

基于移动电商的农机营销模式创新探究

吴金珂

(河南工业贸易职业学院, 郑州 451191)

摘 要: 在移动网络通讯技术飞速发展的今天, 我国农机产品销售企业逐步探索出了一条农业机械销售的新渠道。移动电商营销模式弥补了农机产品生产环节中在信息、运输、售后服务等方面的各种不足, 成为农机产品销售新的增长点。然而, 目前国内农机产品移动电商销售模式还存在不足之处, 通过提出有针对性的对策建议, 为农机产品生产企业更好地完善移动电商销售模式提供了重要参考。

关键词: 移动电商; 农机产品; 营销模式创新

中图分类号: F426.4; F724.6

文献标识码: A

doi: 10.14031/j.cnki.njwx.2022.01.017

0 引言

随着农业机械化生产的不断发展, 我国各农产品生产区对于各种农机产品的需求也日益扩大, 农机产品销售量逐年增长, 移动电商销售模式将成为未来农机产品销售的主流。移动电商营销模式成为了农机销售的重要组成部分, 然而, 目前国内农机产品移动电商销售模式还存在着一些欠缺, 例如配套设施不完善、微营销模式单一、农机产品标准化生产程度不高、专业的电商人才缺失等, 为我国农机产品移动电商销售模式的发展造成阻碍。

1 移动电商概念和背景

1.1 概念

移动电子商务是利用智能手机、平板电脑等无线终端进行的 B2B、B2C、C2C 或 O2O 的电子商务。它将因特网、移动通信技术、短距离通信技术及其他信息处理技术完美结合, 使人们可以在任何时间、任何地点进行各种商贸活动, 它拥有长期在线、高度整合、社会化、游戏化、便捷化、终端多样化等特点, 是一种现代化的销售模式, 同时也是未来网络销售的主要发展方向。

1.2 背景

随着我国电子商务近几年的快速发展, 我国农机市场开始创新电子商务农机营销模式。虽然我国电子商务农机营销模式仍处于探索阶段, 并没有成为农机行业的主要营销模式, 但电子商务的特征与农机的属性高度契合, 许多龙头农机企业和农机平台正努力对电子商务平台营销模式进行深入学

习和分析, 相关平台也逐步建立了农机网站。例如, 中国农机化信息网推出的河北庞口农机配件市场, 不仅可以促进农机相关活动, 还可以为农机户提供网上购物功能。此外, 农机 1688.com、京东商城、宜信融资租赁共同打造的农机网商城也是电子商务与农机的有机结合。

2 移动电商背景下农机营销模式分析

2.1 综合移动电商平台营销模式

在这种销售模式的驱动下, 各农机产品的生产企业结合生产实际, 经过有机整合形成了一个比较完善的供应商集体, 而农机产品的销售代理企业通过进驻网络移动电商平台成为实际意义上的销售商, 农机产品信息通过销售商传递给客户, 然后将客户的订单信息报送生产企业进行合理化生产^[1]。这种双向的信息传递保障了生产企业和消费者之前的产品供应关系。

2.2 垂直电商企业营销模式

与综合移动电商平台营销模式不同, 垂直电商企业营销则是农机产品生产厂家直接通过移动电商平台, 将自己的产品订单、生产、销售等信息进行公布, 有购买意愿的消费者可以结合自身需求进行选取。这种销售模式的特点是没有中间代理商这一环节, 由农机产品生产企业直接对客户进行服务, 确保了农机产品生产企业获得产品营销利益的最大化, 同时, 也对生产企业移动电商营销能力具有比较高的要求。比如企业自己建设有专门的移动电商销售平台和运营团队。

2.3 网络微商营销模式

随着移动终端的普及和各种移动应用程序的出现, 网络微商销售模式成为了当前炙手可热的一种全新的营销模式。在该模式下, 农机产品生产企

作者简介: 吴金珂(1993-), 女, 山东青岛人, 硕士, 助教, 主要从事电子商务和市场营销相关工作。

业可以通过微信、微博投放农机产品信息,并对农机产品的生产销售情况及时更新,还可以线上解答一些客户提出的问题,产品的下单、物流信息的填报、产品费用支付都可以在线上完成^[2]。相对于专业化的移动电商平台,微商营销具有便捷化、简单易操作、技术要求低等特点,同时又不可避免地存在一些问题。比如经营市场不规范、产品质量得不到保障、售后服务申诉困难等。

2.4 直播带货营销模式

4G、5G 技术和网络直播的普及,使得网络带货成为了移动电商营销的新宠。农机产品生产企业可以通过网络直播的形式,由专门的带货直播员向客户全方位地介绍产品的外观、性能等重要信息,相对于其他移动营销模式可以让观看直播的消费者有更加直观的感受,消费者在观看直播时就可以点击屏幕上的链接选取商品,完成下单和支付活动。更重要的是,消费者可以通过网络留言的方式,与进行直播的讲解员进行互动交流,及时获取更多有用的信息,为自己的购买决策提供重要参考。对于网络直播讲解员需要具备专业的素质,对农机产品具有全方位的了解,从而将产品信息完美地呈现在消费者面前。

3 移动电商背景下农机销售存在的问题

3.1 农机产品配套物流不完善

从农机移动营销模式可以看出,农机产品的移动网络销售活动虽然已经比较成熟,但作为特殊商品,产品在完成下单支付后,物流运输问题依然没有得到妥善解决,农机产品的物流配套设施不完善直接影响着消费者的购买体验。首先,农机产品的生产企业相对来说比较分散,在我国的各省市均有分布,没有形成规范化、集约化的农机产品生产企业集群^[3]。这些企业生产的产品需要通过第三方物流或者运输公司完成产品运输,成本比较高。其次,由于农机产品属于技术含量比较高的设备,对于运输质量的要求也比较高,农机在运输过程中很容易造成零件的损坏,影响产品的性能,给生产企业和消费者造成经济损失。此外,由于地区交通和发展水平的限制,很多大型机械不能运抵客户需要的地方,而且在抵达目的地后,运输公司不具备机械的组装调试能力。这些问题都为农机产品的物流运输造成了巨大的阻碍。

3.2 微商营销模式单一

经过几年的发展,微信、微博等移动终端应用已经在广大人民群众生活中得到广泛应用,农机生产企业也可以通过官方账号将自己最新的产品信息向消费者进行宣传。然而,这种铺天盖地刷屏式的宣传方式并没有得到消费者的认可,夸大宣传和虚假宣传在这种模式下依然存在,农机产品生产企业在多个公众移动平台上投放的内容是雷同、简单粗制的产品信息,不注重实际内容,毫无新意,不仅让消费者产生了厌烦的心理,还降低了企业产品的信誉度,降低了消费者对农机产品的购买需求^[4]。

3.3 农机产品标准化程度不高

农机产品质量问题也是制约农机产品移动电商营销发展的关键。农机产品质量问题一直都是消费者所关注的焦点,农机产品作为重要的农业生产工具,在农忙时期短时间、高强度的作业下,必须保证机械的完美运行,否则不仅会对农业生产造成影响,还有可能造成严重的安全事故。农机产品质量问题,虽然有运输条件方面的原因,最重要的还是产品本身在生产过程中的问题。我国作为农业大国,在农机产品的生产企业发展方面具有深厚的历史积淀,但同时中小型生产企业由于生产规模和技术标准方面的原因,导致农机产品的标准化程度不高。而在移动电商销售模式的背景下,消费者在产品售后服务和权益追溯方面存在着较大困难。

3.4 专业化电商人才缺失

就目前国内农机产品移动电商营销发展的情况来看,专业化电商人才的缺失严重影响着企业的生产和销售。一方面除了少数具有资金实力的大型农机生产企业外,大部分中小型生产企业缺乏在这方面的资金投入,没有专人对移动电商平台进行细化运营管理,导致运营效率和收益普遍较低^[5]。另一方面,各大高校电子商务专业的毕业生,更愿意从事其他产品的移动电商销售,比如电子产品、服装、化妆品类,因此农机产品生产企业很难引进优秀的人才进行专业化的管理。

4 移动电商背景下农机销售创新对策

4.1 建立完备的农机产品物流配套体系

农机产品物流配送是物流体系中最具活力的组成部分,是流通的现代组织形式,建立完备的农机产品物流配套体系具有重要意义。

一是对农机产品生产的区域进行规划,依托现

代化的产业物流园区,建立农机产品专业物流运输平台,专门服务农机产品生产销售企业,提供规范化的物流保障。二是制定统一的物流标准,降低产品在运输过程中可能产生的零件、仪器等故障,保障生产企业和消费者的利益。三是建立专业化的农机产品安装调试团队,为消费者提供免费的安装调试服务,保证产品落地后能够正常运行。农机企业只有建立专业服务体系,才能更好地促进企业走向可持续发展道路。

4.2 丰富微商营销模式

一方面,农机生产企业要设置专门的宣传部门或者委托广告公司,精心制作有创意、高质量的宣传内容,可以采取图片、视频等方式,全方位宣传农机产品,确保推送的内容能够吸引、刺激消费者的购买欲望。同时,随着新媒体行业的快速发展,企业需要紧跟时代潮流,随着用户注意力的转移,更新营销模式,选择全新的大众交流平台和品牌营销工具推出产品服务,并以创新的形式吸引客户的关注。

另一方面,要结合市场调查、网络大数据等方式,将产品信息接收者进行科学的筛选,有针对性地将产品信息推送给对农机产品有购买需求或购买意愿的消费者,增加宣传的成效。企业可以通过营销平台的信息流广告后台进行精准定位,如进行用户所用移动设备的定位、目标人群的地理及属性定位、用户的消费习惯等数据,科学的筛选可以更准确地帮助农机生产企业定位其目标用户,辐射更多对农机产品感兴趣的人群,进而提升农机产品网络营销份额。

4.3 建立标准化的农机产品生产体系

从国家层面讲,农业部门要进一步规范统一的农机产品生产标准,加强市场监管,对农机产品进行严格的质量审查,对生产假冒伪劣产品的行为坚决予以打击,并将企业列入市场准入黑名单。同时加强农业规范,使农业规范的作用得到发挥,保证对农业规范的实施得到有效的组织,农业规范信息传递的渠道保持通畅。我国标准化农机产品市场体系建设的政策思路和运作措施已经形成,加快农机产品规范化体系建设的大环境也需要在各级、各部门、各地区迅速行动起来,积极利用市场经济运行机制推进农机产品市场体系标准化工作。

对农机生产企业来说,就是要严格制定生产标

准,规范生产工艺,加强产品质量检测力度,坚决不让一件不合格产品下线,树立诚信经营意识,以高质量的产品赢得市场和消费者的信赖。同时,生产企业可以依托农业标准化生产体系的实施,将分散的农机作业方式进行规范,用统一的作业要求进行评价和验收,并分类归纳总结出不同作物、品种的机械化生产及加工的最佳模式,并开展大规模、大面积技术推广以提高农机标准化的社会效益。

4.4 培养专业化的电商人才

农机产品生产企业一方面要注重移动电商领域的人才培养,建立专业化的运营队伍,并投入资金,对专业人员进行定期培训,更新其知识储备和业务能力。积极对接高校,通过提供实习机会、人才定向培养计划等,引进高素质的专业人才,充实企业的人才队伍,形成一支业务水平较强的农业电商人才队伍。此外,还应该为专业化的移动电商运营团队配备完善的移动终端设备,委托专业的网络公司进行定期的维护,确保人才、设备的正常运行。

5 结论

随着农业机械化生产的不断发展,我国对于各种农机产品的需求逐渐扩大,农机产品销售量逐年增多,移动电商销售模式将成为未来农机产品销售的主流。本文对于农机产品移动电商销售模式进行了理论概述,指出了当前我国销售模式中存在的不足,并提出了建立完备的农机产品物流配套体系、丰富微商营销模式、建立标准化的农机产品生产体系、培养专业化的电商人才等针对性的对策建议,对于农机产品生产销售企业更好的开展移动电商销售具有重要的实践意义。

参考文献:

- [1] 李社潮. 农机产品“直播带货”路在何方“直播带货”异军突起[J]. 农业知识, 2020(15): 40-42.
- [2] 樊德龙, 陈习定, 李栋. 基于电子商务的农机营销产业发展现状及改进措施[J]. 农业工程, 2019, 9(11): 138-140.
- [3] 刘慧, 李华林. 农机电商: 由卖产品到卖服务[J]. 致富天地, 2016(7): 68.
- [4] 朱礼好. 农机电商: 犹限春闺梦里境[J]. 现代农业装备, 2016(2): 70-71.
- [5] 胡梦谷, 胡福根. 农机流通环节如何借力电商推进产业升级发展[J]. 农业机械, 2016(3): 61-63.

(04)