

移动互联网时代家居经销商的创新转型战略

【课程背景】

中国手机网民接近 7 亿，四分之一网民上网只用手机，数据还在上升。如此规模，全球仅此一家，别无分店。传统互联网和电商，经销商来不及参与，移动互联网时代，经销商务必跟上节奏，否则，死了连凶手都找不到。基于移动终端的社交媒体、定位系统、场景入口、口碑传播、移动商城等对于经销商来说，都是可操作内容。

查克·马丁在《决胜移动终端》一书中说，移动互联网时代，消费者不是去购物，而是一直在购物。未来，移动端是主战场，经销商也不例外。面对来势汹汹的互联网家装和移动互联浪潮，传统的建材经销商如何顺应潮流，立于不败之地？资深互联网+建材营销咨询讲师高定基老师认为，唯有转型升级才可继续引领风骚，立于不败之地，否则，没落是唯一结局。

【授课时长】

1 天（6 小时）

【课程收益】

- 1.理解移动互联网时代趋势和影响
- 2.掌握经销商战略转型方向和策略

【授课对象】

经销商、导购、店长、销售人员、管理人员

【课程特色】

课堂讲授、互动点评、案例分析、模拟演练、团队 PK

【课程大纲】

一、移动互联网时代趋势

- 1.传统互联网到移动互联网是必然趋势
- 2.移动网民规模推动移动互联网迅速发展
- 3.移动互联网时代的特征和对传统商业的影响

二、建材市场的发展趋势

- 1.国家政策推动建材市场的增量继续
- 2.经济发展产生五大因素影响建材发展
- 3.互联网家装和建材电商推动传统渠道变革

三、传统建材经销商困境

- 1 成本和人才等限制经销商的发展

- 2.竞争加剧推动经销商的更新迭代
- 3.互联网家装和电商侵蚀经销商份额
- 4.高频集采和促销恶化经销商的生存状态

四、建材经销商战略转型

- 1.从实体店向 O2O 转型
- 2.从销售商向服务商转型
- 3.从夫妻店向公司化经营转型
- 4.从雇佣模式向合伙模式转型
- 5.从单店模式向连锁经营转型
- 6.从传统营销向场景营销转型
- 7.从单品类向多品类和一体化转型
- 8.从超低频产品到建材+高频产品转型