

# 郑州办公用品企业如何做好网络营销推广

|      |                                    |
|------|------------------------------------|
| 产品名称 | 郑州办公用品企业如何做好网络营销推广                 |
| 公司名称 | 河南刘贵商务服务有限公司                       |
| 价格   | .00/件                              |
| 规格参数 | 套餐一:2000<br>套餐二:15000<br>套餐三:50000 |
| 公司地址 | 河南省南阳市卧龙区卧龙岗街道卧龙路经纬国际1号楼810（注册地址）  |
| 联系电话 | 13323693821 13140513661            |

## 产品详情

随着互联网的飞速发展，越来越多的企业采购也慢慢适应于网络采购，但办公用品行业还比较混乱，整体从业者素质普遍偏低，有小、散、乱的现象，很大一部分企业还停留在传统的商业模式，靠门店、市场、和传统销售人员来拉动竞争市场。

要在整个行业中脱颖而出，无疑要利用更灵活的销售模式，利用好互联网走出创新的销售渠道。

3年前，国内办公用品巨头已经开始走自己的创新模式，史泰博一直找机会收购国内企业来复制美国模式，京东成立大客户部，重点开发政府及央企采购，得力借助京东，打造整体办公解决方案，齐心实行B2B转型，让自身渠道实现电商，晨光成立科力普，进攻办公直销领域，但这些巨头目的都在一个，就是终端市场，去掉中间销售环节。力求更大的占有市场份额。

如今，进入新媒体传播与电商并行的时代，虽然各大巨头以拥有自己的电商模式，但从整体而言，巨头们之间差距也很大，更是由于市场覆盖面积大，因此只能像互联网初期发展一样，4大门户覆盖面大，转型慢，区域化是个很大的问题，后来各大门户分别入驻各区域，走出一个更精准或者说是离终端市场更近，带动互联网社区化、网格化服务，来拉动精准客户的需求。

办公用品行业也是如此，巨头覆盖面大，无法一下实现社区化和网格化服务，加上配送和维修还得依仗售后服务点，因此除增长订单以外，对精准的区域服务更是爱莫能助。

而本土化企业服务理念，是唯一一个很有利的竞争优势!

## 办公用品公司的定位

### 1、打造本土化的企业一站式办公用品服务商。

近年来，传统企业受到行业市场及政策调控的影响，无奈与被迫走向转型，但国家一再提倡信息化结合、互联网思维、创新经营等思路，是传统企业发展的必经之路，因此我们要做的就是洗刷本土办公用品市场，做出一个标准化、一体化的办公用品采购新模式。

### 2、一站式模式

结合自身优势，品类多、品种全、价格优三种商品优势资源，打造一站式。

### 3、优化购买体验

网上订购简单，商家沟通简单，收货取货简单，采购再多也不麻烦。

### 4、优化维护体验

预约更换配件及维修服务，人员按时准时抵达，提供比较快的维修维护方案，付款结账，一键搞定。

### 5、优化在线客服

不同类型需求企业可对应选择不同搭配方案，帮助企业选择产品及类型，不为办公用品的品类及区别发愁。

## 办公用品公司的功能

1采购平台结合郑州本土企业需求特点，做好产品类目及线上商品的归类整理，品牌类目、型号类目、产品类目，优化购买环节（记录用户习惯及购买记录）、签约环节、支付环节（支付多样化、线下支付线上同步）、售后环节，通过用户购买体验，放大体验环节作为推广的重点，做好客户管理及培养再购买粘性。

2服务平台，针对办公设备的售后维护，由手机端可一键快修，一键换墨，一键预约，通过后台数据处理，查找用户购买记录，服务人员可掌握相关信息，快速处理。

## 办公用品公司的推广

1.PC平台：平台区域化推广、精准用户推广（SEO/SNS/SEM/BBS/资源合作）。

2.微信及自媒体：以品牌及用户体验、客户案例为主要内容，深入企业采购者的辛酸痛处，以引导和指点办公用品的选择和更快的解决办法。

3.线下付费广告：写字楼，商务场所等。

4.店面配合推广：店面销售配合推广活动执行。

5.大客户平台转移：由业务人员将以往大客户数据交由平台数据管理，为服务人员做好数据记录，同时附加返利营销。

## 办公用品公司的网络营销推广流程

### 1.商品管理

做好商品的分类管理更新、库存数据更新、商品规格及详情数据、配送包装及管理。

### 2.客户服务

企业客户的对接及谈判规范、在线客户的记录及统计、客服流程安排及处理、订单处理及维护规范。

### 3.物流配送

自营配送流程及时间安排、配送反馈数据及记录。

### 4.维修维护

维修维护订单处理流程、维修价目标准范畴、维修实施规范、维护实施规范。

## 运作

1.实现平台基础功能性建设、团队建设（技术团队、服务团队、推广团队）。

2.实现平台上线及试运营阶段，磨合团队、平台功能、流程控制、用户需求及数据反馈。

3.根据试运营，调整线上功能及用户体验，增加各环节人员手机端权限及环节控制管理。

4.运营阶段，控制好订单及增量，把握用户数据，做好细节处理及完善。

5.增长期，平台及功能正常运行，扩大市场，推动平台的影响力及社会地位，结合区域特点，完善资源合作方，通过各种平台和渠道，整合有利资料紧密合作。

6.市场占领，扩大编制，排除竞争对手，充分利用平台数据，完善商品供应链、客户服务相关法务，自建或与第三方合作完善配送、维修维护梯队。

7.稳固平台地位，复制模式占领其他地市/通过大数据支持引入外来资源拓展用户需求。