

如何选择小家电的代理商 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/288/2021_2022__E5_A6_82_E4_BD_95_E9_80_89_E6_c123_288222.htm 近几年，国内小家电市场得到了快速发展，数据显示，国内市场容量至少有3500亿元。一些大家电起身的企业如科龙、TCL等也纷纷高调进入小家电行业，使得小家电市场一浪热过一浪。对每个小家电销售经理来说，选择一个适合自己的代理商是做好小家电市场的第一步，特别是对刚从大家电进入小家电的销售经理来说，更是至关重要。那么，小家电市场到底需要什么样的代理商？再分析这个问题之前，让我们先看下面这么一个小家电代理商选择的案例。K品牌小家电是典型的国内大家电企业延伸到小家电的。K品牌大家电产品涉及冰箱、空调、彩电等，在全国品牌知名度高，其中冰箱、彩电的市场销量位居前五；进军小家电行业后，K品牌小家电产品涉及电风扇、电饭煲、电磁炉等综合类，经过两年的市场运做，K品牌电风扇已进入行业前前五名。2004年，K品牌小家电决定借助大家电的销售网络进行全国性的市场拓展，决心在一二城市拥有核心的代理商，争取2005年前把小家电特别是电风扇产品做到行业三甲。要高效执行公司的发展策略，对K品牌小家电的销售经理来说，首要的任务是找代理商。由于K品牌小家电的销售经理大多是从大家电过来的，他们对大家电的代理商已经是老朋友或者说是知己了，再加上大家电的代理商在资金、分销网络上都有很大的实力，所以80%的销售经理就直接找大家电的代理商。这样一来，K品牌小家电的网络一下在拓展起来了，而且都是一些大腕级的

代理商，似乎看起来这样的代理商是天衣无缝的。签协议后几个月，代理商马上打首期款，并且数额也不少，K品牌小家电一下子运转起来了。但谁也没想到，在运转几个月后，发生了如下一系列的问题。首先，网络存活率不高。由于好多代理商是从空调、冰箱、彩电网络中发展来的，实现首期打款提货后，后期只是零星提货，并没有形成正常的销售，好多网络没几个月就已经处于半死半活状态。有些有小家电操作经验的代理商，也由于公司小家电知名度不太高、市场不太成熟，不将公司小家电品牌作为主推品牌来做，只是为了在该区域拥有公司品牌的代理权。其次，网络质量很低。由于过多地依赖了空调、冰箱、彩电的网络，所以在回笼、销售过程中经常发生冲突，尤其在进入空调销售的旺季，更加明显。而且由于以前这些代理商大多没有小家电的代理经验，所以操作起来难度非常大，比如物流运输、配件申请等一系列总喜欢按大家电的模式去做；可事实上，小家电由于品类多、单件体积小、售后复杂等因素使得它与大家电有很大的区别。再次，售后服务严重跟不上。冰箱、空调销售旺季，代理商几乎所有的售后资源都放在空调上了，结果到旺季结束时，电风扇的残次机数量有些代理商就高达几千台而无法及时修复。最后等这些残次机修复的时候，电风扇的销售旺季已经过去，只有在仓库放一年了；有些代理商由于残次机数量巨大，无法修复而直接退货。这样，给公司造成的损失是非常巨大的。最后，网络过于集中。大部分区域都是代理商独家代理公司的全线产品，而全线产品有八大品类、几十个品种，要让一个代理商来代理这么多产品，无论是资金、还是精力，都不能很好地对公司产品进行支持，销售业

绩就可想而知了。出现这些问题以后，K品牌小家电领导也立即意识到问题出现在那儿了。立即进行了全国性的网络调整：变省级代理为小区域代理，在各区域内寻找批发商，同时发展一部分直营商；新的区域批发商除具有资金实力、分销网络等基本条件外还必须要有小家电操作经验。这是个典型的由大家电进军小家电时，在开发网络、选择代理商所完全失败的案例。我们暂且不品牌小家电后来是否走出了失败沼泽地、是否找到了适合自己的代理商，我们关心的是从这个案例中得到的启发和教训。笔者根据自己多年的小家电市场运作经验，结合这个案例，认为一个较好的小家电的代理商应该具备以下条件：第一、有一定的资金实力，比如省会城市不少于30万，地级城市不少于10万。有资金实力，就是代理商必须拥有足够的资金，能够满足厂家的产品上市进行市场投入，使产品能进入下级市场各类渠道、进行产品分销，及时给厂家回款，特别是首期打款。资金实力越大，才能有大的储货能力、销售网络铺货能力、市场运作能力和抗风险能力。这是选择所有家电代理商必须具备的基本条件。第二、具有强大的分销网络。代理商一定要有自己的销售渠道，包括二极批发渠道和零售渠道。如果没有自己的销售渠道，销量就难以得到保证；零售渠道上能进到大型连锁家电渠道，下能进到县、乡镇的百货店等传统渠道。这样不仅可以提高产品的市场占有率，而且还能防止市场空白而产生窜货现象。这是选择所有家电代理商所必须具备的必要条件。第三、有小家电操作经验。小家电随属家电范围，但他的代理与大家电是截然有区别的。首先小家电产品品类繁多，不像大家电一样那么简单；其次小家电产品的同质化现象严重；

再次小家电产品的售后服务复杂麻烦，大多需要上门安装或长远服务。以上的不同，使得小家电产品销售模式不同于大家电，所以代理小家电的代理商一定要有小家电操作经验。这是选择一个家电代理商所必须具备的基本条件。第四、要主推我司产品，对公司的忠诚度较高，相互代理的产品不能产生冲突。所谓的主推我司产品就是把我司品牌作为利润品牌、在该区域作为主打产品推广销售；对公司的忠诚度高就是要有与公司共同发展、共同进步的经营理念，能融入公司的文化氛围，对公司充满信心；，相互代理的产品不能产生冲突就是代理的产品明显有相同的销售旺季，而此旺季会对另一个产品有很大的影响，如空调和电风扇，以免发生案例中的情况。这是选择一个家电代理商所必须具备的必要条件。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com