三资企业及有进出口权的各类企业；间接客户是指各级货运代理公司、工厂和产品供应商。这种结构的优点是：销售人员可以更加熟悉和了解自己的

客户，掌握自己客户的出货规律和运输需求，其缺点是往往每个销售人员所负责的客户较分散，差旅费用较高等。

（三）航线型结构

即根据水运企业所经营的产品航线分配销售人员。如按照美洲航线、欧洲航线、地中海航线、亚洲航线等来分配专职销售人员，每一个销售人员或几个销售人员主要负责对指定航线的揽货任务。这种揽货结构要求每一个销售人员都必须十分熟悉本航线和本航线客户等的情况。因此这种揽货结构有利于向客户提供更完善的服务。优点在于销售指标明确，利于考核每一个销售人员业绩水平。

（四）货种型结构

它是指按照被运货物种类分配销售人员的揽货结构。通常水运企业所承运的货物是多种多样的，包括散货、件杂货、集装箱货、干货、冷藏或冻货等等。不同的货物，其来源不同，操作方式和程序也十分悬殊，尤其是特种货物，其操作方法和程序与普通货相比各有不同的特点和要求，而且这类货物的客户往往比较固定。因此企业可以按照所承运货物的种类来分配销售人员的任务。优点在于销售人员可以向客户提供技术咨询，便于向客户提供全面、优质服务；其不足之处是在同一市场或同一客户里可能会同时出现本企业的几个销售人员，揽货费用相对较高。