互联网时代如何提高纺织企业的销售管理探析

杨福明
嘉兴市奇丝奇纺织品织造股份有限公司　浙江嘉兴　314000

【摘　要】随着信息技术的飞速发展，尤其是互联网的广泛应用，传统产业正在经历深刻变革，而纺织行业作为我国传统支柱产业之一，在新的市场环境下正逐步从产品为中心的经营模式转向以客户为导向的营销模式。但是部分纺织企业在销售管理方面依然沿用传统模式，缺乏前瞻性，导致市场反应迟缓，严重制约了企业的发展潜力，所以在互联网时代下如何有效加强纺织企业销售管理已成为当前亟待解决的重要问题。基于此本文详细分析了当前纺织企业销售管理现状，然后提出了互联网时代加强纺织企业销售管理的有效路径，旨在为纺织企业实现销售管理的转型升级提供有益的指导。

【关键词】新时代；互联网；纺织业；销售管理

How to improve the sales management of textile enterprises in the Internet era

Yang Fuming
Jiaxing Qisiqi Textile Manufacturing Co.，LTD.，Jiaxing，Zhejiang　314000

【Abstract】With the rapid development of information technology，especially the widespread application of the Internet，traditional industries are undergoing profound changes. The textile industry，as one of China's traditional pillar industries，is gradually shifting from a product-centric business model to a customer-oriented marketing approach in the new market environment. However，some textile companies still adhere to traditional sales management practices，lacking foresight，which leads to slow market responses and severely restricts their development potential. Therefore，how to effectively strengthen sales management in the textile industry in the Internet era has become an urgent issue that needs to be addressed. This paper provides a detailed analysis of the current status of sales management in the textile industry and then proposes effective strategies for enhancing sales management in the Internet era，aiming to offer valuable guidance for the transformation and upgrading of sales management in the textile industry.

【Key words】new era；Internet；textile industry；sales management

随着互联网的快速发展，消费者购物习惯开始逐渐转向在线平台，而这对传统纺织企业的销售模式产生了深远的影响，面对这一变化，纺织企业应顺应市场发展趋势，深入分析现有销售管理中的问题，了解其根本原因，找到切实可行的解决方案，并结合企业实际情况来制定与时俱进的销售管理策略，提升自身的运营效率并增强市场竞争力。

一、当前纺织企业销售管理现状分析

（一）销售理念落后

在纺织企业的运营发展中销售理念是极为关键的一环，然而当前许多企业在销售理念的实施方面依旧存在较大的滞后性。具体来说，许多企业在新员工的培训上仍然采取让老业务员带领新人，通过传授经验的方式使新员工逐步了解销售的基本流程，这种培训方式虽然看似直观，但却未能为新员工提供足够的系统性教育，使得他们对公司销售政策和产品知识等情况的认知仍然较为片面，导致他们难以快速胜任销售工作。尽管许多老业务员在长时间的工作中积累了宝贵的销售经验，但他们往往无法及时掌握新产品的技术信息和企业设备的更新情况，随着市场的快速变化，这种经验导向的销售模式难以应对市场的动态需求，导致企业的销售工作和市场需求之间产生较大的鸿沟，这将直接影响企业的业绩提升。

（二）缺少激励措施

科学合理的激励机制对提升销售人员的积极性起着不可或缺的作用，但当前不少纺织企业的考核方式仍然较为单一，主要依赖于贷款回收率和任务完成率等指标来评估销售人员的表现，这种简单的考核方式往往无法全面反映销售人员的实际能力，并且由于销售人员之间的能力差距通常不大，如果考核指标设置不合理还可能导致他们无法发挥出自己的优势，进而影响到他们的工作热情。而销售责任的合理划分也是提高销售效率的关键环节，然而如今许多纺织企业在销售过程中却未能明确划分具体的销售职责，这导致工作中职责不清，销售人员可能在工作中产生迷茫，无法有效地对自己的任务进行管理，影响了销售目标的实现，进而影响到整体销售业绩。

二、互联网时代加强纺织企业销售管理的有效路径

（一）完善销售管理

作为企业的销售管理者，一方面需要深刻理解互联网带来的便利，充分利用大数据技术对市场行情进行精准分析，这样才能更清晰地把握市场变化趋势，为销售策略的优化调整提供科学依据，进而为员工创造一个公平公正的环境，确保各项工作和业务运作能够规范透明，增强团队成员的信任感，在此基础上，管理者还应密切结合纺织企业的具体销售目标来制定切实可行的销售计划，并要确保相关管理制度具有科学性，使销售目标能够顺利达成，显著增强企业的市场竞争力。另一方面管理者还应不断加强信息反馈管理的工作，及时了解市场和团队的反馈，作出必要的优化调整，同时构建积极向上的销售管理文化，推动团队成员在积极向上的氛围中共同成长，有效提升团队的协作精神。

（二）加强业务培训

企业应从多个维度对销售人员开展系统培训，包括销售技巧和销售责任等内容，同时对于驻外销售人员还应通过网络平台进行远程培训，并根据实际的销售情况和具体的业务需求来设计针对性的培训课程，增强其在产品销售方面的能力。作为销售经理还应全面掌握业务员的销售能力和销售业绩等情况，并实时跟踪其工作情况，在此基础上经理还应及时给予业务员指导建议，帮助他们不断改进不足之处，提升其业绩水平。除此之外，销售经理还应引导销售人员进行自我学习提升，促使其持续改进销售技巧，这样不仅可以有效提升销售团队的整体素质，还能显著推动业绩的增长。

（三）构建品牌形象

在如今的互联网时代纺织企业要想吸引潜在客户，就必须不断提升品牌知名度，建立强大的线上品牌形象。企业可以先建设专业的官方网站，详细展示产品特点和企业文化等内容，从而打造出富有个性的品牌形象，随后通过积极参与社交媒体平台的互动，发布行业热点话题和相关新闻，以此增加品牌的曝光率和影响力，提高用户的参与度。然后企业还应进一步利用电商平台的优势来开设品牌专区，让消费者在购物过程中更直观地了解品牌，这样可以建立更紧密的客户关系，从而吸引更多的消费者购买。

（四）开发人力资源管理系统

纺织企业在面对激烈的市场竞争时应顺应时代潮流，不断提升人力资源管理的效能，而为了实现这一目标，企业应突破传统的人力资源管理模式，积极引入智能信息化的技术手段，这样不仅能优化管理流程，还能显著提高员工的工作效率。所以企业应加大在现代信息技术领域的投入，利用大数据和云计算等先进技术来构建适应新时代发展的智能化人力资源管理系统，这样才能更好地支持企业的发展。

在“互联网+”的时代背景下，年轻一代员工，尤其是“90 后”和“00 后”已成为企业主体员工，而这些员工通常具有较强的个性化需求，更倾向于通过灵活多样的方式来进行互动，因此企业应充分利用当前流行的社交平台来搭建信息化的内部沟通平台。比如企业可以采取微博和微信公众号等社交平台，开设专属的企业内部管理平台，这样就可以及时发布各种有关工作内容和培训材料等，帮助员工提升专业技能，增强员工对企业文化的认同感，同时通过社交平台的互动功能，员工还可以随时提出自己的意见建议，增强了信息的反馈速度，这样不仅有助于企业管理者及时了解员工的实际需求，还能打破传统企业管理中的层级壁垒，促进管理者与员工之间的良性互动，提高了管理工作的效果。

随着技术的不断发展，传统的绩效考核模式逐渐暴露出许多局限性，如评估标准不统一和数据不透明等问题，这往往导致员工对绩效考核缺乏信任，从而影响工作积极性，因此为了解决这一问题，企业还应建设一个基于大数据和云计算技术的绩效考核平台。而在该平台上管理人员则可以实时查看员工的工作表现，并根据业绩数据进行更加精准的评

估，同时该平台的设计还应设定不同的权限，确保只有具有相关权限的管理人员能够访问平台中的敏感数据，这样既保障了数据的安全性，还使得绩效考核过程更加公平公正。并且，在此基础上企业还应通过平台制定详细的奖励机制，激励优秀员工的表现，及时发现需要改进的地方，这样企业就能实现对员工业绩的动态监控，从而帮助员工更好地提升个人业绩，为企业赢得市场竞争优势。

传统的招聘方式经常存在信息不对称且人才匹配度低等问题，导致企业在招聘过程中效率低下，甚至错失优秀销售人才，为了打破这些局限，企业急需建设一个信息化的人才引进与管理平台，并将互联网技术与人才信息数据库相结合，这样就可以根据岗位的实际需求来精确筛选出符合企业发展方向的优秀人才。当然，人才管理平台还可以与绩效考核系统和员工个人档案数据库等信息平台相连接，以此实现对人才的全方位管理，提升人才管理的精准性，帮助企业及时识别并培养具有发展潜力的员工，最终实现人才的最大化利用。

（五）客户关系管理

为了在竞争激烈的市场中占据优势，提高市场竞争力，企业应采取多种方式来加强客户的关系管理，推动产业效益的全面提升。企业应凭借多种渠道来获取客户信息，比如市场调查和客户投诉记录等，为了确保这些客户信息的质量，企业还应定期对数据库中的资料进行核实更新，提升客户数据的准确性，确保企业能够获得及时有效的市场反馈，积极将客户信息系统化，然后再将这些高质量信息准确无误输入到数据库中并进行分类储存，为后期相关销售人员开展工作提供帮助，而借助这些丰富的客户资料，销售人员则能更深入地了解客户的需求偏好，从而提供个性化的产品服务。除此之外，企业还可以采取电话和上门拜访等形式与客户保持联系，确保企业与客户之间的互动更加紧密，从而建立长期稳定的客户关系。接下来，企业则需要深入开展客户分析工作，明确不同类型客户的需求特征，这样才能帮助企业制定更加精准的营销策略，而在这一过程中还应准确识别出企业的主要客户群体，比如个人消费者和中间商等，同时在分析客户时企业还应重点关注客户的忠诚度、经济概况等方面，根据客户的相关情况做出相应的市场策略，比如对于那些忠诚度较高的客户，企业应通过特殊优惠和定期的客户关怀活动等方式，巩固与这些客户的关系，保持长期合作，而对于那些忠诚度较低的客户则应加强沟通，了解他们的不满或需求变化，这样不仅有助于维持客户群体的稳定，还能够有效地提升客户的生命周期价值。此外企业还应通过数据分析来不断优化服务，推动客户体验的持续改进，对此定期开展客户满意度调查，使企业详细了解客户在使用产品服务过程中遇到的痛点，来不断优化服务流程和产品质量，从而有效提升企业的口碑，吸引更多潜在客户的加入。

结语

在互联网时代下加强纺织企业销售管理不仅是顺应时代发展的必然选择，更是企业实现高质量发展的关键保障，通过本文的探讨，可以深刻认识到在互联网时代下加强纺织企业销售管理的重要性。所以企业在未来发展中应推动销售管理的数字化转型，不断加强业务培训，打造一支高素质的销售团队，同时利用互联网平台提升企业在行业中的影响力，并构建更为高效的人力资源管理系统，确保人力资源得到合理配置，此外还应重视现代化的客户关系管理，只有这样纺织企业才能在激烈的市场竞争中稳步前行，迈向高质量发展之路。

参考文献

[1]王琳，邓文清，王瑞余."互联网+"背景下服装企业营销对策分析[J].化纤与纺织技术，2023，52（4）.

[2]罗曙辉.借力"互联网+"，纺织工业将从"制造"向"智造"跨越[J].WTO 经济导刊，2015（07）.

[3]徐喆.基于"互联网+"时代的企业管理创新探究[J].销售与管理，2022（6）.

作者简介：杨福明，出生年月：1970 年 1 月 15 日，男，民族：汉，籍贯：嘉兴，职务：总经理，职称：无，学历：高中，研究方向：企业管理。