**读书笔记四**

紧接这读书笔记三，三中我们提到了不同的组织形式应为自己本身的壁垒问题，都是从自己的角度去努力发展，但是这种并不意味着不同组织组合到一起，所达到的综合整体效果很高，就像贸易经济学中的效用所说的那样。而系统，其实是最次要的。系统的有两个，一个是把成熟的流程固化，依靠信息化的方法提速，另一个是能够对流程的执行过程中的数据进行统计分析，形成反馈闭环，作为进一步优化流程的依据。

另外，抛开组织，流程和系统不谈，我们单纯看需求预测这件事。或者说在组织，流程和系统能力一定的前提下，我们看如何能够优化需求预测这件事。其实，需求预测肯定得从需求入手。而需求就是客户要买什么产品，市场营销学中对需求的定义就是：消费者拥有商品的购买力应且愿意支付费用，对于消费者来说，他们是否拥有足够的购买力这一点对于客户我们是不能改变的，但是我们可以改变我们的产品。背后的道理也很简单，产品的复杂度决定了预测的复杂度。通过降低产品的负责度，而降低需求预测的复杂度，进而提高需求预测的准确度，不失为一个高明而有效的做法。这就要求我们在设计产品的时候，不能让信马由缰。而是考虑供应链的响应能力，在一定范围内设计。这样，就能从根本上解决产品复杂度的问题。但是很多企业往往反其道而行之，产品型号多的自己都数不清。企业试图通过生产多种个性化的产品，满足各种类型客户的需求，但是往往事与愿违。产品做得多而不精，一个也不能打动客户。或者即使打动客户，因为客户群体总量有限，无法实现规模效应。反观很多成功的企业，只设计有限的几款产品，每款产品的型号区分也非常简单，这样一方面便于客户做出比较和选择，节省他们的购买决策时间，另一方面，也能够最大化的降低供应链执行的难度，为降低成本打下坚实的基础。

紧接着就是除了速度，我们还要关注成本，这里的成本包括采购成本，加工成本，仓储成本，物流成本，人力成本等。其中物流成本，加工成本，人力成本相对固定等等。