

# 浅谈围绕快消品经销商的几大经营问题

产品名称	浅谈围绕快消品经销商的几大经营问题
公司名称	凌云科技(天津)有限公司
价格	面议
规格参数	
公司地址	北京市石景山区体育场南路
联系电话	010-68640140

## 产品详情

2011年，凌云科技针对中国快消品行业对移动营销管理的巨大需求，潜心打造适用于中国快消品企业的移动营销运营管理平台。借助多年来积累的丰富的软硬件研发经验，以及快消品项目咨询实施经验，以专业的手持移动终端为基础，打造了集销售终端实时管控、终端销售数据实时采集，销售人员绩效管理、库存实时科学管理、财务实时管理、商业智能应用为一体的集成化管理平台。公司搭建了完善的售后服务体系。技术团队24小时快速响应客户反馈问题，销售支持体系遍及全国，形成了以省会城市为骨干体系，以重点地级城市为分支的网状服务体系，确保了对客户服务的及时性。

<http://www.ipaloma.com/> “市场小，竞争大，人难招，零售店要求高，利润越来越低，资金压力越来越大……，总之生意越来越难做”是目前很多经销商朋友叫苦最多，也是一直困扰着他们经营过程中的系列问题。通过10来年的市场操作经验及与经销商朋友的接触，下面分析几点具有代表性的困扰经销商朋友的问题来和大家交流。

一、系统的经营意识不够，缺乏整体市场把控意识 面对目前市场的精耕细作和渠道的扁平化，许多经销商的操作思路出现了前所未有的挑战，一个业务员、一个司机、一台车，哪里要货哪里卖，销量多的时候一天有个万元以上，销量少的时候就一千多块，除掉开支等于还要亏钱。天天出车，厂家月月压货，年终一算销量没涨多少，利润却少了不少，库存还有一大堆。麻雀虽小，“五脏俱全”。虽然不能像实体企业或大型的贸易公司一样有实体的人力资源部，销售部，市场部，财务部，物流部等，但我们在整个市场操作过程中一定要有以上各个部门的职能意识，市场操作是个系统工程，只有系统的规划和有意识的经营才能有长远的发展。这样在市场操作过程中有掉链子的环节也是很容易发现和总结出来并加以改进。我有个经营了20多年的快消品经销商朋友钟老板，一直在经营纸品及卫品。因为生意做得比较早，资金实力雄厚，市场面也广。2008年的销售额达到了4000多万，但是2011年下滑到2400多万。团队人数基本没变，但是流动性很大。所经营的品牌从9个增加到20多个，几乎每年都有新品牌进来，老品牌出去。并且外面的应收账款达200来万。从以上可以看出，几乎每个环节都有改良的必要。人员流动性强，导致人员管理成本提高。品牌的频繁更替导致下游客户对其品牌的忠诚度不高，并且对新品的推广肯定存在影响，否则没必要经常更换经营的品牌。虽然资金雄厚但是应收货款的不及时回收导致账目的恶性循环。市场操作上很被动（要知道现在欠钱的是爷啊）。一个表面风光的大老板，其实天天苦恼的很。

二、如何在小市场占有大份额 现在市场上普遍是以行政单位为单元划分经销区域，基本上每个经销商都有属于自己的一亩三分地。市场面积和人口数量肯定是有一定局限。然而怎么能够做到销量的持续增长是个值得探讨的问题。很多老经销商都抱怨市场太小，几天就把一个县给跑完了，基本上一台车就可以经营一个区域的经销商大把存在。有几台车的经销商经常把多余的车停在家里，业务人员也经常休息，资源浪费现象屡见不鲜。怎么样在一块大小固定的蛋糕上分得更多的份额，是我们经销商朋友要更多思考和努力的地方。比如扩展分销渠道，提升网络覆盖率，加大重点品项的

推广，拉大畅销品项的市场份额，根据具体情况就自身经营品项做结构上的完善或精细化。业务团队的服务能力的提升，市场划分更精准，责任到人更明确，增强其自主经营意识，提升责任感。整合所经营品牌的各个优势资源，把提升市场份额作为一个长线的战略目标定位。到最后做成当地行业里的领导地位不是不可能的。在湖南我曾经服务过的一个县级经销商梁老板，该县城大约30万人口，从2009年开始其一年的营业额都是在1000万以上。传统渠道的网络覆盖率在98%以上，几乎没什么盲点，很多特通渠道都开发出来了，并占有很大的比例。其代理的产品在几个当地的上规模的超市几乎都占据龙头地位。品项结构做得非常的不错：流通畅销品项、利润品项、卖场主打品项、利润品项、组合套餐的制定等都做的很不错。结合各个厂家的资源很好的打造出了自己在当地的口碑和品牌，手上几个三线品牌在当地都做成了一线的品牌效果。

三、量大利小利不小，量小利大利不大，利与量的问题 其实生意人讲究的就是资金回报率，即投多少资金能有多少的回报。快消品讲究的是快速消化，快速的从货物变成现金。从资本运作上讲就是资金流转率。即如何让有限的资金在一定时间内做多次的高频率的运转。做为纸品在很多的快消品行业里其利润是比较薄的，但是其销量很可观，那如何才能提升利润，很好的手段就是提升资金利用率和使用频率。正所谓的一分钱当两分使。比如我广西一个刚做纸品的经销商朋友，除掉固定资本其运转资金是5万元，目前每月的稳定销量10万。意味着其运转资金每月运转两次。一年运转24次。算每次的毛利空间为10%，那意味着年度毛利为 $24 \times 5 \times 10\% = 12$ 万。资金回报率达到了240%。打个比方：如果这笔5万的运转资每月只能运转一次那么其年终的毛利为 $5 \times 12 \times 10\% = 6$ 万。资金回报率就只有120%。如果能运转3次，那么年终毛利将达到18万，资金回报率将达到360%。因此表面看来只有10%利润的产品只要操作得当还是可以得到很不错的资金回报率的。关键是把眼光放长远，就快消行业的目前竞争环境，暴利产品的生存空间几乎没有了，不要每一次交易都要求标准的利润空间。其实当大家都在关注单笔生意的毛利空间时，可以适当的做些让利不让价的动作，拉大销售额，促进资金流转速度，把单笔交易的利润进行多次累加，不仅可以提升利润，还可以提升市场份额，提升产品的竞争力。

凌云科技潜心打造适用于中国快消品企业的移动营销管理平台。以专业的手持终端（pos机）为基础，实现移动商务管理：销售人员精准定位，零售终端实时管控，终端销售数据实时采集，销售人员不再手抄单，实现了智能下订单，绩效管理更科学。

移动进销存管理：实时仓库管理，实时财务管理，内勤管理不再繁琐。<http://www.ipaloma.com/>