

数字化转型下家具企业销售获利能力提升策略分析

丁国军

永艺家具股份有限公司 浙江湖州 313000

【摘要】随着数字经济的快速发展,家具行业面临着从传统运营模式向数字化、智能化方向转变的巨大挑战与机遇。鉴于此,本文主要分析了数字化转型对家具企业销售获利能力的提升作用,探讨了拓展销售渠道、精准市场定位、优化供应链管理及提升品牌影响力等关键领域。与此同时,文章也指出了在数字化转型过程中家具企业面临的战略规划、技术应用、人才短缺等问题,并在此基础上提出了相应的解决策略,以期为企业提升销售获利能力提供系统的理论支持和实践指导。

【关键词】数字化转型;家具企业;销售获利能力;提升策略

Analysis of strategies to improve sales profitability of furniture enterprises under digital transformation

Ding Guojun

Yongyi Furniture Co., LTD.Zhejiang Huzhou 313000

【Abstract】With the rapid development of the digital economy, the furniture industry faces significant challenges and opportunities in transitioning from traditional operational models to digital and intelligent directions. In this regard, this paper primarily analyzes the role of digital transformation in enhancing the sales profitability of furniture companies, exploring key areas such as expanding sales channels, precise market positioning, optimizing supply chain management, and boosting brand influence. At the same time, the article also highlights issues faced by furniture companies during the process of digital transformation, including strategic planning, technology application, and talent shortages, and proposes corresponding solutions to provide systematic theoretical support and practical guidance for improving sales profitability.

【Key words】digital transformation; furniture enterprises; sales profitability; improvement strategies

引言:

数字化转型是全球各行各业提升竞争力的必然趋势,家具行业也不例外。随着消费者需求的不断变化以及新兴技术的日益成熟,家具企业通过数字化转型来提升销售获利能力已经成为行业发展的关键动力,数字化转型不仅是技术层面的更新,更是企业业务模式、运营方式和文化理念的全面革新。尽管许多家具企业已经开始布局数字化转型,但仍面临战略不清晰、技术创新不足、人才短缺等一系列挑战。因此,针对数字化转型下家具企业销售获利能力提升策略进行深入分析迫在眉睫。

1.数字化转型对家具企业销售获利能力的影响

1.1 拓展销售渠道

数字化转型能够使家具企业突破传统销售模式的局限性,从而拓宽销售渠道。通过开发线上平台和电商渠道,企业可以覆盖更广泛的市场,提高产品曝光度。以阿里巴巴、京东等电商平台为例,家具企业通过平台的精准算法可以将产品推送给潜在消费者,提高转化率。此外,家具企业也可以借助社交媒体和直播带货等新兴方式增加销售机会,从而强化自身的市场竞争力。近年来,直播带货的成功案例屡见

不鲜,一些家具品牌通过与网络红人合作,实时展示产品效果,直接与客户互动,这显著提高了企业的销售业绩。

1.2 精准市场定位与客户洞察

在互联网技术背景下,家具企业通过大数据分析,可对市场进行数据扫描、分析和研究,对市场进行精准定位。依据数据的分析,家具企业可以对消费者的消费意愿、消费特征与需求进行挖掘和研究,从而对整个市场的发展趋势进行有效的预测。比如,通过用户购物留下的痕迹以及他们所进行的消费分析,向有意向的消费者提供适合自己的商品营销模式,更加科学的进行营销。同时也可以利用大数据对消费者的消费痕迹、购买习惯、浏览习惯进行分析,为了给消费者提供个性化的服务模式,为其进行产品的定制,从而有效提升消费者的满意度。

1.3 优化供应链管理

基于数字供应链协同的管理手段使得企业的相关应用皆可以将原材料的采购、产品的生产及最终的配送以及回单交接的过程进行整合,以ERP为例,家具企业能够监控企业的整个生产进程,进而实时监管原材料存货、企业的生产流程和客户订单的相关情况,增强产品的生产水平,从而降低企业的生产成本,降低后期的企业生产配送成本。同时对于库存及时有效控制能够让企业减少存货方面的压货,能够有效降低旧货的风险,通过有效的监控企业的库存状况,能够达到企业资金流转速度的增加,从而避免了产品在销售方

面因为库存压力过大而导致的资金压力。

1.4 提升品牌影响力

数字化媒体传播使得产品信息得以高效传递,进而提升品牌传播力。家具企业可将品牌产品信息及宣传放在社交媒体上,建立消费者与品牌的实时沟通,加强消费者对品牌知名度与美誉度的认知,加深企业品牌形象的传递。品牌故事、文化可通过网络的高效传播,塑造品牌个性与感知度,企业打造数字营销也会助力企业树立品牌形象,赋予品牌形象价值,获得更多消费者的认同与认可,带来企业销售与利润的增加。

2.家具企业在数字化转型过程中面临的问题和挑战

2.1 数字化意识与战略规划不足

多数家具企业数字化转型中所面临的障碍之一是缺乏数字化意识,缺少了数字化意识,也就导致了缺少战略规划,尤其是对于数字化转型所创造出来的本质价值和长期利润认知不深刻。多数企业把数字化单纯视为技术引进,而非对业务模式和业务管理体系进行根本性变革,致使数字化转型方向模糊。在制定数字化转型战略中,大多家具企业的战略目标不能结合自身的优势资源条件和市场的需求,其战略目标过分宏伟空泛而缺少可执行性,导致自身在战略的执行过程中存在很大的难度。如部分企业的数字化转型是从线上渠道销售层面开始,未注重数字化营销、数字化供应链和数字化客服等全流程的整体数字化系统的完善和应用,导致整个投入资源的浪费和投入产出低下的现象出现。

2.2 技术应用与创新能力有限

虽然数字化技术发展迅猛,但大多数家具企业技术的应用尚处于低水平,在大数据、人工智能、物联网等先进技术运用方面欠缺;很多家具企业的生产管理、供应链管理仍采取传统方式,尚无法实现自动化和智能化以提高产能和降低成本。多数企业无法做到创新,技术研发投入力度不够,无法跟上家具行业的数字化发展,更无法随着市场需求的变化做到产品的及时调整和服务方面的相应变换,技术上的落后导致家具企业的数字化转型和深度、广度受到限制,进而影响家具企业的竞争力提升。

2.3 人才短缺与团队协作不畅

数字化转型需要技术人员的支撑,更需要业务管理人员具备跨学科知识和能力,推动技术、业务整合,但是受行业复合型人才供给不足的影响,一些家具企业数字化项目的推进经常出现技术和业务理解脱节的情况,内部还存在团队协作方面的问题,各部门之间沟通不畅、信息孤岛存在,数据共享、资源整合困难,技术部门、销售、供应链部门缺乏协作手段,数字化转型效果事倍功半。

2.4 数据管理与安全问题

海量的数据驱动下,企业数据来源多、复杂,缺乏统一的规范与系统性的管理。就企业而言,各个家具公司所储存与处理的数据缺乏统一标准,不同部门数据存储格式以及处理方式各不相同,最终造成了数据信息不可共享的窘况,数

据存储分散问题给数据应用带来的局限性以及数据决策的准确性都受到了非常严重的挑战,数据的安全性也更加不容忽视。诸多家具公司在企业数据安全防护方面的投入不足,没有系统的建立数据安全管理体系,容易遭受数据泄露、被滥用等隐患,在对于客户隐私与交易等信息方面,未能做到进行有效加密、权限使用,这无形中就增加了外部攻击以及内部泄露的机率。

3.数字化转型下家具企业销售获利能力提升策略

3.1 战略层面

家具企业在具体开展数字化战略规划时,一定要立足自身的产品与市场优势,在此基础上明确数字化转型的具体任务、方式及重点。这就要求企业一定要立足自身发展的实际,结合企业的个性化产品及竞争对手产品销售市场的转变,明确企业当前应以哪一部分的转型作为出发点。在具体操作环节中,对于传统家具企业而言,可以优先将目光集中在业务环节中对效率影响较大的部分开展数字化转型,同时阶段性地实施到位。当然,实现企业数字化转型的成功,就必须将战略评估与调整贯穿其中,即按照既定任务节点,对企业数字化转型的实施成果与最终执行目标完成进行跟踪检查,并将此项工作与企业市场的经营变化及时结合起来,确保企业在经营状况变化时,及时将现有战略实施任务方向进行调整。此外,企业还可以通过采取多渠道培训及宣传措施,旨在强化企业的全员数字化意识。在此过程中,企业可以采取从内部进行数字技术应用培训、通过典型案例的分享让从业人员知晓数字化转型实践中的成就与困境的方式,在引导与调动从业人员积极参与转型行为的过程中,将企业文化中的数字化理念深入贯彻下去。当然,为鼓励企业在转型过程中对数字化技术应用进行创新,在企业获得并保持对数字化转型工作的积极性的前提下,还可以将创新手段及技巧纳入激励范畴,采取评比与奖励的方式来引导员工在转型中发挥积极性与创造性,也就是从顶层开始渗透与植根数字化转型的价值理念。

3.2 技术层面

为了加快数字化转型进程,家具企业应加大对数字化技术的投入,并广泛应用先进的数字化工具来优化业务流程。为此,企业可以引入大数据、人工智能和物联网、deepseek等前沿技术,通过智能化数据分析提升市场洞察能力。在实践过程中,企业需要建设一体化的数字化营销平台、客户关系管理系统和企业资源计划系统(ERP)等,整合企业各部门数据,从而实现实时数据共享与业务流程数字化,这不仅能提升销售效率,还能优化库存管理、供应链调度以及客户服务体验。此外,DeepSeek作为一种智能分析平台,能够帮助企业通过大数据分析和人工智能算法,精准洞察消费者需求,从而不断优化销售策略。一方面,DeepSeek能够帮助家具企业深入了解消费者的购买行为和偏好,结合大数据分析精准定位目标客户群体,这种数据驱动的方式使得企业

能够实现个性化营销,提高客户转化率,从而提升销售额和获利能力。另一方面,DeepSeek 还可以帮助企业实时监控市场动态和竞争对手的销售策略,提供市场趋势预测信息,从而帮助家具企业及时调整产品设计和销售策略,进一步避免库存积压和价格波动风险。除此之外,DeepSeek 还支持企业在电商平台和线下门店的全渠道管理,通过数据整合和协同,能够提升销售流程的效率和响应速度,最终达到降低运营成本的目的。

3.3 人才层面

数字化转型的成功离不开专业人才的支持,因此企业必须要制定科学的人才战略。具体而言,家具企业应通过优化招聘渠道、调整招聘标准等方式,吸引具备数字化背景的专业人才。为此,企业需要提供具竞争力的薪酬福利体系,以及明确的职业发展路径,从而增强人才的吸引力和留任率。此外,加强对内部员工的数字化培训同样不可忽视,通过设立专门的数字化技能提升项目,定期组织员工参与技术讲座、实践课程和技术应用培训,不仅可以增强员工的数字化能力,还能培养员工在转型过程中发挥更大作用的自信心和动力。除此之外,企业还应建立完善的人才激励与团队协作机制,确保跨部门合作顺畅,制定具有激励性的奖惩机制,并将员工在数字化转型过程中的创新贡献纳入绩效考核,能够调动员工的工作积极性,从而充分挖掘他们的内在潜力。通过设立跨部门协作小组,推动信息流通和知识共享,也能提升企业在数字化转型中的综合效能。

3.4 营销层面

在数字化转型的过程中,建立一个全渠道的营销体系至关重要。为此,家具企业可以通过整合线上线下销售渠道,打通传统实体店与电商平台之间的壁垒,从而形成一个无缝对接的多渠道销售体系。在实践过程中,消费者可以通过线上平台选择产品、定制化配置,然后到线下门店体验和购买;也可以在线下体验后通过线上下单,享受更便捷的送货服务,这种线上线下融合的模式能有效提升客户体验,扩大销售渠道,提高市场覆盖率。与此同时,企业应通过数字化手段优化各渠道的客户体验,如在电商平台通过智能推荐系统、个性化推送等方式提高客户转化率,在实体店通过自助终端、虚拟现实等技术提升客户互动和体验感,从而促进销售额的不断增长。在实践当中,加强精准营销和客户关系管

理是数字化营销中的另一关键环节。通过大数据分析,企业能够对市场进行细分,明确目标客户群体,制定个性化的营销策略。例如,家具企业可以利用客户的购买历史、浏览行为等数据,向不同消费者群体推送符合其偏好的产品,从而不断提升购买转化率。此外,企业还应通过完善的 CRM 系统,跟踪客户的购买过程、服务需求等,建立长期的客户关系,通过细致的客户服务和定期的互动,增强客户的忠诚度,进而提高复购率和客户生命周期价值。

3.5 供应链层面

除了上述内容以外,打造数字化供应链也是提升企业竞争力的关键。通过数字化技术,企业可以实现供应链各环节的协同与优化。例如,利用物联网技术对生产、物流等环节进行实时监控,能够提高信息传递效率,快速响应市场需求。通过与供应商共享实时数据,企业可以更精确地预测原材料需求,从而避免因缺货或过度库存而产生的风险。此外,数字化供应链可以实现更高效的资源调度和成本控制,减少人为干预,从而提升整体供应链运作的透明度和可控性。与此同时,企业在数字化供应链管理中,还应加强库存管理与成本控制,采用先进的库存管理方法,如零库存管理、经济订货量模型等,能够有效减少库存积压和资金占用,进一步提高资金周转效率。另外,通过数字化技术,企业可以实现对供应链各环节的动态监控,从而确保及时发现和解决问题。例如,采用人工智能技术进行需求预测,提前安排生产计划,能够不断优化库存结构,避免过度生产和过高库存所带来的高成本负担,这对实现经济效益的最大化是十分重要的。

4. 结语

综上所述,数字化转型为家具企业带来了提升销售获利能力的机会,尤其在拓展销售渠道、精准营销、供应链优化等方面,展现出了巨大的潜力。然而,家具企业在转型过程中仍面临诸多挑战,特别是在战略规划、技术创新、人才培养和数据安全等方面。为了确保转型的顺利推进,企业必须要明确转型目标,合理配置资源,推动技术与人才的双轮驱动,并优化内部管理机制,这样才能不断提升市场竞争力,从而实现长远发展。

参考文献

- [1]张志伟.数字化转型对制造业企业销售模式的影响及路径研究[J].企业经济, 2023, 41 (05): 34-36.
- [2]李红梅.数字化转型对企业营销策略的影响分析[J].管理科学与工程, 2022, 14 (03): 75-77.
- [3]王嘉强.数字化转型助力传统家具行业创新发展[J].现代营销(学术版), 2022, 42 (06): 45-46.
- [4]陈春雷.基于大数据的家具行业数字化转型路径探讨[J].科技进步与对策, 2021, 37 (20): 112-114.
- [5]张敏慧.家具企业数字化营销模式研究[J].商业经济研究, 2022, 42 (09): 90-91.
- [6]徐鹏飞.数字化转型下的家具行业竞争力提升路径分析[J].经济与管理研究, 2023, 43 (04): 121-123.

作者简介:丁国军,出生年:1978.8,男,民族:汉,籍贯:江苏南通,职务:副总经理,学历:硕士,研究方向:企业经营管理。