我市企业积极创新营销模式提高物流效率

创新之钥打开“双十一”流量之门

邮政快递分拣中心

杰诺公司的直播间

炊大王公司发货忙

今年“双十一”,几大电商平台促销手段不断更新,消费者也从集中一天“买买买”投入到分阶段的购物狂欢。游戏规则变化的同时,线上专供、仓库直播等新的营销方式也开始“上线”。正因为牢牢掌握了这个流量密码,我市电商企业也如期获得了丰收的喜悦。

线上专供 仓库直播——企业及电商个体加快出单速度

这几天,杰诺工贸有限公司总经理陈康俊十分忙碌。他一边复盘“双十一”销售数据,一边做好下一步营销规划。据悉,今年“双十一”,该公司一款与华为联合开发的无线吸尘器在短短一小时内就卖出4000多台。

产品设计新颖,单价却不到300元,杰诺公司这款刚面市的无线吸尘器一举拿下了淘宝同品类产品第二名的好成绩。以200元以上客单价来分类的话,这款无线吸尘器更是直接冲进了淘宝销售排行的榜首。

令人诧异的是,这款产品没有出现在杰诺公司的线下门店中,而是以“线上专供”的模式主打电商市场。“近几年,线上平台如雨后春笋般涌现,原有的渠道流量正不断被拆分、稀释。意识到这点后,公司针对不同平台设有差异化的产品线,不同渠道销售的产品,其型号、外观均有所不同。”陈康俊说,这样一来,既保证了产品的个性及竞争力,又避免了产品在不同端口的内耗。同时,消费者也不必再为比价烦忧。

“双十一”期间,电商个体户也迎来了一年一度的“验收时刻”。在市中央仓储物流中心的一处仓库内,记者看到,一排排纸箱被垒成一堵“围墙”,主播江建正置身其中,双手不停地抓取货架上的产品,对着镜头讲解。

“这段时间以来,直播间的多款产品一度卖断货,为了尽快将包裹寄出,下播后我还得去工厂盯着生产,确保抓紧出货。”对于“双十一”的这波销售战果,江建是又惊又喜。

作为电商行业的服务商,浙江宏伟供应链集团股份有限公司旗下的云仓体系这段时间发挥了巨大作用。“云仓内入驻企业已有100多家,‘双十一’期间,到货量、出货量同比增长明显,为了提高产品打单和出库的速度,我们增加了10余名临时员工。”该公司相关负责人应柳慧说。

据应柳慧介绍,去年“双十一”期间,宏伟云仓共发出约200万件包裹,今年数值将更高,预计能达到260万件。从目前发出的包裹具体情况来看,户外健身、纺织类(保暖内衣)、保温饭盒、杯壶、锅具等货品出货量较大。

稳定节奏 服务升级——快递末端布局提高派送效率

相比往年,今年的“双十一”,除了淘宝、京东等平台外,我市企业还纷纷加入抖音直播、拼多多等平台,让全市快递量不断走高。

记者从市邮管局了解到,11月11日至13日,全市日均收寄快递量超过330万件,同比稳中有升。

商企在前端打头阵,快递业在末端拼服务。“双十一”期间,我市快递业进入投递高峰期。当大多数人正在睡梦之中,快递小哥已开始陆续派送包裹至消费者手中。

11月11日凌晨,家住丽州首府的市民小胡在淘宝购物平台上支付完最后一单后,随即倒头大睡。当天上午,小胡就陆续接到了几个收件短信通知,她情不自禁地跟同事夸赞“现在快递的速度真给力。”小胡还惊喜地发现,前不久小区与邮政快递永康分公司合作成立了中邮驿站,生鲜类包裹被暂时保管在一个冰柜中。今后,她再也不用急着回家取件了。

派送速度变快的背后,是我市快递业主动提档升级。“随着永康五金不断触网,本地快递业也在加快发展壮大。现在,江浙沪的快递基本能实现隔天送达。针对各电商平台推出的消费节点,也可应对各种突发情况。”一位业内人士表示,快递变快的原因,很大程度源于我市快递业在终端布局了大量驿站。其中,仅中邮驿站网点就达到155个。

今年,为保障“双十一”期间快递业实现畅通、稳定、平安,市邮管局本月初就启动了旺季服务保障机制,制定印发寄递渠道旺季服务保障工作方案,成立保障工作领导机构。在保证安全和防疫要求的前提下,要求全市范围内的快递企业在扩大产能的同时,落实好服务标准,保障用户合法权益。据悉,在此期间,我市所有快递企业均提前做到增调人员、车辆,提升运输能力。

“每到旺季,我们的目标都是确保全市寄递网络不瘫痪、不爆仓,打造一个舒心的寄递环境。”市邮管局办公室副主任肖玉青表示。

□融媒记者 应柳依

记者手记

玩法百变 唯新不破

如今的“双十一”,已不再是一周、一天或者一个时间点的爆发,而是提前几周的预热、分阶段的活动。在该时间段内,产品可提前以订金形式预订,节点过后商家仍提供延期优惠服务,玩法愈发变多了。

对快递行业来说,电商消费也不再那么集中,消费量合理分流,有利于企业减轻压力,降低节期变相增长的各项成本。借着这个利好,我市快递企业持续做着服务的加法,在同等价格上拼服务,在同等服务上拼速度,通过不断与本地电商企业磨合,提升消费者的快递体验。

比快递服务升级更值得一提的,是我市企业的产品创新速度。近年来,线上竞争异常激烈,倒逼供应端升级,推动着我市传统制造业从销售策略、品牌运营与生产计划上掀起一轮又一轮变革。作为“双十一”活动的资深玩家,杰诺公司颇具代表性。今年,该公司开发了一款家用无线吸尘器,顺利打开了线上市场,创造了新增量。炊大王公司也调整了营销战略,通过电商与门店两大业务板块的差异化布局,实现了品牌与销量的双赢。

企业“双十一”期间的这些动作,也侧面反映出如今消费者对“双十一”的关注点不只是价格,更多是产品的创新。当下,基于永康制造强大的生产能力,我市电商企业正在通过“新制造”和“新零售”碰撞出的火花,推动线上与线下销售端口的共融互通。