

互联网时代如何提高纺织企业的销售管理

陆仁义

杭州浩然纺织科技有限公司 浙江杭州 310000

【摘要】中国是纺织产品生产和出口大国，全年中国出口的纺织产品占全世界半数以上，在国际上有较高地位。纺织企业作为支撑我国纺织事业发展的重要支柱，其是否能够良性发展，直接影响到我国纺织行业发展情况，甚至会影响到世界范围内的纺织产品保有量。纺织企业作为轻工业，生产特点相对简单，支撑起企业发展的主要是纺织产品的销售。尤其是在互联网时代下，纺织企业应该抓住时代红利，充分利用互联网信息传递快、流量便捷的优势，扩大自身销售上的空间与时间范围，提高企业市场竞争力。因此，本文就关于互联网时代下如何提高纺织企业销售管理效率展开研究，重点分析纺织企业应采取怎样有效措施提高自身销售管理质量，进而提高企业市场竞争能力。

【关键词】互联网时代；提高；纺织企业；销售管理；效益

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

Lu Renyi

Hangzhou Haoran Textile Technology Co., LTD. Zhejiang Hangzhou 310000

【Abstract】 China is a major producer and exporter of textile products, with its annual textile exports accounting for more than half of the global total, holding a prominent position in the international market. Textile enterprises, as a crucial pillar supporting the development of China's textile industry, play a vital role in the industry's growth and even influence the global textile inventory. As a light industry, the production characteristics of textile enterprises are relatively straightforward, primarily supported by the sales of textile products. In the Internet era, textile enterprises should seize the opportunities presented by the times, leveraging the Internet's advantages of rapid information dissemination and convenient traffic to expand their sales space and time, thereby enhancing their market competitiveness. This paper explores how to improve the sales management efficiency of textile enterprises in the Internet era, focusing on the effective measures that textile enterprises should adopt to enhance their sales management quality, thus boosting their market competitiveness.

【Key words】 Internet era; improvement; textile enterprises; sales management; benefit

任何企业存活在市场上，最主要的目的就是扩大盈利空间，赚取更多利润。纺织企业作为轻工业的典型代表，其盈利模式和其他企业形式一样，都是将自身产品采用销售的方式售卖出去，并获取成本控制后的利润。互联网时代下，给很多企业生存发展带来新的机遇，给诸多企业带来发展优势。纺织企业同样需要抓住互联网时代优势，充分发挥互联网的优越性，并将其应用到销售管理中，进而拓展企业销售路径、提高企业销售管理科学性，促进纺织企业良性发展。

一、纺织企业销售管理存在的问题

当前诸多企业，在销售管理上存在各式各样的问题，严重影响企业利润空间，严重情况下会影响到企业后期发展。因此，企业需要充分分析自身在销售管理中存在的问题，避免影响企业后续发展。

1.缺少概念理解

目前，很多纺织企业对销售管理缺少概念理解，并未深入挖掘销售管理的深层次内涵。尤其是小型纺织企业，大多简单认为销售管理即简单地将所加工产品售卖出去。这种概念上的解读错误，实际上会严重影响到纺织企业产品销售合理性，甚至会影响到企业自身发展。销售管理，实际上是由

企业上层制定的有关企业生存的生产计划,是贯穿整个产品生产环节始终的。销售管理不仅仅是将生产产品营销出去那么简单,而且需要结合市场环境、原材料、人力等多种因素制定的科学性强的销售管理手段。但是受到当前纺织企业管理者和职工职业素养的影响,大部分纺织企业并没有完全理解销售管理这一概念,甚至还有对销售管理概念存在误解的情况。因此,这也就导致我国市场环境中纺织企业基数庞大,但是并没有很多高质量的纺织企业脱颖而出,屹立在国际市场环境中。尤其是在互联网时代下,很多纺织企业并没有充分互联网优势,深挖销售管理内涵,而是采用以往简单思维理解销售管理的概念,严重影响到纺织企业在互联网时代下的良性发展。

2.管理手段落后

纺织企业中的销售管理,其核心同样为管理,是建立在纺织产品营销视角下的销售管理。但是,对全国范围内大部分纺织企业销售管理手段进行研究分析可以发现,这些企业在管理手段上普遍存在落后情况,依然采用传统销售管理手段进行企业销售管理。其中最明显的即没有充分利用互联网优势,而是过多投入人力、财力,严重影响到销售管理效能。例如,大部分纺织企业在销售管理中,只是通过单纯投放广告、张贴广告的方式进行产品宣传,没有途径扩展销售渠道,获取新的客户资源。这就使得,很多企业在后续发展中越步履维艰,感觉自己的客户越来越少。另外,再加上销售部门对销售管理手段不能持续更新,在一定程度上会影响纺织企业销售管理制度更新,使企业陷入恶性循环之中,造成企业利润份额逐年下降。

3.销售理念落后

纺织企业在发展过程中,销售理念是非常重要的一项内容,甚至直接影响到企业的生死存亡。但是,我国大部分纺织企业并未深刻认识到销售理念在企业实际发展中的重要性,甚至存在销售理念滞后的严重情况。具体体现为,纺织企业不重视销售管理,年均销售管理培训方面的人力和财力投入非常低,甚至没有。尤其是新入职的销售管理人员,很多纺织企业不愿意花费时间和金钱进行销售管理培训,这就导致纺织企业后续销售管理方式落后,影响企业生产效益。另外,还有很多纺织企业采用的是老员工带新员工的方式传递销售管理经验。这种老带新的方式虽然能够节约一定企业生产成本,但是长期而言,每一批职工都难以接触社会上新的销售管理制度,导致职工销售管理理念长期滞后,严

重影响到纺织企业后续销售利润。

4.缺少激励措施

有效的激励措施,是确保销售管理工作能够高质量开展的关键。但是很多纺织企业并未认识到激励措施的重要性,甚至认为日常激励是增加企业成本的无理行为。这种情况下,很难调动销售人员的积极性,从而使得销售人员工作热情下降,为企业付出的会越来越少,直接影响企业效益。合理的激励措施,直接关系到销售部门工作人员生产积极性,同样也会影响销售部门职工的工作态度。长期缺少合理激励措施,企业职工的销售积极性会大幅下降,这对企业的后续发展无疑是致命的。

二、纺织企业销售管理措施

针对当前我国纺织企业销售管理存在较大问题,在一定程度上影响到我国纺织事业进一步发展的情况,这些企业必须寻找一定解决途径,提高企业销售管理质量,进而提高自身市场竞争能力和国际市场地位。尤其是在当前互联网时代背景下,纺织企业需要充分发挥互联网技术优势,将互联网转化为企业生产销售动能,实现企业利润大幅度提高。

1.重视互联网信息,优化销售管理

纺织企业领导和销售部门作为企业销售管理者,需要在互联网时代下对互联网带来的优越性有充分敏感度,能够掌握并充分利用互联网优势,给企业销售管理带来较大改善。尤其是互联网技术时代的大数据分析技术,能够给纺织企业销售管理带来大量市场数据。这些数据是单靠人力很难完成有效统计的,借助这些大数据,纺织企业可以制定更加科学的销售管理目标和销售管理制度,尤其对企业制定生产计划等有着重要帮助。同时,利用大数据还能够及时获取市场产品销售情况反馈,帮助企业后续建立起更加完善的生产销售体系,整合整个企业的资源优势,实现企业良性循环。在互联网背景下,纺织企业充分利用互联网优势,能够在很大程度上保持企业健康运营,保证企业的市场地位。

2.强化销售业务培训

纺织企业站位互联网时代背景,强化销售业务培训,更能促进企业销售管理工作良性发展。销售业务培训,整体可以在销售技巧、客户谈判、企业文化、销售责任等多个方面开展。尤其是在互联网时代下,充分挖掘互联网中的培训要素,给予企业员工正确的业务培训引导,能够大幅提高企业员工销售业务技巧,并为企业创造更大利润。当企业销售人

员销售业务有所增强后,其销售思路与销售技巧也会有所革新,这个时候企业销售人员更能够洞察市场环境中的产品营销动向,进而为企业后续销售提出宝贵建议,使企业销售工作有所进展。基于此,纺织企业需要不断加强销售业务培训投入,尤其是销售业务相关的网络课程、讲座资料等,一定要舍得投入,这样也能够使企业销售人员看到企业对销售部门的重视,进一步调动销售部门工作积极性,促进企业健康发展。长此以往,企业销售人员还有可能实现自我培训与自我技能升级,能够利用互联网技术开拓后期市场,进一步扩大企业利润空间。

3.优化工作模式

互联网背景下,纺织企业销售工作的工作模式需要结合互联网技术有所创新与优化,尤其要一改以往效率低、漏洞多的销售工作模式。对于一个纺织企业的销售人员而言,良好的销售工作模式不仅能够调动其工作积极性,同时还能够提高其工作效率,进而增加企业销售收入。通过利用互联网大数据优势,很多销售环节可以在网络上线上进行,并不需要销售人员东奔西跑。销售人员通过线上开展大量工作,不仅能够为销售人员省出时间以思考后续工作,还能够降低销售人员销售环节中的疲劳感,提高销售管理质量。在具体工作实践中,纺织企业通过优化工作模式,能够最大程度激发销售部门工作积极性,使销售部门能够有动力抢占市场份额,而不是被动工作。另外,通过大数据分析,还能够帮助纺织企业销售环节分析客户实际需求,以及有无其他企业竞争,帮助企业制定更加科学的销售对策,提高销售成功率,增加企业收入。

4.优化绩效考核

绩效考核是企业调动销售部门工作积极性的重要手段,企业根据合理的绩效考核制度对销售部门进行考核,能够在很大程度上衡量销售部门的工作情况,并给予适当的奖惩措施。在制定具体绩效考核标准时,销售额是首要指标之一,但同时还需要重视客户维系率、售后服务质量等考核标准的

重要性。做好客户维系工作,能够在一定程度上降低销售难度,并且可以使企业获得稳定客户资源,提高纺织企业产品销售领量。尤其在互联网背景下,纺织企业可以结合网络技术对销售部门工作情况进行科学性的绩效考核,确保考核结果的严谨性与科学性,这样能够保证销售工作人员的心理平衡,确保职工能够劳有所得,促进企业稳步向好。

5.客户关系管理

纺织企业维系好客户关系,是保证销售工作顺利进行的关键,稳定的客户群体,不仅能够解决企业产品销售路径等一系列问题,同时还能够促进企业产品创新,实现企业产品质量上的提升。因此,在大数据背景下,纺织企业需要充分利用大数据技术掌握客户信息,并做好后续客户管理。例如,在客户关系管理中,客户的兴趣爱好、重要纪念日、喜欢的产品等,都可以利用大数据整理技术进行综合整理,确保销售部门能够做好客户关系管理工作。必要时,纺织企业还可以利用互联网技术建立客户数据库,将客户的重要信息及时输入到数据库中,以便销售工作更快速便捷开展。基于此,这就要求纺织企业在大数据设备与技术上加大投入力度,强化硬件设备与软件技术更新,使销售管理工作能够有良好的基础保障,促进客户关系管理良性发展,进而给企业带来更多利润。

总结

纺织企业在我国企业群体中占有重要席位,我国作为纺织产品生产大国,纺织企业需要在多个角度重视销售管理,提高企业经营质量。尤其是在互联网时代背景下,纺织企业需要充分结合互联网优势,将数字化技术、大数据技术等应用到销售管理中,提高销售管理工作质量和效率。因此,纺织企业需要站位互联网视角,通过优化工作模式、优化绩效考核工作、强化业务培训等方式提高销售管理工作效能,实现为企业增加盈利空间的目的。

参考文献

- [1]郝敏. 浅谈如何提高纺织企业的销售管理[J]. 青年时代, 2019 (5): 263-264.
- [2]毛伟华. 互联网时代如何提高纺织企业的销售管理[J]. 商展经济, 2021 (8): 115-117.
- [3]苏建军. 互联网时代如何提高纺织企业的销售管理[J]. It 经理世界, 2021 (4): 38.

作者简介: 陆仁义, 出生年月: 1969年7月, 男, 汉族, 籍贯: 浙江杭州, 研究方向: 经营管理。