

专业市场经营户的销售策略提升

■ 李悦

进入电商时代以来,以网购为代表的电子商务快速发展,对传统零售业造成了较大的冲击,尤其是对于专业市场经营户来说,经营压力在逐渐增大。如何在新时期提升销售策略,促进销量的提升,也成为专业市场经营户所面临的一个重要问题。同时,也应当看到,机遇和挑战往往是并存的,电商时代的来临,也给专业市场经营户带来了巨大的机遇,关键便是如何提升销售策略,抓住这种机遇。

一、新时期专业市场经营户的销售困境

据统计,2015 年我国电子商务市场交易规模已经超过了 15 万亿元,其中网络购物所占比例达到 25% 左右,同时,在我国零售业的整体交易规模中所占比例也在不断提升。毋庸置疑的是,以网购为代表的电子商务市场快速发展,极大地促进了我国产业结构转型,也为推动我国经济增长起到了重要的作用。但是也应当看到,电子商务市场的快速发展,也对很多传统行业领域带来了极大的冲击,其中最为突出的便是专业市场经营户。专业市场经营户主要的销售渠道在于专业市场,依据店铺、摊位等形式进行销售,有的为零售,有的为批发,也有部分经营户为工厂代理点。

随着我国电子商务市场的快速发展,零售业中的很多交易也从传统市场渠道转到了电子商务市场渠道。无论是零售业,还是批发、工厂代理等等,都呈现出了这一转变趋势。在这种影响下,一些专业市场集中程度较高的渠道交易规模出现了萎缩,这也是目前专业市场经营户销售困境的一个重要体现。例如在部分产品的批发专业市场中,以阿里巴巴、网站推广为代表的电子商务市场渠道快速发展,并且呈现出了逐渐超过专业市场渠道的趋势。而受到房价、人力成本等因素的制约,专业市场经营户的经营成本在提高,而销售额则在下降。这样一来,专业市场经营户的经营压力在进一步增大,部分专业市场经营户已经进入了濒临倒闭的状态。由此也可以看出,电子商务市场的快速发展,是导致专业市场经营户目前经营困境的最大因素,也是最为直接的影响因素。事实上,对于专业市场专业户而言,相当一部分在当前已经陷入了经营困境。

木门营销新时代,新媒体发展不可小觑

在如今社会,消费者想要了解一个陌生的品牌或者产品往往都是选择去他们的官网找寻信息;且与实体店导购相比,消费者更容易相信网络上其他消费者的评价。而在企业宣传方面,互联网已经变成了各行各业最好的宣传平台。同时在新媒体不断发展和互联网技术的支撑下,很多木门企业用事实告诉市场,木门行业的营销模式确实可以更新换代了。

众所周知,眼下木门行业的生意并不是那么好做的,在巨大的竞争压力下,很多木门经销商都会想尽办法去营销自己产品。而传统的木门营销模式离不开价格促销、打折、买赠、优惠券、代金券等等,或者某些经销商也会使用一些比较先进的方式——打广告,来扩大自己的品牌影响力。比如印传单、摆摊宣传、参加团购会等,但传统方式没办法及时且大面积地进行宣传。

在木门行业,品牌竞争是未来木门企业竞争的重点,优势品牌受投资者青睐。那么利用好互联网这个工具,巩固好品牌优势,提升品牌竞争力是木门企业首要任务。已经在互联网上发展的木门企业想必都知道一个好网站的重要性,无论是企业自身官网还是投入广告的合作网站,都是木门企业展示自身形象、发布产品信息、联系网上客户的新平台、新天地,它也是木门企业实现互联网营销的门面担当。就拿企业的官网来说,一个具有图文并茂,实时互动,信息量大等优点的木门企业官网,定会比那些简单呆板的官方网站更能让消费者接纳和信任。所以合理利用网络的力量不但可以加强木门企业自身的品牌影响力,还可以让更多的潜在客源成为真正的合作伙伴。

在这个互联网充盈消费者日常生活的时代,木门企业若不能顺应时代的潮流,必然会受到市场的质疑,更有甚者会逐渐淡出消费者的视野。因此,为了更好地发展,木门企业要抓住时代赋予的武器,利用好新媒体,做好广告宣传以及促销活动。

(门业)

二、提升销售策略的意义所在

销售策略对于专业市场经营户的销售额有着直接的影响,甚至对于专业市场经营户而言,销售策略已经成为了影响其经营发展的关键因素,只有针对市场环境和经营特点,选择适宜的销售策略,才能够得以生存和发展。特别是在当前的环境下,电子商务市场的快速发展,极大地影响了专业市场经营户的发展,在这一背景下,应当针对电子商务时代的新特点,选择相应的市场销售策略,打破传统的销售策略体系。很长时间以来,专业市场经营户的销售策略基本上已经固化,无论是零售经营户,还是批发经营户,其渠道客户数量基本上已经固定,这也是专业市场的一个重要特点。

很多批发经营户,由于在长期的经营中形成了固有的销售体系,客户群体也较为固定,往往会存在一定的渠道风险。随着电子商务时代的来临,很多客户群体的渠道平台出现了转移,从专业市场渠道转移到了网络渠道,这一过程中,一些专业市场经营户的传统客户群体数量就会下降,从而导致销售额的下降。因而对于专业市场经营户来说,在电子商务时代,提升销售策略也就更加有必要性。一方面,提升销售策略,是为了刺激销售额的提升,针对新时期的市场特点,更好的把握市场需求,将销售策略作为调和剂,提升对于客户群体的吸引力。另一方面,在提升销售策略中,也是为了促进专业市场经营户走出当前的经营困境,更好地应对电子商务市场快速发展的冲击,体现出展业市场在销售渠道方面的一些优势。

三、专业市场经营户如何提升销售策略

1. 打造“小而精”的销售体系。

针对当前的外部市场环境以及专业市场经营户的经营特点,打造“小而精”的销售体系,是提升专业市场经营户销售策略的重要途径。所谓“小而精”,也就是指专业市场经营户在销售策略提升中,应当发挥出自身的优势。虽然专业市场经营户在渠道规模和经营规模方面普遍比较小,相较于大型的零售商和经销商而言有着很大差距,但是专业市场经营户同样有着专业化程度高、灵活性高等特点,因而要打造这种“小而精”的销售体系,关键还是针对实际情况,充分发挥应有的优势。专业市

场本身在商品经营方面就有着较高的专业性和集中性。因而专业市场经营户的最大优势,也正在于这种商品的专业性和集中性。特别是在专业市场批发经营户方面,由于一些商品形成了影响力,会吸引大量有着同样需求的客户群体来专业市场采购。

从中也可以看出,这种“小而精”的销售体系,关键在于形成一种完整的专业商品体系,并且在这种商品体系中应当提升其商品体系的核心竞争力,包括品质、价格等方面的优势。另一方面,专业市场经营户在经营过程中,还应当注重在销售策略方面进行相应的调整,特别是在商品策略方面,应当符合“小而精”的定位。为了避免某一专业市场内的恶性竞争,经营户可以在经营商品方面有不同的侧重,虽然这些经营户的经营商品属于同一序列,但是可以分属不同的类别,不但可以实现“小而精”的竞争策略,也能够有效地避免专业市场内的恶性竞争。并且在这一过程中,专业市场经营户也应当积极进行销售模式和经营模式的创新,以更好地适应市场需求。

2. 把握需求,精准营销。

专业市场经营户在提升销售策略中,应当正确把握市场需求,开展精准营销策略,针对市场需求情况,在销售产品方面进行相应的调整,特别是对于一些市场需求的变化情况,积极采取相应的应对措施。精准营销策略的实施,关键在于正确把握市场需求。首先应当对市场进行细分,结合经营户自身的商品业务情况和外部市场环境情况,选择适宜的目标市场。其次,则是应当注重对于市场需求变化的预期等方法,判断市场需求的变化情况,从而能够有针对性地采取相应的营销措施。再次,在精准营销策略的实施中,专业市场经营户同样需要对营销策略进行动态的调整,并不是在精准营销策略制定后,其销售策略就不再调整 and 变化,而是应当针对市场需求情况的变化,及时地进行市场销售策略的调整,例如在目标市场的选择方面,就可以进行相应的改变。

整体来说,正确把握市场需求,也是专业市场经营户在经营发展战略方面本质性的调整,改变传统的以产品为导向的市场销售策略,而是建立起以市场需求为导向的市场销售策略,这对于提升专业市场经营户的销售效果有着重要的作用。从这一角度,也可以看出,专业市场经营户在当前的市场环境下,很多经营户的传统市场销售策略已经难以适应

新时期的需求,需要及时的进行调整,从而在当前的市场环境下获得更好的发展。因而精准营销策略的实施,同样应当结合外部市场环境情况以及专业市场经营户的实际经营特点等相关情况,进行相应销售策略的调整。

3. 适应新时期环境特点,开拓电商市场。

应当看到,在当前的市场环境下,电子商务市场的快速发展深刻的改变了专业市场经营户的外部市场环境,对于专业市场经营户来说,这是一个十分重要的发展趋势,更是机遇。专业市场经营户本身受限于规模和实力,难以同一些大型经销商和零售商相比,竞争力不高,在销售策略的实施方面,缺乏较好的投入力度。因而进入新时期以来,专业市场经营户应当针对电子商务市场的市场特点以及自身实际情况,积极开拓电商市场,加大在电商市场方面的投入力度,这对于促进专业市场经营户走出当前的发展困境有着重要的作用。另一方面,在这一过程中,专业市场经营户也应当充分发挥出自身的竞争优势,尤其是在市场渠道方面的优势,由于很多专业市场经营户依托于一线工厂,往往有着更低的产品价格优势。借助于这一优势,积极开拓电商市场,能够取得较好的竞争优势。适应新时期的环境特点,本质上来说,也是专业市场经营户对于自身经营模式的一种调整,经营户可以同时专业市场渠道和电商市场渠道进行经营,双管齐下,并且形成线下渠道和线上渠道的配合。这样一来,专业市场经营户能够以更加灵活、高效的竞争策略来开拓电商市场,并且还应当具体的销售策略。特别是在促销策略方面进行相应的调整,从而促进专业市场经营户在新时期的发展。同时,还应当针对电子商务市场渠道环境特点,调整相应的销售方法和销售策略,灵活运用各种销售手段,促进市场营销效果的提升,从而能够有效提升销售量。

在电商时代的今天,电子商务市场的快速发展,一方面对于传统市场渠道造成了冲击,使得专业市场经营户的客户群体和销售量下降。另一方面,电子商务的快速发展同样给专业市场经营户带来了相应的发展机遇。因而对于专业市场经营户来说,最为重要的,也就是如何在新时期进行相应的销售策略调整,针对市场环境特点以及专业市场经营户的经营发展特点,选择适宜的市场营销策略,以保持较好的市场竞争优势。这对于促进专业市场经营户走出当前的发展困境,并且获得更好的发展有着重要作用。

(作者系杭州科技职业技术学院副教授)

卫浴广告营销推广一定要与时俱进



跨界营销

当传播创意没有思路的时候,不如想想别人的烦恼。如果你有办法帮助解决他人的问题,利用别人的传播资源,可能会为品牌带来更大的收获。也是一种发散思维的好方法。比如下面这个案例,是乐高做的一个科普讲座:如何应对入室抢劫盗窃。乐高选择了与警方合作,拍摄了一系列乐高风格的科普讲座,寓教于乐,既传达了品牌理念与社会责任感,又让这次营销行为不引起大众的厌烦。跨界营销思维,是未来营销人主攻的一门科目。

品牌需“用心”处理客情

新媒体影响下,品牌更需要品质“高大全”,态度“暖萌善”。“暖”指品牌方的服务内容,要“暖人心”;“萌”指品牌在新媒体传播上的内容,要有“亲和力”,用网友的语言、语气来对话消费者;“善”指品牌对社会要有责任感和回馈,传播正能量的企业,在物欲横流的社会中,更有人追随。总而言之贵在两个字“用心”。企业有诚心、良心和善心,是营销的有力助手。

与时俱进是新媒体时代变革中的第一要务。不断学习、创新是营销人一生的必修课。卫浴企业要善于利用新媒体打造品牌价值,方式与表现形式非常重要。

(佚名)

橱柜企业营销理念需灵活转变

在橱柜市场,一个品牌想要脱颖而出,扩大知名度,就必须学会做好品牌营销。品牌营销是指通过市场营销使客户形成对企业品牌和产品的认知过程,企业要想不断获得和保持竞争优势,就必须构建高品位的营销理念。

现今,橱柜企业之间的竞争已不是以终端专卖店的数量和工厂的规模为单位了。因此,橱柜企业要摆正心态,不可盲目升一线。一线品牌哪个不是经过千锤百炼,经历千辛

万苦才打造出来的。

完善的服务是为品牌赢得市场的不二法宝,客户是上帝。对二线橱柜品牌来说,占有市场重要,做好服务更重要。最近两年的确有些新动向值得注意:终端前移、前段拦截,电子商城、社区店、仓储式销售,多元化的渠道正在重新定义市场。

互联网作为一种品牌推广手段本无可厚非,但在很长一段时间里面,橱柜品牌自娱自乐似的宣传口号充塞消费者的眼球。橱

柜企业在做好品牌推广的同时,更应该真正的去专研生产、产品创新、剔除价格里面的杂质。

一个行业如果缺少了竞争,将会失去活力,但如果竞争太多激烈,那么同样会引发难以想象的行业乱象。作为行业的一员,橱柜企业应该与时俱进,结合自身发展情况适当转变品牌推广模式和思维,逐渐从渠道营销向品牌营销迈进。

(九正)

便民服务

独家代理机构:四川博纳文化传播有限公司
QQ:2581962219 收费标准:45元/行/天(13字1行)

广告热线 028-69959066
地址:红星路二段70号四川报业集团3楼310A

律师提示:本刊仅为供需双方提供信息平台,所有信息均为刊登者自行提供,客户交易前请查验相关手续和证照,本刊不对所刊登信息及结果承担法律责任。

注销公告
成都昕富祥商贸有限公司(注册号:510106000361559)决定注销,请债权人自本公告见报之日起45日内到成都市金牛区一品天下大街379号2幢1层附7号向我公司清算组申报债权债务。逾期按相关规定处理。
清算公告
经2016年6月27日股东会决议,四川红杨科技有限公司决定解散,清算组由唐发杰、尹治英等人组成。请债权人自公告之日起45日内,前往成都市金牛区金府路666号1栋29层2929号向我公司清算组申报债权债务。特此公告。
联系人:唐发杰电话:87636322
2016年7月22日

●薛彦初二代身份证(号码:511321198906093377)李兰昕二代身份证(号码:511011199004203923)于2016年7月18日遗失,自登报之日起非本人使用引起的一切责任与本人无关。
●吴敏惠位于锦江区二环路东四段36号3栋10楼3号房屋产权证编号3097002 遗失。
●四川鑫亿财富投资管理有限公司营业执照正本(注册号:510107000169965),组织机构代码证副本(代码:689049356),税务登记证正本(号码:5101007689049356),公章(编号:5101008160847),法人章宋先奇(编号:5101008160848)不慎遗失,声明作废。
●四川永发建筑工程有限公司有限责任公司李孝见川建安C(2008)0006415,陈兴怀川建安C(2007)0101914,李朝川川建安C(2009)0005414 考证遗失,声明作废。
●成都福贵馄饨餐饮管理有限公司食品流通许可证副本(许可证编号:SP5101041210002005)遗失作废。
●侯芳、马怀英、苏文兵位于金牛区五里墩东街108号2栋3单元10楼32号房屋产权证编号2517663 蓝证 2517664 蓝证 2517665 蓝证 2517664 蓝证 2517663 蓝证。
●四川宝英光电有限公司张淋二级建造师执业证书(注册号:5101062018730 经股东会决议决定注销,请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。
●成都中智创云科技有限公司国税、地税税务登记证正本(川税蓉字:510105343007642号)不慎遗失,声明作废。
●成都晟昊文化传播有限公司(注册号:510105000464939)经股东会决议决定注销,请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。

注销公告
四川依尔生网络科技有限公司(注册号:510105000470363)经股东会决议决定注销,请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司申报债权债务。逾期未至将按相关规定处理。特此公告!
●成都积极微网络科技有限公司营业执照正本(统一社会信用代码:9151010806975760XD);在中国建设银行股份有限公司成都岷江支行的开户许可证(核准号:J6510051189701,账号:51001860836051533804)及机构信用代码证(代码:G1051010805118970R)均遗失作废。
注销公告
成都朵慕莎贸易有限公司(注册号:5101062018730 经股东会决议决定注销,请债权人自本公告见报之日起45日内到本公司申报债权债务,特此公告。

注销公告
成都博鸣科技有限公司(注册号:510108000118351)股东会决议决定注销,请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司申报债权债务。逾期未至将按相关规定处理。特此公告!
●成都博丽莎服饰有限公司营业执照副本(注册号:510107000813489 和国地税税务登记证副本(统一社会信用代码:9151010806975760XD);在成都建设银行股份有限公司成都岷江支行的开户许可证(核准号:J6510063188901,账号:115832513086 和机构信用代码证全部遗失,声明作废。
●林文君位于成华区水碾河路35栋6单元4楼8号的房屋他权证(他权 0789192)遗失。
注销公告
成都百证新教育咨询有限公司(统一社会信用代码:91510105MA61R9CJ6J)决定注销,请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司申报债权债务。
遗失公告
四川省工商行政管理局2014年06月24日颁发的注册号为510000002040537的四川雅圣贵金属有限公司营业执照正本、副本(各1本)不慎遗失,声明作废。特此公告。组织机构代码证正本代码:59507579-9,机构信用代码证代码:G10510104044668004 遗失作废。
2016年7月22日