

免责声明：上海矿山破碎机网：<http://www.jawcrusher.biz>本着自由、分享的原则整理以下内容于互联网，若有侵权请联系我们删除！

上海矿山破碎机网提供沙石厂粉碎设备、石料生产线、矿石破碎线、制砂生产线、磨粉生产线、建筑垃圾回收等多项破碎筛分一条龙服务。

联系我们：您可以通过在线咨询与我们取得联系！周一至周日全天竭诚为您服务。



更多相关设备问题，生产线配置，设备报价，设备参数等问题

可以**免费咨询**在线客服帮您解答 | 24小时免费客服在线

一分钟解决您的疑惑

点击咨询



机械制造业销售模式,机械制造厂上海

中国的工程机械行业脱胎于国有企业，经历了计划经济有计划的商品经济市场经济初期个主要经济体制阶段，产品的销售模式也相应演变，形成了每个时期独特的销售模式。随着社会经济的发展和市场的逐渐成熟，企业对销售模式的选择也开始出现新的变化，越来越重视销售模式的效率成本与风险的控制。工程机械营销模式的演变营销模式由单一化向多元化转变世纪年代以前，在计划经济体制下，市场属于卖方市场，制造商规模相对弱小，营销工作任务基本上以产品交付和售后三包服务为主，形成了单一的直销模式。在直销模式下，制造商在各地设立分公司或办事处，派驻自己的销售和服务人员，直接面对终端用户开展销售和服务工作。

世纪年代至年代中期，随着改革开放和市场的扩大，工程机械产品的社会需求量明显上升，制造商不断增加，企业规模扩大，竞争加剧，消费群体也由过去的以施工单位集体购买为主向单位小团体私人多层次发展。

代理模式是制造商通过规模实力较强的代理商，在一定的区域内代理销售自己的产品，并为用户提供三包服务的销售模式。国有民营合资等多种成分的企业共同参与市场竞争，市场规模和产能空前扩张，直接促进了渠道发育，直销模式的主导地位逐渐被代理模式取代，特别是装载机挖掘机这两个销量最大的工程机械产品，几乎全部采用代理模式。究其原因，一是中国市场太大，且各地发展不平衡，制造商很难独立面对不同市场的用户

，选择代理模式等于选择本地化；二是代理商对区域市场营销资源的合理利用和强大的分销能力；三是采购生产销售一体化的企业运营模式不符合经济全球化的趋势。另外，工程机械产品的特性非常适合采用融资租赁的方式，但由于我国市场的发育时间较短，国民的信用水平较低，加上用户的独立意识较强和独特的购买心理，使得融资租赁发展缓慢。

同时，随着工程机械产品社会保有量的增加，用户对施工质量效率的要求不断提升和社会分工的进一步专业化，制造商组建自己的施工公司也不失为一种较为有效的销售模式，特别是对于推介新产品具有明显的优势。互联网技术的广泛发展，为企业利用网络销售提供了条件，未来网络销售会随着后市场时代的发展而逐渐壮大，份额将逐渐提高。营销模式的选择决定营销模式的因素在现代市场条件下，对于绝大多数企业而言，决定其营销模式的关键因素有个：一是渠道效率，二是渠道成本，三是渠道风险。

渠道效率是指通过渠道将产品分销给目标客户的效率；渠道成本是指企业运用与管理渠道所付出的代价，包括建立渠道的直接成本和管理渠道的间接成本；渠道风险是指渠道变化或失效可能对企业产生的重大影响或给企业带来的损失。各种营销模式的机械制造业销售模式,机械制造厂上海适用范围从营销理论来看，直销模式机械制造业销售模式,机械制造厂上海适用于高价值高技术含量市场需求量较小的产品，以及新产品的推广销售；而代理模式则相反，机械制造业销售模式,机械制造厂上海适用于需要大规模销售的产品，能够减少制造商的销售成本扩大分销规模，但对于产品种类比较多的制造商而言，采用代理制相对困难；混合模式机械制造业销售模式,机械制造厂上海适用于制造商在不同的区域市场和销售不同类型的产品，其主要特点是提高渠道效率和分散渠道风险。

确定营销模式的步骤综合分析影响企业营销渠道的关键因素：主要包括产品特征技术含量市场需求量和企业规模；品牌影响力，市场占有率，目前行业的渠道水平规模成熟程度；渠道成本效率及风险；企业的发展阶段等。

直销模式的风险控制直销模式最大的缺陷是，随着市场和企业规模的扩大，只有依靠不断扩充营销队伍来满足市场需求的增长，管理成本相应增高，管理难度逐步加大。防范直销模式的风险，主要是考虑人工成本和分销效率，在合适的时机推行代理制或其他模式，逐步降低直销在营销中的比重。制造商不但面临代理商的信用风险，如：不及时回款违反经销政策降低服务标准品牌忠诚度降低，以及代理竞争对手的产品等，机械制造业销售模式,机械制造厂上海还要面临经营能力风险，如：代理商的市场开拓能力自我发展能力持续经营能力不足等风险。

降低代理模式的风险最有效的办法是将代理商最终发展成为制造商的战略合作伙伴，比如以资本为纽带，让代

理商投资入股，风险共担等，或者使代理商成为品牌专营商专卖店等；其次是加强对代理商的引导与管理，主要包括对代理商资信状况销售能力执行销售政策的管理与控制，以及对代理商的资格评定与考核淘汰制度等。采用多种营销模式，把风险降到最低不同的营销模式具有不同的特点和机械制造业销售模式,机械制造厂上海适用性，制造商在不同的发展时期针对不同的产品，可以采取多种营销模式并存的方式，如融资租赁组建施工公司与网络销售等，力争把风险降到最低。但要注意的是，各种模式的侧重点和所占比例应恰当合理，不要在一个不成熟的市场推广一种成熟市场的销售模式，也不要两种模式中间来回摇摆无所适从。以南方路机为例，混凝土搅拌设备的营销模式在前几年基本上只有直销一种，而现在则是直销内部代理和外部代理等多种渠道混合的营销模式，新营销模式已经开始为制造商带来新的发展动力。利用营销模式的创新，降低风险创新是企业永恒的主题，只有坚持营销模式创新，企业才能真正控制风险，才能更好更快地发展。差异化是指产品在核心技术品质可靠性和作业效率等方面具有竞争优势；整合营销是指在整体营销方面创造特色，产品不一定具有优势，但与服务或付款方式等其他方面结合之后，形成自己的竞争优势。

如南方路机与国外知名品牌进行的整合营销，以及代理商通过按揭，以分期付款或以租代售方式将设备卖给用户，形成一种特殊形式的融资租赁形式等。

制造商通过明确界定各种模式下的销售条件，如全款分期分期期限首付款额度对代理商的授信政策担保制度和买断界定等规定，以及运用账款回收系统用户档案信息管理系统信用管理系统和市场监管系统等，可有效地控制风险。

总之，随着中国工程机械行业的发展和整个信用体制的完善健全，代理制必将成为主流的营销模式，但不是惟一的选择，新的营销模式会不断地产生。对于直销内部代理外部代理特许加盟混合销售融资租赁和组建施工公司网络销售等营销模式，制造商都可以进行尝试，关键是找到最适合自己的模式，保证风险可控。

原文地址：<http://jawcrusher.biz/ptsb/u3E4JiXieCxVk3.html>