

调结构转模式 开创发展新局

——济南勤隆电器有限公司2013年发展侧记

2013年,随着党的十八大确立了经济发展新的战略目标,国内的经济形势全面进入了新的复苏。各地城镇化进程的逐步推进,及行业结构调整带来的改革红利的释放,家电销售业界又迎来了一次全新的机遇。勤隆电器作为章丘家电销售行业的代表企业,在逐步摆脱前期货刺激政策造成的市场透支及经济萧条物价上涨导致的销售走低的同时,也积极地探索着企业发展的新途径。在刚刚过去的一、二季度,勤隆电器通过大手笔的纵向转型和积极主动的战略创新,为企业的继续发展赢得了有利的机遇。

调整结构 全面进军孕婴童市场

2013年初,勤隆电器通过慎重的权衡与考量,决定调整现有经营结构,进军综合商城业态,为公司的长远发展开辟更广阔的空间。在对目前章丘市各商圈现有地产资源进行了反复考察后,公司最终选定位于新城区核心位置的龙昌新座总面积上万平方米的物业,成立勤隆广场。该区域商圈坐落于章丘市双山大街与鲁宏大道黄金交汇处,是市区最核心的城央中轴地带。两条现代化城市主干道可速至全城各区域,毗邻章丘市政府等诸多行政机构,堪称未来商务中心、文化中心、领袖级地段,具有不可复制的优越区位价值。

巨大,于是致力于打造江北最大儿童主题综合商城的“勤隆·宝贝城”正式立项运作,8月底已经初步完成商场布局、业户招商、人员招聘等细节工作,整体装修正在紧张有序进行,预计于9月中旬隆重开业。

位于双山大街龙昌新座的“勤隆广场”综合商城,共分为三层:一楼引进章丘本土最具实力的零售超市“东方冷库”,日用百货一应俱全,实现勤隆广场人气的持久热度;二楼全方位打造儿童主题商场“勤隆·宝贝城”形成章丘市未来孕婴童休闲购物娱乐的核心集散地;三楼将设立勤隆电器“精品家电体验馆”,全新的O2O(线上线下互动)体验式购物,旨在真正引领章丘家电消费的前沿风尚!公司对经营结构的大手笔调整,兼顾了“勤隆广场”项目整体布局的合理性、科学性和前瞻性,必将使该项目成功运作,成为勤隆电器持续发展的新的源动力!

同时,公司派出了由业务高管组成的项目小组兵分多路,奔赴上海、南京、广州、深圳、北京、青岛等多地深入考察经营业态,仔细筛选经营项目。在经过细致的汇总分析后,发现综合性“孕婴童主题项目”在我省尚属行业空白,且市场上升潜力



转变模式 抢占广阔市场份额

话题再转回2013年的家电市场,随着节能产品惠民工程的结束,家电业界目前已无法再依赖大规模的经济刺激政策的拉动。据悉,政府也没有继续出台大规模刺激政策的计划,一时间,从事家电经营的商家大都陷入了忧虑和彷徨,对整个家电市场失去了信心。特别是在农村市场,经销商们在操作了几次不见成效的促销活动后,就不愿再主动出击,而是消极被动地等市场,从而使乡镇市场更加萧条。

行库存共享,物流公交,类金融合作等模式,降低了经销商的资金成本,减小了库存压力,控制了库存风险,提高了资金周转率,提升了获利空间,并将此模式通过与江苏五星控股合作向全国三、四级市场推行。

第三,转变营销模式:公司促使自身从“给乡镇经销商放货”向“教经销商用促销活动包装商品,帮助经销商销货”转变,不断创新活动宣传模式和促销模式,通过试点——完善——推广的模式,完全由勤隆电器自己投入活动宣传费用和物料制作,安排公司的业务人员,销售人员全程跟进到活动的筹备、宣传和实施过程当中,帮乡镇经销商贴海报、发单页,搭建外展桁架……通过这种方式,让乡镇经销商切实感受我们与他们合作,帮他们做销售的诚意,帮助他们树立销售的信心,激发他们销售的热情,从而实现厂家、代理商、经销商的三方共赢。

勤隆电器在作为家电销售商的同时,又是一家代理商。面对这样的状况,公司拨开了表面萧条的迷雾,把目光瞄准了城镇化推进带来的广阔机遇和乔迁新婚等刚需群体的存在,于是在经过深入细致的分析后,勤隆电器从三方面着手转变模式,突破了市场瓶颈。

第一,转变服务模式:公司加强了对渠道业务人员在规范服务、商品知识、销售技巧方面的培训,让业务人员不再只是接线生、订货员、催款员。公司要求业务人员与乡镇经销商保持密切的沟通,做到帮乡镇经销商分析市场,出谋划策,甚至帮他们进行现场销售。

调整经营结构,转变经营模式。勤隆电器再一次紧紧抓住机遇,大刀阔斧地对企业自身进行了卓有成效的调整和创新,使企业始终保持着上升的态势。勤隆电器正朝着更广阔的商业空间阔步前行,像一只搏击长空的雄鹰,不断挑战着新高度,创造着一个又一个商业奇迹!

第二,转变合作模式:对原有的供销合作模式进行质的转变,引进B2B模式,与经销商实

