



# Expense Reduction Analysts

2012.01.10-工商時報 D4版 經營知識 <守成為盈>

## 寄送郵件也是一門成本學



為有效掌握納稅人的送單地址，提升稅單送達率，報載稅捐稽徵處每年都訂有送達標準值，與戶政機關、國稅局、中央健保局等合作無間，利用戶籍登記地址、個人綜合所得稅申報地址、健保投保單位地址等資料，逐案追查納稅人新地址以確保稅單送達，也對於棘手的欠稅案件研議解決方案。稅捐稽徵人員送達率幾乎100%，幾乎可說是信無虛發。

再來看美國郵購業，每年郵寄上百億份型錄，40%是寄給潛在的新顧客，回收率卻極低

【守成為盈】

◎文／葉益成

。許多型錄銷售業者學聰明了，不只深入研究客戶回應公司促銷活動的情形，也會針對可能購買的顧客寄送。結果，郵寄成本降了50%，回應率提高20%。

你的企業是否真有必要寄送那些郵件？若非絕對必要，寧願集中心力在其他銷售管道，例如線上銷售。

除了掌握目標族群和客戶資料，思考寄送的必要性外，善用資訊也是重點。

傳統的貨運物流公司薪水低、又累，但有物流業者打破這一刻板印象，善用各種資訊科技工具，將貨運配送電腦化，取代原有人工作業，將傳統貨運業者提升為高效率、高品質和高所得的服務業者，解決營業司機的效率問題，加快貨品篩選與提升配送效率，貨件準時送達率98%，大大提升公司獲利，讓貨運配送不再是一個靠勞力送貨服務的產業，更成為運用資訊科技的高科技服務

業。  
能夠完全、確實寄送到目的地很了不起，但是否真需要那麼快？有時，東西可能只需第2天或第3天送到即可。樣樣事事皆叫快遞的話，成本增加、利潤也就不見了。搭配選擇適當的寄送或運送方式與各種優先順序，企業利潤還可以提升，錢的效率才可以真正落實。  
(本文作者為ERAig英國毅業企業成本國際顧問集團大中華區總裁)