

低压电器开关跨境电商销售策略探讨

徐华英

浙江宜居装饰材料有限公司

【摘要】在数字化浪潮与经济全球化深度交融的当下，跨境电商迅猛发展，彻底革新了国际贸易格局。凭借互联网的强大赋能，跨境电商突破了传统贸易的地域壁垒，搭建起全球商品流通的高速通道，为各类产品开辟了更为广阔的市场空间。然而，跨境电商环境错综复杂，不同国家和地区的法律法规、文化习俗大相径庭，物流配送与支付体系也存在显著差异。这些因素相互交织，对低压电器开关企业制定和实施有效的销售策略提出了严苛挑战。因此，本文深入探讨低压电器开关跨境电商销售策略。通过对相关理论的阐述，分析当前市场规模、目标市场、竞争格局等情况，指出跨境电商销售中存在的同质化、品牌建设不足、物流配送难题及售后服务不到位等问题，并针对性地提出强化产品差异化及创新、加强品牌建设及推广、优化物流配送体系和完善售后服务体系等优化策略，旨在为低压电器开关企业在跨境电商领域提升竞争力提供理论支持和实践指导。

【关键词】低压电器开关；跨境电商；销售策略

Discussion on sales strategy of cross-border e-commerce for low-voltage electrical switches

Xu Huaying

Zhejiang Livable Decoration Materials Co., LTD

【Abstract】In the current era of deep integration between the digital wave and economic globalization, cross-border e-commerce has developed rapidly, completely transforming the international trade landscape. Leveraging the powerful capabilities of the internet, cross-border e-commerce has broken through the geographical barriers of traditional trade, establishing a high-speed channel for global commodity circulation and opening up broader market spaces for various products. However, the cross-border e-commerce environment is complex, with vastly different laws, regulations, cultural customs, and logistics and payment systems across countries and regions. These factors intertwine, posing stringent challenges to low-voltage electrical switch companies in formulating and implementing effective sales strategies. Therefore, this paper delves into the cross-border e-commerce sales strategies for low-voltage electrical switches. By elucidating relevant theories, it analyzes the current market size, target markets, and competitive landscape, highlighting issues such as product homogenization, insufficient brand building, logistics distribution challenges, and inadequate after-sales service. It proposes targeted optimization strategies, including enhancing product differentiation and innovation, strengthening brand building and promotion, optimizing the logistics distribution system, and improving the after-sales service system, aiming to provide theoretical support and practical guidance for low-voltage electrical switch companies to enhance their competitiveness in the cross-border e-commerce domain.

【Key words】low-voltage electrical switch; cross-border e-commerce; sales strategy

引言

在互联网技术日新月异以及全球经济融合愈发紧密的大背景下，跨境电商已然成为国际贸易领域中活力四射的新增长点。低压电器开关作为工业与民用领域的关键基础元件，其跨境电商业务也随之崭露头角。对于涉足该领域的企业而言，跨境电商既为其开拓国际市场、提升品牌影响力带来了难得契机，也在诸多方面提出严峻考验。一方面，跨境电商凭借数字化优势，打破时空界限，降低营销门槛，助力企业对接全球海量客户。另一方面，不同国家和地区的法规政策、消费习惯大相径庭，加之复杂的物流与支付体系，使得低压电器开关企业制定精准有效的销售策略困难重重。深入剖析低压电器开关跨境电商销售策略，对企业把握市场、

增强竞争力意义非凡。

1 相关理论概述

1.1 跨境电商理论基础

跨境电商就是指不同国家的交易主体通过跨境电商平台进行交易、电子支付交易，通过跨境物流进行商品交接以完成交易的一种跨国家的贸易形式。主要模式包括 B2B 模式、B2C 模式及新兴的 C2C。信息技术的应用推动了跨境电商发展的脚步，大幅度降低了国际贸易壁垒，让更多的中小企业甚至个人都能参加国际贸易。在跨境电商的运营过程中，平台选择、营销推广、物流配送管理、客户维护等不可或缺，各平台都有其优势，企业应根据自身的贸易产品以及

销售目标精心选择平台,再结合搜索引擎优化(Seo)、社交媒体、EmailMarketing等加大品牌以及产品的影响力。

1.2 营销策略相关理论

营销策略是企业以消费者需求为出发点,在获取关于消费者需求量大小及购买能力经验的基础上,根据商业界对市场的需求预期,进行有计划地组织各项经营活动,通过产品、价格、渠道及促销策略的相互搭配一致来满足消费者对企业的满意度的市场营销总过程。产品策略主要为产品定位、产品设计、产品包装、产品组合等,企业要明确产品的定位,根据目标消费者的消费需求及喜好进行产品设计与创造,同时要注重产品的外观、实用性。价格策略主要为产品定价方法、价格升降策略等,企业要从成本、市场、竞争等各个角度来对产品进行定价。渠道策略主要为产品从生产者至消费者的渠道,包括直接渠道与间接渠道,企业要选择适合的渠道,使产品快捷地到达目标消费者手中^[1]。促销策略主要为广告、销售促销、公共关系、人员推销,要刺激消费者的产品购买欲望,扩大市场份额。

1.3 低压电器开关行业特性理论

低压电器开关是一种用于电路中,在正常工作条件下(包括规定的过载条件)能接通、承载和分断电流,以及在规定的非正常条件下(如短路)能在规定的时间内承载电流的机械开关电器。其行业具有以下特性:首先,低压电器开关应用领域广泛,涵盖了工业、建筑、电力、交通运输等多个行业,不同行业对低压电器开关的性能、规格、质量等方面有着不同的要求,这就要求企业具备较强的产品研发能力和定制化服务能力。其次,低压电器开关行业技术更新换代较快,随着新材料、新技术的不断涌现,产品朝着智能化、小型化、高性能化方向发展。企业需要持续投入研发资金,跟踪行业技术发展趋势,及时推出符合市场需求的新产品。再者,低压电器开关产品质量和安全性至关重要,一旦出现质量问题,可能会引发严重的安全事故,影响企业声誉。因此,企业必须严格把控产品质量,遵循相关的国际标准和认证要求。

2 低压电器开关跨境电商市场分析

2.1 市场规模及增长趋势

最近几年全球低压电器开关跨境电商的市场规模不断扩大,全球化工业进程以及智能家居、新能源等相关行业的发展将带来低压电器开关的需求增加。跨境电商的便捷和快速又将带动市场销量的增长。根据相关市场调查机构指出,过去几年全球低压电器开关跨境电商销售额按照每年30%的增长速率增长,未来几年将会继续保持较高的增长速度,这主要受益于新兴经济体市场的发展,这些国家或者地区对低压电器开关的需求仍然处于快速增长阶段。

2.2 目标市场及客户群体

低压电器开关的目标市场遍布全球各个国家和地区,不同地区的市场需求存在差异。在欧美等发达国家和地区,

市场对低压电器开关的需求主要集中在产品的更新换代以及高端、智能化产品领域,客户群体主要包括工业企业、建筑开发商、电力工程公司等,他们对产品的质量、性能和品牌有着较高的要求。而在一些发展中国家,随着经济的快速发展和基础设施建设的大规模开展,对中低端低压电器开关产品的需求较为突出,客户群体除了工业企业和建筑企业外,还包括大量的小型维修店、个体工商户等。此外,随着智能家居概念的普及,普通消费者对低压电器开关的需求也逐渐增加,尤其是具有智能控制功能的产品。

2.3 市场竞争格局

对于低压电器开关产品跨境电商市场而言,市场竞争激烈,市场竞争主体多元。来自国外的品牌产品属于国际知名品牌,以高质量的品牌影响力、前沿的科技研发以及国际化的全球销售网络占有高端市场竞争。他们一方面产品质量好,性能优异,创新性强,能够满足消费者对高附加值产品的消费需求,另一方面在国内一些企业通过跨境电商发展,开拓国内市场,以较低的价格以及本地化经营的策略能够在中国的中低端市场中占据一部分市场份额,以及拥有大量的中小品牌、新兴企业等企业也加入跨境电商市场的竞争中。

3 低压电器开关跨境电商销售策略存在的问题

3.1 产品同质化严重

产品同质现象严重。目前低压电器开关跨境电商产品的同质化现象较重,有的企业自主创新能力不足,产品雷同,外观、性能、功能、规格雷同或者相似,一方面在市场竞争中,企业主要以价格竞争为主,产品的利润下降,不利于企业长期发展;另一方面,消费者的购买行为难以从众多类似产品中有效甄选,降低购买者的关注率及购买概率;同时,产品的同质化现象也使企业在某种程度上难树形象,难以进行品牌宣传。

3.2 品牌建设不足

品牌的缺乏是低压电器开关行业跨境电商企业共同的软肋。很多低压电器开关企业不重视品牌建设,只顾产品销售忽视品牌建设,对品牌的定位不清楚,没有进行明确的市场定位,不知道主要的消费者在哪里;品牌传播方式单一,主要依靠跨境电商平台流量,运用的平台单一,品牌建设方式方法比较单一,运用的平台不多,缺乏深度和广度的综合品牌建设推广措施,没有在跨境电商行业树立起良好的品牌知名度,也不能形成大的品牌影响力。

3.3 物流配送难题

由于涉及不同国家及地区的海关监管、跨境运输工具选择、跨境物流跟踪等,跨境电商物流配送环节较为复杂。低压电器开关跨境电商企业面临物流成本高昂、配送时间长及物流跟踪信息不准确或不准等问题,给产品出口配送带来了许多困难。一方面,物流配送价格昂贵,低压电器开关产品体积大、重量大,运输配送价格占产品出厂价格的比例较高,削弱了低压电器开关产品的价格优势。另一方面,物流配送

时间久,跨境物流运输距离远,跨境物流运输中还涉及不同国家的海关监管,部分海关手续复杂,增加了产品的运输时间,易引发客户不满情绪。且物流跟踪信息不准确或不准,客户不能实时掌握产品运输动态,增加了客户的担心程度。

3.4 售后服务不到位

售后服务是跨境电商销售的重要组成部分,但是低压电器开关跨境电商企业售后服务质量较差,表现为售后渠道无法实现全面覆盖,在产品销售范围广,服务地理覆盖面积较大情况下,导致售后响应时间长,服务体验不到位。另外,产品国际售后服务方面文化、语言等问题影响了售后沟通服务^[2]。售后服务质量也有欠缺,企业在质量出现问题后缺少退换货的相关政策以及流程制定,在质量出现问题之后缺少流程规范与标准化,造成售后回访后存在很多的问题,不能全面保障客户利益,影响了产品售后服务质量,同时也影响了客户体验满意度。

4 优化低压电器开关跨境电商销售策略

4.1 强化产品差异化及创新

企业应增加研发投入,建立专业研发团队,进行产品市场调研及行业技术水平的分析,积极开展产品创新活动。一方面,在产品的功能方面,进行差异化的产品开发,以满足不同行业和客户不同功能需求,开发有别于大众功能产品,并具备特殊功能的低压电器开关产品,以顺应市场需求中智能产品的需求趋势;另一方面,产品外部特征方面,在外观设计上进行创新设计,符合时尚元素并体现个性,以提高和体现产品的辨识度,便于大众对于产品功能的判断和抉择。另外,加强对产品自身的知识产权保护,及时进行专利申报,以此避免产品被竞争对手抄袭,进而保持产品差异化竞争的优势^[3]。通过产品差异化开发及创新,提升产品附加值,增加企业在市场中的竞争优势。

4.2 加强品牌建设及推广

企业要加强品牌意识,应明确企业品牌定位,结合目标市场和客户人群特性,建立独有企业品牌形象。第一,制定一体化品牌建设与传播策略,实行多元化传播渠道和传播方式。在使用跨境电商平台营销的基础上,还应实施社交媒体营销策略,在 Facebook、Twitter 等国际主流社交平台发布企业和品牌信息、商品信息、用户成功应用案例信息等,主动营销;参加全球性行业展会、实施线上线下的品牌营销活动,扩大品牌影响力和美誉度。第二,注重企业品牌口碑的打造,通过产品的高品质和卓越服务,获得客户的信任和好评,从而依托客

户的口碑宣传企业品牌。通过品牌建设与推广,塑造企业在国际市场中的良好品牌形象,塑造企业的品牌忠诚度。

4.3 优化物流配送体系

企业需建立长期稳定的跨境物流合作,企业与第三方跨境物流企业建立长久的合作关系,携手优化物流配送系统。第一,选择合理的跨境物流运输方式,根据产品的特性和客户需求以及产品的成本制定合理的物流运输方式,选择最适合的产品运输方式,包括海运、空运、陆运等方式,选择最佳物流运输方案。例如,若运输的产品体积较大、较重,选择海运可降低物流成本;若运输产品为紧急订单产品,或为高价值产品,选择空运可实现加快物流配送速度,提升产品配送效率^[4]。第二,优化海关清关流程,提前调查海关政策以及法律规则,产品的类型等相关情况,准备齐全的报关所需文件,以实现产品的顺利清关。最后,可运用物流信息技术,对物流信息实现跟踪、查询等实时物流操作,方便客户随时掌握产品运输情况,实现产品最优配送效率,优化物流配送系统,节约物流配送成本,提升配送效率,提高客户满意度。

4.4 完善售后服务体系

企业要建立健全售后服务体系,提高售后服务质量。首先,在全球范围内设立售后服务中心或与当地的售后服务机构合作,确保能够及时响应客户的售后需求。培训专业的售后服务人员,提高其技术水平和语言沟通能力,以便更好地为客户提供服务。其次,制定完善的退换货政策和流程,明确产品质量问题的界定标准和处理方式,保障客户的合法权益^[5]。同时,利用在线客服、电子邮件等多种渠道,及时解答客户的疑问和投诉,加强与客户的沟通和互动。通过完善售后服务体系,提升客户满意度和忠诚度,促进企业的长期发展。

5 结论

低压电器开关跨境电商市场具有广阔的发展前景,但同时也面临着诸多挑战。通过对相关理论的阐述以及市场现状的分析,发现当前低压电器开关跨境电商销售策略存在产品同质化严重、品牌建设不足、物流配送难题以及售后服务不到位等问题。为应对这些问题,企业应采取针对性的优化措施,强化产品差异化及创新,加强品牌建设及推广,优化物流配送体系,完善售后服务体系。在未来的发展中,随着跨境电商技术的不断进步以及全球市场需求的变化,低压电器开关企业还需持续关注市场动态,不断调整和优化销售策略,以适应市场发展的新要求。

参考文献

- [1] 俞旭. 皮革企业跨境电商经营模式的比较与选择[J]. 中国皮革, 2023, 52 (07): 38-40+44.
- [2] 邓婷. 中国时尚服装品牌出海策略研究——以 SHEIN 为例[J]. 西部皮革, 2022, 44 (14): 25-27.
- [3] 邓婷. 浅析中国非遗手工艺品跨境电商销售策略[J]. 老字号品牌营销, 2022, (13): 3-5.
- [4] 王友青, 刘艳, 李红卫. 陕西特色产品跨境电商销售策略[J]. 营销界, 2021, (Z2): 73-75.