

电子商务营销关键在物流安装体系的创新 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_645900.htm

如何进行家具行业电子商务营销？在互联网环境下，家具行业如何探索出一个合适的发展模式？大部分习惯线下销售和购买的人很难理解在网上购买家具类的大件物品，但是淘宝网通过内部的数据显示，家居类产品在网上的销量很大，而且增长速度非常快，每年都以成倍的速度在上升。可即便如此，家具类产品在网上销售还是存在着诸多问题，例如消费者有时需要自己上门提货，卖家经常面对消费者的投诉，卖家和买家之间很难有规则，出现问题后大都只能通过协调解决，而淘宝只能与双方进行沟通。在沟通中，我们发现，商家的痛点就在于物流配送、安装服务体系上，而这些痛点往往只能与买家相协商，这些协商到最后就是通过打折、减价的方式来妥协。2012年是家具行业非常重要的一年。我们看到，在2011年，大量传统企业在网上开店，试水电子商务，特别是有很多一线品牌加入到了电商的队伍中来，淘宝网的家居类商家数量从之前的几百家增加到了几千家，另外还有很大一部分准备要做，这就说明他们也在思索模式的创新和开拓，这将形成一股很大的力量。模式创新创建新的物流安装服务体系 至于很多企业所担心的物流安装配送等问题，淘宝也在开始筹建自己的物流和安装体系。因为在网上销售家具类产品，如果没有本地化的配套安装服务，可以说是没办法转为现实的，而实现本地化的服务安装，前提条件是要有一个物流体系，即从产业集群基地直接运送到目的地，例如我们要把北京的渠道

模式打通，可以先在东莞或乐从建仓，跟物流公司沟通，直接开设货运专线运到北京，商家发货只需要把货送到最近的一个淘宝仓库里，淘宝物流体系则可以通过计算，在保证物流成本效率最大、最合理的情况下发货，当北京的仓库收到货之后，就通知本地的配送安装人员，与买家取得联系，预约时间，进行后续的送货安装服务，所有这些，都是通过规则来完善，进行最合理的安排。即便是在这样一个非常困难、没有规则的商业环境下，整个行业在网络销售方面还是非常快速地在往前推动。为什么会出现这样的情形呢？我们归结为两个方面，一个是买家的年龄层大多为2530岁，他们是在互联网的环境下长大的一代，在服装、电子产品等方面都习惯通过互联网购买，这是由消费习惯决定的；第二，在金融危机的时候，很多国内的制造业开始从外销转为内销，他们大都选择先从线下来进行市场开拓，但是线下的品牌并非一朝一夕就能做起来的，他们付出了很多的成本，投入很大，但是见效很慢，甚至是亏损的，于是很多商家开始选择网上销售，因为成本低，相应地售价也低，这就使得产品具有竞争力，选择的消费者也相对较多。在这两方面的因素影响下，才推动了整个家具行业的电子商务进程。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