

国内钢材销售渠道策略的分析与探讨

吴争艳, 杜磊, 马新星

江苏永钢集团有限公司 江苏苏州

【摘要】 钢材的销售渠道在整个钢铁行业中占有重要地位, 随着市场竞争日益激烈, 企业只有不断完善自身产品, 提高自己竞争力才能不被淘汰。本文对我国钢材销售渠道现状进行了分析和研究, 根据这些具体情况提出相应建议, 以此进一步提升企业核心竞争力水平。相关人员要积极开展网络化销售渠道战略; 加强产品研发能力与开发力度并制定合理价格策略, 以实现利润最大化为目的提高市场占有率。

【关键词】 钢材; 销售渠道; 策略

Analysis and Discussion on Domestic Steel Sales Channel Strategy

Zhengyan Wu, Lei Du, Xinxing Ma

Jiangsu Yonggang Group Co., Ltd. Suzhou, Jiangsu

【Abstract】 The sales channel of steel plays an important role in the entire steel industry. With the increasingly fierce market competition, enterprises can only keep improving their products and improve their competitiveness in order not to be eliminated. This paper analyzes and studies the current situation of my country's steel sales channels, and puts forward corresponding suggestions according to these specific situations, so as to further enhance the core competitiveness of enterprises. Relevant personnel should actively carry out the network sales channel strategy; strengthen product research and development capabilities and development efforts and formulate reasonable price strategies to increase market share for the purpose of maximizing profits.

【Keywords】 Steel; Sales Channel; Strategy

在经济全球化的今天, 我国钢材行业面临着机遇与挑战并存, 而渠道营销是企业经营管理活动中重要组成部分。在全球钢铁业竞争加剧、市场环境变化迅速等因素的影响下, 钢企产品销售模式也发生了巨大改变。传统的“金字塔”式生产已经不能满足现代社会对高质量高端人才和高素质专业人员要求; 单一化、粗放型的营销方式已无法适应当前市场经济发展趋势, 因此我国钢材行业必须进行渠道多元化战略管理才能应对日益激烈且严峻形势。

1 相关理论基础

1.1 营销策略的概念

营销策略是企业根据顾客需求和购买力的变化, 为消费者提供产品或服务, 以实现经营目标。这是一个从生产到销售、再流通、最后消费以及一系列活动过程。其目的在于通过控制企业经营活动中所有相关因素来获取最大利润。

(1) 产品策略: 指一个企业根据自身的实际情况制定出满足消费者需要, 并为之提供相应服务或商品(服务)所采用到营销方法, 它包括市场调查分析法、价格定位法和分销渠道战略规划与设计以及广告策划等等;

(2) 渠道策略: 指如何通过何种方式与终端客户进行良好沟通, 并建立稳定、长期和忠诚的合作关系, 使顾客对其有一个清晰明确认识; 同时也要注意维护好品牌形象及产品质量等问题。

(3) 定价与促销政策: 指的是采取什么样的措施引导或影响终端客户接受企业品牌形象; 同时也要考虑到不同地区市场环境特点, 如经济发展程度等因素来制定相应的价格和广告战略, 从而达到企业的销售目标。

1.2 城市管理规划的概念

城市管理规划是指为了实现和保护生态环境的

可持续发展,在城市规划过程中,需要对区域内资源进行优化配置、合理利用。在城市建设阶段,主要以土地开发为中心,通过科学地预测土地利用动态信息来确定项目用地规模以及使用方式;需要根据当地实际情况选择合适的施工方案并组织实施;规划设计应符合国家和地方相关法律法规及技术标准要求等方面内容,对区域内资源进行优化配置、合理利用,实现经济效益最大化。城市管理规划中的工程测量阶段主要是以施工放样为核心,通过对空间、标高等方面进行精确地控制,来实现城市规划建设^[1]。

2 我国钢材销售渠道现状分析

2.1 我国钢材销售渠道经营状况

当前,我国钢材的销售渠道主要是以批发商、代理商和中间经销商为主。但是由于受到传统营销模式影响等因素影响,目前国内大部分钢企依然使用的是直销或者代加工的方式进行产品生产与经营。虽然这几年随着互联网技术飞速发展以及电子商务市场日益成熟完善使得企业能够在网络上对自己所开发品牌进行展示推广,但仍然存在诸多问题:首先,销售渠道管理不规范;其次,没有统一标准和明确指标体系;最后,缺乏专业化人才队伍。这些问题的存在,一方面不利于钢企在竞争激烈市场中脱颖而出,另一方面也制约了企业产品销售渠道拓展。我国钢材行业的主要经营模式是“直营+经渠道”。所谓“直营+经销”,即企业通过自己的力量开设工厂、设立销售分公司等。其优势在于可以直接对终端消费者进行管理控制,从而保证产品质量和服务水平;同时也降低了中间商铺面建设费用与店面租金成本等等;但弊端则在于容易滋生腐败现象以及不正当竞争行为,这就需要有一个健全成熟规范化经营模式来约束这种不良风气。

2.2 我国钢材销售渠道模式

钢材的销售渠道是指产品从企业到消费者之间进行物质交换和资金循环过程中所经过的路径。我国钢材销售渠道主要有以下模式:(1)多渠道模式。从生产到最终消费,这中间经过了很多环节,包括运输、储存等。而这些过程中又需要一定数量和质量保证量的钢铁产品来支撑起整个市场需求变化情况下企业所需供应链资金流转及供求关系平衡状况等等;(2)多层代理模式:这种多层次式分销渠道

体系是指钢材从生产到最终消费的过程当中,由不同层段代理商进行合作、分工协作。钢材的多层代理模式是一种多渠道营销体系,它主要由中间商、终端客户和消费者构成。其中中间代理商又包括:钢贸公司、大型建材企业等;(3)直销模式:这种方式就是指直接进行销售活动而不需要经过批发环节就可以完成整个过程。这种方式的优势在于可以减少企业在销售活动中所需要承担的风险,同时也为钢材经销商提供了一种较为安全、高效、便捷且成本较低的模式,并且这样能够有效降低其经营管理费用^[2]。目前我国国内大多数钢贸企业都采用直销模式。但是由于市场环境变化快于传统营销渠道,所以导致其发展速度缓慢而无法适应当前市场经济下对产品多样化的要求。

2.3 我国钢材销售渠道运营成效

目前,我国的钢材销售渠道正处于快速发展阶段,在产品种类、质量以及价格等方面都有了较大提升。当前企业已经将营销理念作为核心概念进行大力宣传和推广。同时也积极引进国外先进技术与设备并结合自身实际情况不断创新优化现有生产工艺流程及经营体系;并且通过对市场需求信息及时了解到消费者偏好和消费趋势变化以及国家相关政策的调整来制定相应销售策略,以满足不同层次客户对于钢材产品、质量以及价格等方面的要求,从而实现企业营销目标。

在营销策略方面,我国已有了一些成功经验。首先,积极开展市场调研活动。通过对消费者需求、购买行为和心里因素等进行分析研究来确定产品的主要消费群体以及重点人群;其次是建立完善网络体系建设工作及推广建设工作,将企业与品牌形象相联系起来形成良好网上服务平台,定期发布信息以吸引更多客户关注自己所需,从而提高钢材销售渠道营销绩效;最后就是大力发展中间商。在营销策略方面,需要不断拓展渠道宽度,在营销策略方面,积极开展中间商的培育工作从而提高钢材产品市场占有率。

3 中国钢材销售渠道策略创新

随着时代的发展,中国钢材市场竞争日趋激烈,许多公司都意识到渠道策略对企业生存和发展至关重要。因此积极探索销售新模式、创新现有营销方式。

(1) 加强与经销商之间的信息沟通。通过定期召开会议、例会和交流会等多种形式来了解消费者需求变化情况及潜在客户资源优势, 将营销渠道策略制定得更加完善; (2) 建立健全销售体系制度以及规范运作流程, 使其能够适应多变市场形势; (3) 建立完善的售后服务体系, 使客户满意。通过以上四方面来对销售渠道进行改善, 从而提高企业利润; (4) 建立多元化网络平台在传统媒体上进行宣传推广是目前常用的手段; 但这种单一形式存在着信息传播范围窄等缺点: 一方面不利于扩大产品品牌知名度及影响力度; 另一方面也会使消费者产生审美疲劳, 影响其购买行为或最终选择其他渠道来购买钢材^[3]。

4 国内钢材销售的注意事项与未来发展方向

4.1 优化供给体制

钢材供应链的优化必须要以市场为导向, 而不是一味地追求产量, 盲目扩大生产规模。在这个过程中不仅需要企业本身不断提升产品质量、技术水平以及服务水平, 同时也离不开政府相关部门和社会公众对渠道的监督与引导, 只有这样才能真正实现供需双方的信息共享。

4.2 合理运用网络科技

随着网络科技的迅速发展, 钢材销售渠道也应顺应潮流, 利用互联网, 提高信息化管理水平。首先可以在各个地区建立自己专业化信息平台, 通过对市场需求和消费者消费心理进行分析预测来制定营销策略; 其次, 充分运用电子信息技术、计算机技术等现代科学技术手段实现产品信息共享与沟通; 最后就是要积极开发电子商务网站或网上店铺的功能及作用以及推广方式, 以此扩大钢材销售渠道网络影响力度, 提高企业知名度, 并最终达到吸引顾客购买量增加的目的。

4.3 提升销售人员素质

在企业中, 销售人员的整体素质直接影响到钢材产品质量。尤其是对钢类产品, 其营销渠道策略是否成功取决于整个团队。因此要想提高销售队伍的综合能力就必须加强员工的培训工作, 并建立起健全、有效的激励机制与考核制度, 以此来提升全体工作人员的自身素质和技能水平, 以实现人才培养战略目标; 其次, 需要不断完善公司内部管理体系及相关规章制度建设, 为企业选拔出优秀的、具

有创新精神以及有发展潜力的营销人员; 另外, 要严格考核新入职员工是否具有专业技能, 只有通过了培训以后才可以胜任工作, 对老员工进行定期考察与评估, 并做好交接班准备, 以便后期培养其素质水平提高; 最后, 需要加强对销售团队的管理, 提高员工素质, 进而增强整个钢材市场营销渠道整体水平^[4]。

5 结语

综上所述, 随着钢材市场的不断扩大, 销售渠道策略在企业经营中所发挥出巨大作用。销售渠道是连接产品和客户之间信息传递、物质形态变换及消费关系建立过程。因此对其进行优化设计有利于提高公司盈利能力同时也能帮助实现可持续发展。企业应根据具体产品特点和消费者需求制定相应的营销策略, 只有这样才能保证该公司稳定健康地向前发展并占据有利位置, 同时也为其他同类竞争者提供了借鉴意义。

参考文献

- [1] 刘丰业."国内钢材销售渠道策略的分析与探讨."中国高新技术企业.(2013):165-166.
- [2] 彭书球."基于销售策略的特点钢材销售渠道分析."经济研究导刊.(2020):66-67.
- [3] 田莉,于修为."基于销售策略的特点钢材销售渠道的探索."商场现代化.(2015):77.
- [4] 杨家法.我国钢铁企业营销渠道发展策略探讨[J].中国管理信息化,(2016):110.

收稿日期: 2022年3月18日

出刊日期: 2022年5月24日

引用本文: 吴争艳, 杜磊, 马新星, 国内钢材销售渠道策略的分析与探讨[J]. 现代工商管理, 2022,2(1): 25-27

DOI: 10.12208/j.jmba.20220007

检索信息: RCCSE 权威核心学术期刊数据库、中国知网 (CNKI Scholar)、万方数据 (WANFANG DATA)、Google Scholar 等数据库收录期刊

版权声明: ©2022 作者与开放获取期刊研究中心 (OAJRC) 所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。 <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS