

线上直播打开 B2C 渠道模式

永康质造 谋变突围抢抓新商机系列报道之一

开拓销售新渠道、探索数字化转型,成为当前许多企业面对的课题。一支话筒、一个摄像头、一台手机或者电脑,就能打造出一种全新的销售方式,直播把单向购买变成双向互动,交流更有温度和趣味性,增加了对消费者的吸引力,市场发展潜力巨大。线下消费停滞,线上市场复苏,传统五金产业乘势而为,抓住机遇,大大降低因疫情造成的损失,甚至找到新的增长机会。

从网红经济到线上展会,一个曾经陌生同时潜力巨大的营销模式正向五金制造企业迅速打开,于传统贸易方式上构建起一条全新的发展思路,B2B和B2C两端同时发力,新型消费、升级消费的机遇成为五金产业转型升级的重要通道。



南龙公司直播间

记者 吕高攀

静态展示到动态演示的迭更

Hello everyone ,welcome to latim kitchen room,so today we will present our new series.(大家好,欢迎来到我们的厨房直播间,今天我们将给大家介绍新系列的产品。)南龙集团有限公司展厅,一块面积超过30平方米的空地被改造成厨房,一场直播正在上演。两名由南龙公司外贸部工作人员客串的主播相互配合,一人负责用新品厨具演示做菜的过程,另一人则以熟练的外语介绍产品的创新亮点和实用功能。

过几天,这里会成为公司线上广交会的主场,我们的团队将与来自全球8000多名合作伙伴面对面交流,共同探讨保温杯功能创新、市场开拓等命题。南龙公司炊具事业部总经理、外贸部副总经理江志飞说。

第127届广交会即将开幕,与以往不同,线下展会搬到了网上,对于南龙公司来说,这种全新模式给他们的外贸交流活动带来了巨大的挑战,过去两个月,整个外贸部都在不断地探索和学习。

江志飞介绍,如何做好线上推广这篇文章,确实需要花大量时间研究,大规模改造企业样间的同时,企业邀请外援,制作了生产环节和产品细节的短视频宣传素材,并且通过3D模拟视频全方位展示企业未来智能化工厂的建设规划。

此次广交会举办形式发生了极大变化,对我们和客户来说都很陌生,但这也为我们提供了更好的机遇。其中最大的亮点是能够完成大范围的1对N展现,这是线下展会做不到的。线上展会引流过程中,江志飞体会到直播形式的好处,除了已经达成深度合作的几百个国际客户外,此次广交会期间,南龙公司向此前有过合作的所有采购商发出邀请,让他们更好地了解公司近期的创新变化。

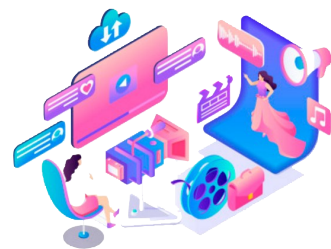
与南龙公司正在发生的情况类似,永康市凌鹰电器有限公司外贸部同样忙碌不停。稳定美国市场之外,今年我们将重要开拓方向瞄准欧洲国家和俄罗斯,线上广交会为我们提供

了一个良好的契机。凌鹰公司外贸部经理李欣说。

对李欣来说,往届广交会,受限于展位面积,现场只能展示小部分产品。今年线上广交会,李欣和团队能够将更多产品送达连线视频的另一端。此外,凌鹰公司还将在室外开拓一个上千平方米的户外赛道场地,通过不间断的直播展示产品性能。

李欣表示,新冠肺炎疫情全球蔓延,户外运动健身掀起热潮,公司订单不减反增,5月的产量环比增了一倍,生产排期已经延至7月底。通过动态展示模式,可以让更多采购商直观地了解产品性能和使用模式,激发合作欲望。

据悉,此次线上广交会,我市133家参展企业已经陆续上传产品和宣传视频。每家企业单独设立了全天候24小时的直播间。对不少企业而言,直播并非简单地将展厅线下搬到线上,还将是营销模式的彻底颠覆,成为从静态展示到动态演示,增强营销黏度的重要方式。



记者手记

所见即所得 才是直播模式发展王道

第127届广交会之前,我市不少企业已经享受到直播经济的红利,直播的一个好处是所见即所得,能够帮助消费者建立对产品品质直观的信任感。不过,对于五金产业来说,直播模式的应用事关未来营销渠道的战略布局,更应该关注制造端本身的精炼。

此前和薇娅合作,他们选品团队对产品的设计、质量都有很高的标准。对这些网红来说,他们正是凭借自身的信誉为产品代言,其直播间架通企业与消费者的同时,也为两者提供担保,这其实就是直播的本质。对于直播经济,浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司副总裁欧阳波有自己的见解,在搜刮网红大咖的粉丝红利的同时,这样的原则对企业自身构建直播平台同样适用。

所见即所得,这是对于制造端构建直播渠道的最基本要求,同时也是直播经济中强化产品颜值属性的关键需求。因此,连线直播频道,制造企业在新材料、新技术、新工艺、新设计方面需要投入更多力量。

同时,直播经济同样应该差异化,在进一步专业化的基础上,企业可以大胆创新,打造差异化产品,运用各种丰富多彩的手段,扩大影响,以吸引受众,提升体验,加强互动关系。同时,企业应探索基于网红的生态链条的广告价值,进一步提高直播经济的性价比和含金量。

从 B2B 到 B2C 模式的预演

线下广交会,一次参展的花费大概需要四五十万元。尽管首届线上广交会,我们的投入可能会更多,不过一旦这种模式探索成功,将成为公司开拓市场的利器。这是企业稳定B2B模式,拓展B2C模式的一次预演。江志飞说。

此前,为了让线上广交会效果更好,筹备活动之前,江志飞先与一些客户进行交流,得知大家最希望了解的还是产品的具体细节,包括设计亮点、实用功能、材料应用以及对现阶段流行趋势的把握等。这对外贸企业来说,将是一个全新的挑战,意味着产品从口头和实物展现向文件、视频资料呈现转变,外贸团队必须为客户提供尽可能完整和展示性更强的文案。

在江志飞看来,未来线上形式将成为产业链上下游沟通交流的重要方

式之一,近几年来南龙公司跨境电商的发展佐证了他的看法。2018年下半年,南龙公司开始布局跨境电商。很快,该公司跨境电商迅猛发展,通过亚马逊、易贝等跨境电商平台,直接对接美国、英国、日本、加拿大等国家的消费者,主打5个系列60多款产品,实现统一自主品牌运营,依托企业强大的生产和创新研发能力,稳步开拓国外市场。如今,该公司的跨境电商销售额已经占据全部外贸销售额的10%左右。

对此,浙江开源动力有限公司总经理徐雅彬同样感受颇深,广交会上采取的直播方式不仅仅是疫情防控时期恢复制造业全产业链的权宜之计,更是疫后制造业企业形成集聚发展、实现智能化转型升级的加速器。此次广交会直播虽依然处于探索阶段,但是能够为接下来的线上B2B和B2C模

式提供更多的经验。

在数字化改造中尝到甜头的徐雅彬积极迎合直播的贸易方式。在她看来,数字化技术是连接整个社会经济齿轮的链条,借助数字力量,直播经济在需求端大放光彩,形成线上线下融合发展的新格局,又进一步倒逼供给端制造业企业智能化转型升级。过去一段时间,在5G、大数据、虚拟现实等新兴技术不断成熟的背景下,直播带货模式将创造前所未有的经济效应,让厂商更加意识到全产业链信息联通的重要性,促使制造业企业加快基于人工智能的行业云平台建设。而且网红直播往往需要更低的价格来提高流量、增加客户黏性,在市场消费旺盛的刺激下,制造业企业为减少人工成本、提高生产效能,将致力于自动化生产,打造智能工厂。