

“电商+服务”引领轮胎销售新模式

中图分类号:TQ336.1 文献标志码:D

近日,雅森国际第2届“轮胎+”的趋势高峰论坛在北京举行。与会专家表示,在轮胎生意越发难做的今天,销售商需转变营销思路,依靠“电商+服务”模式,使销售渠道扁平化,合作和交易模式多元化。

“轮胎厂商不容易,代理商也不容易,零售店更不容易。竞争越来越激烈,挣钱越来越难。造成这种局面的原因是消费者的思维方式和购买方式发生变化,传统销售模式已经无法适应当今的市场。”中国橡胶工业协会营销工作委员会秘书长雷昌纯提出,面对竞争激烈的市场,轮胎销售渠道需要更加扁平化,以获得更高的效率。在这个过程中,一些轮胎及其他汽车配件一站式电商采购平台出现了,使消费者可以更加清晰地选择和比较自己所需的产品。

青岛普惠云商科技有限公司CEO陈平提到,虽然电商模式火热,但轮胎产品与之融合得并不理想。通过电商渠道销售轮胎虽然价格公开透明,拥有完善的售前、售中、售后支持,但线下服务能力有所欠缺,覆盖力度也有待加强。未来轮胎的销售模式要向“电商+服务”方向转变。轮胎电商平台要把原来的中间经销商引入为服务商,帮助消费者解决产品选择问题;线上线下强强联合,主动化解矛盾,使合作和交易模式多元化;与轮胎厂家建立伙伴关系,让工厂提供产品及物流配送,平台提供卖场和服务支持,发挥自有的资源优势,不额外投资,不增加负担,增强双方的盈利能力。

(摘自《中国化工报》,2018-03-09)