



五金行业

(日用五金、工具五金、厨卫五金、配件五金)

解决方案

目录

CONTENT



行业概况
ABOUT INDUSTRY



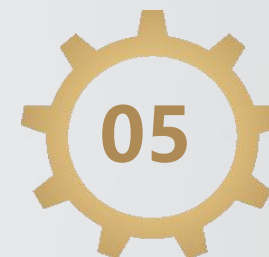
五大运营痛点
ABOUT PAIN SPOT



解决方案
ABOUT SOLUTION



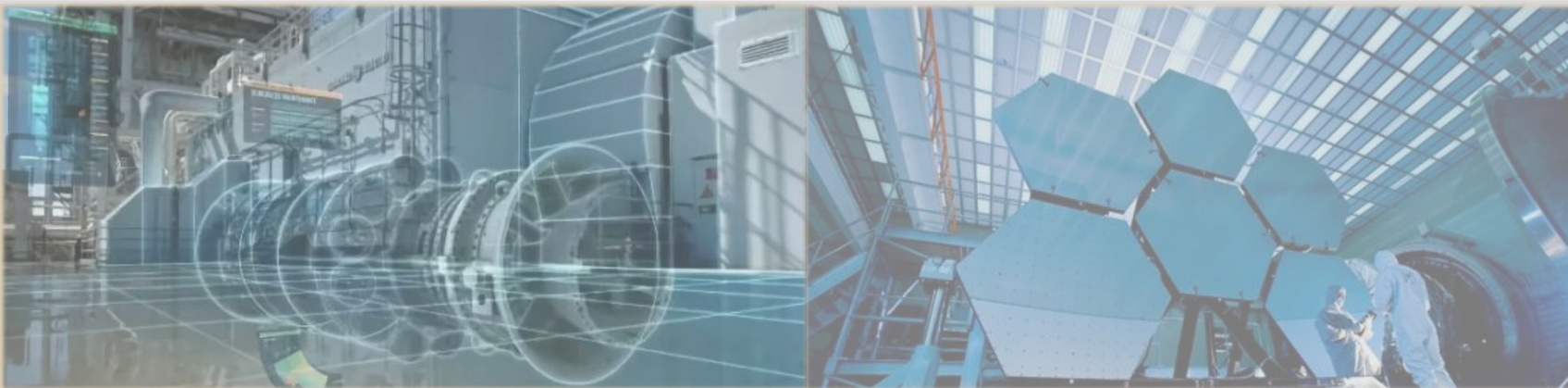
运用场景
ABOUT SCENE



关于凡科
ABOUT COMPANY



行业概况



五金行业

五金，指金、银、铜、铁、锡，泛指金属。如今的五金常用为金属或铜铁等制品的统称。

按照产品的用途来划分,可以分为**工具五金**、**建筑五金**、**锁具安防**、**厨卫五金**、**日用五金**、**家居五金**以及**配件五金**等几类。一部分日用五金产品是人们生活必须的工具类消费品,另一部分五金产品大都不是最终消费品,而是作为工业制造的配套产品、半成品以及生产过程所用工具等等。

传统五金行业国内最集中的几块市场主要是**机械五金**，**建筑五金**、**装饰五金**、**日用五金**这几大版块。五金行业产业集中的趋势明显，国内五金行业主要集中在广东、浙江、江苏、上海、河北、山东等经济发达的省份和地区。



经营类目





经营模式

1

制造商

有工厂，自行生产产品，直接售卖或与品牌公司合作，代加工。可分为贴牌生产企业（OEM）、原始设计制造企业（ODM）、自有品牌生产企业（OBM）。

2

经销商

不贴牌产品，拿钱从企业进货，然后转手卖出。（关注的是利差，而非实际价格）

3

代理商

指代企业打理生意，而非买断企业的产品，是厂家给额度的一种经营行为，货物的所有权属于厂家，而不是商家。可代理单一品牌/多个品牌。



行业现状

增速稳定

- 五金行业以每年15%的增长速度平稳发展，年总产值达上千亿元，出口达80亿美元。我国整个轻工业的出口额约占全国出口总额的三分之一，五金行业的出口排在轻工业的前三位。

需求旺盛，市场不断扩大

- 受惠于经济刺激计划、国内经济和国际贸易及房地产业的全面带动之下，大量五金零件需求旺盛，规模迅速扩大。近七年，我国金属制品工业销售收入逐年增长，增长率保持在14%以上，市场规模不断扩大。

电子商务拓展内销市场

- 日益激烈的行业竞争，迫使五金行业通过新的途径开辟产品销售的新模式和渠道。目前投相对较低、回报明显、传递信息快且丰富、服务成本低的网络营销已经成为五金企业普遍认可的新营销方式。



企业整体规模偏小

- 据我国五金行业某协会估计，目前我国小五金配件生产企业约为7,000余家，本行业规模以上企业2,000多家，但工业总产值在5亿元以上的规模较大的企业不多。

中低端市场竞争激烈

- 目前我国小五金行业呈现出结构性失调的特点，主要表现为：在低端市场，普通五金配件市场需求饱和、生产能力过剩；低层次产品竞争较大。

技术单一，人才短缺

- 当前五金行业技术单一，技术水平偏低，缺乏先进设备，人才短缺等，都制约着行业的发展。



发展趋势

注重环保节能，发展绿色科技

- 低碳环保已成为当下潮流和各产业发展必然趋势。作为资源消耗型的五金产业，低碳环保政策将被提升至一个非常重要的高度。

加强品牌意识，开展品牌推行

- 品牌推行是公司发展的强大利器，高品牌知名度、高溢价能力、高品牌忠诚度和高价值感的强势大品牌，是五金公司的隐性价值和核心竞争力。
- 消费者的品牌意识逐渐增强，选购产品时品牌成为其决定采购的第一要素。

消费观念转变，感性转向理性

- 随着生活水平进步，五金产品品牌推行走向大众化，消费者对五金行业的了解度也有了改变。过去的含糊消费开始逐渐明晰，摒弃传统的只重视外观、样式的感性消费，变为重视质量、档次的理性消费。



注重网络推行，开拓市场渠道

- 电子商务快速发展趋势下，通过关键词优化、自主建站、参加行业渠道等形式推行，取得了良好的成效，五金企业对其广泛重视。如今，五金企业纷纷积极开展网络推行，或者将网络推行与传统推行形式相结合。

产品走向智能，契合人性需要

- 未来几年，国内的五金产品也将走向智能化、人性化的发展道路。人们对五金产品的认知越来越强，更有契合人性化需要更能有赢利机会。

互联网+

- “互联网+”模式时代到来，五金产业找到新方向。传统五金企业在被电商“威胁”的情况下也在不断试水线上，在互联网大潮下，企业应用互联网的频率越来越高。随着互联网经济的蓬勃发展和供给侧改革的持续深入，供应链整合、优化成为未来电商发展的必然趋势。



五大运营痛点



五大运营痛点



JuDian
聚点科技



获客难

1

- 无线上渠道进行产品展示及品牌曝光。导致**供需信息不匹配**
- **获客方式单一**。仅靠建材市场/展会等**线下获客**，**受疫情冲击大**且同行竞争激烈。



转化难

2

- **产品同质化严重**。客户优先选择报价低的商家，行业内部打**价格战**。
- **产品零散**，无系统化管理。找货难，效率低，客户等待时间长。



留存难

3

- **一锤子买卖**。客户往往是即买即走，**无后续的客户服务**。



复购难

4

- 精密五金逐步占领市场。**客户需求变得更加多样性且越来越注重服务**。
- **无电商平台**，客户受地域限制，优先选择本地产品。



裂变难

5

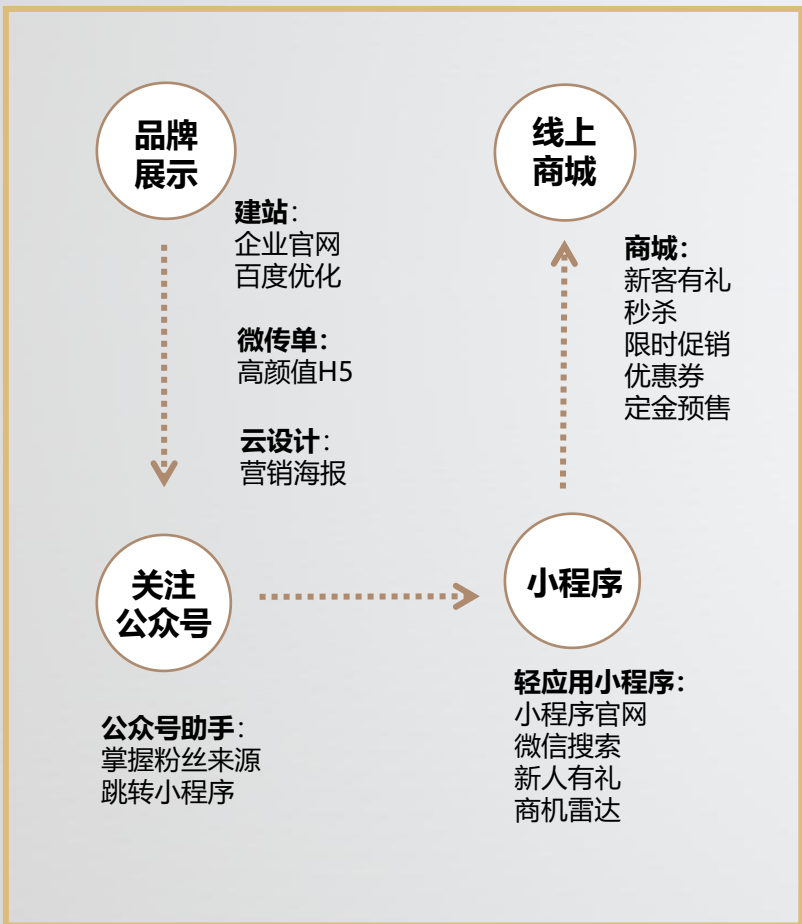
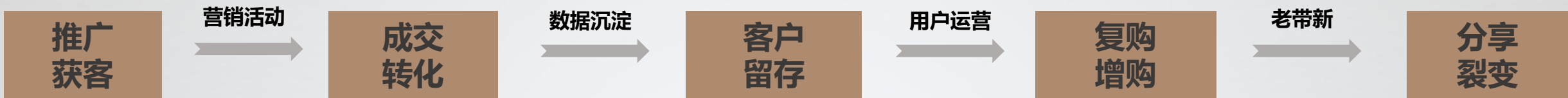
- **对老客户无客情关怀**。无激励营销活动，**缺乏口碑宣传**。
- 无系统的客户管理。存在**新客无法触达**，**老客流失**的情况。



解决方案

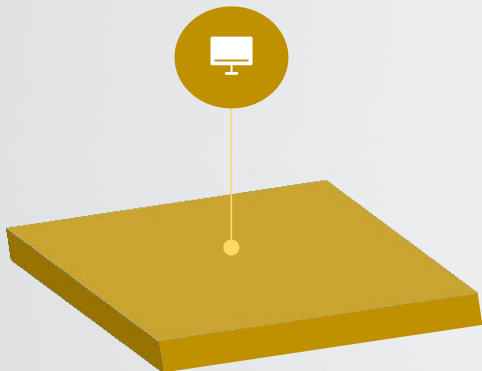


五金行业精细化运营全景图



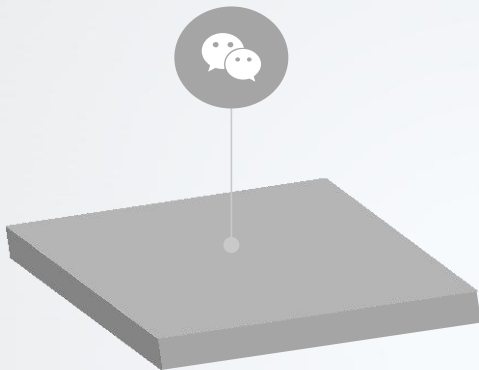


运营场景——获客+转化



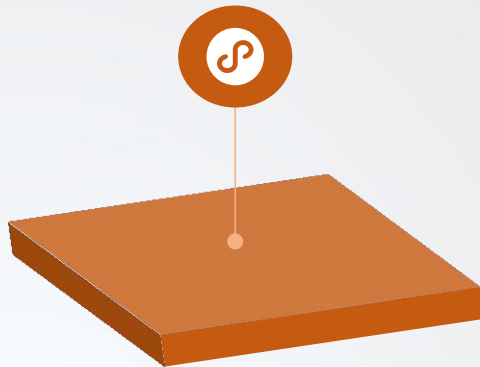
品牌展示

搭建专属官网，展示五金配件，利用百度优化营销自有品牌。方便客户在企查查、京东工业等公域平台搜索时能快速进入私域流量池。展销会、线下门店制作高颜值h5微传单、营销海报，高效传播，展示五金商品、曝光企业品牌，引导客户扫码关注公众号，做进一步沉淀客户。



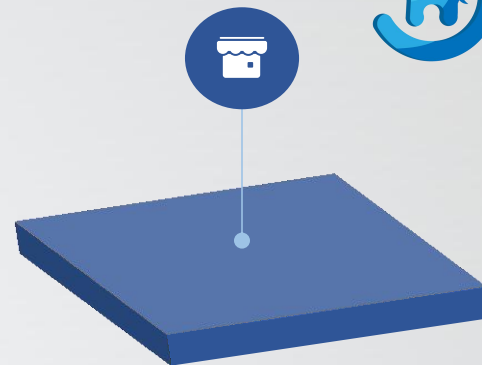
关注公众号

在公众号进行五金搭配展示、材料说明、保养等内容运营。粉丝标签化管理，设置自动回复，引导粉丝至小程序3D体验展示。嵌入人工服务，解答粉丝五金咨询。



小程序展示

小程序内展示五金材质细节、搭配运用、3D效果、价格指引等。推出“进店有礼”赠送五金保养、维修等服务营销活动，促成客户下单。



线上商城转化

打造五金商城，分类展示产品种类，方便客户快速查找所需五金商品并下单购买。发货后，客户可自主查询物流进展，高效便捷。可在商城进行“新人有礼”、“限时促销”、“优惠券”等营销活动，激励客户下单。同时，还能标记会员购买信息情况，为客户留存及复购做铺垫。



运营场景——留存+复购

私域沉淀

- ◆ **打造专属五金内容素材库**，给客户分享五金种类、五金运用场景、五金材质等，挖掘客户需求点。
- ◆ **建立客户档案**，根据客户喜好和需求，标记会员档案，为其提供个性化的推荐及安装指导服务，提升客户满意度。
 - ◆ 定期进行营销活动，激活老粉活跃度。
- ◆ **根据会员标签**，个性化推送五金护理、定期更换提醒加深客户记忆，提升关怀度。



数据分析

- ◆ **统计百度搜索引流数据**，便于掌握客户来源，实现精准获客。
- ◆ **CRM客户管理系统**，获取客户浏览五金样式、材质、搭配场景、价格对比等数据，**标记客户喜好和客户需求**，**智能化跟进客户**。
- ◆ **管理财务数据**，统计订单数量，商品销量及存货，把控成本。



运营场景——老带新裂变



裂变分享

进行集赞活动，让老会员进行五金应用场景和使用分享，发布集call点赞，可获优惠券。新会员参与活动，并咨询，即可获赠“新人有礼”。

激活老会员的同时曝光企业品牌，获得新客源。



老会员分销

推动老会员成为推广员，推广商城里的五金产品。开启有奖推广模式，曝光品牌、引流新客，新老会员均可获推广返利和服务优惠券。



应用场景



制造商——场景：需要发展加盟业务

背景介绍

自主创立了个人品牌，并有自己的工厂进行生产，经营得小有规模，有一定的客户资源，希望发展代理加盟业务。

运营思路

品牌展示

-  建站
-  轻应用小程序
-  微传单




培训体系搭建

-  教育系统



运营管理

-  销售系统





制造商——场景：需要发展加盟业务



运营流程

品牌展示+培训体系搭建+运营管理（建站+轻应用小程序+云设计+微传单+教育系统+销售系统）

- 品牌的推行是公司发展的强大利器，高品牌知名度带来高溢价能力、高品牌忠诚度和高价值感，能吸引更多客户资源。建设品牌官网，通过**建站+轻应用小程序**，进行四合一多终端、全渠道曝光企业品牌，将产品、工厂情况、加盟事宜等以图文、短视频等形式来全网展示，提供品牌知名度，吸引更多客户加盟。同时利用**微传单+云设计**，制作精美的H5、平面海报，宣传加盟业务。
- 通过**教育系统**建立品牌业务培训体系，提供系统的五金行业资讯（如发展现状、未来趋势、营销方式等）加盟流程、产品介绍学习、产品销售技能等业务内容，给到加盟客户学习，方便跨地区、跨时间，线上线下发展加盟业务。
- 搭配**销售系统**给加盟客户，打造多层级的员工架构，统一管理销售业务，下发团队任务，进行全员推广营销，增强加盟效果。



代理商——场景一：名片经常被扔掉

背景介绍

与头部企业合作拿货，贴牌打造个人品牌，会在门店/建材市场/展会等处派发销售名片，但是容易被客户扔掉或是客户需要用到时客户常找不到或是外出碰到重要客户却发现没带名片。

运营思路



品牌宣传



建站



轻应用小程序



微传单+



云设计



名片打造，精细运营



销售系统+



公众号助手



消费转化



商城



代理商——场景一：名片经常被扔掉



运营流程

品牌宣传+名片打造+转化沉淀（建站+轻应用小程序+微传单+云设计+销售系统+商城）

- 注重网络的推行，建设品牌官网，通过**建站+轻应用小程序**，打造四合一多终端、全渠道的企业品牌宣传阵地，将公司情况、业务、产品、案例等包装展示，通过百度收录功能收录官网词条，确保客户在没有名片情况下直接检索找到公司。同时在**微传单+云设计**制作精美、高质量的品牌宣传H5、平面海报等，方便门店/展会时直接让客户扫码查看、随网带走。
- 打造专属品牌特色的员工电子名片。利用**销售系统**，将公司介绍、产品详情、业务信息、个人标签、联系方式等包装进电子名片，标准化对外展示品牌形象。员工能突破时间、空间的限制，线上线下随时发送小程序、H5名片，方便客户随时找到公司，员工根据客户在销售系统的行为线索掌握客户意向。此外，配合**公众号助手**，还能区分客户来源，精细化后续运营。
- 打造多终端**线上商城**，在门店/展会上进行产品介绍时，可以优惠等形式，直接引导客户至网上商城进行浏览、消费，减少名片的使用，客户后期需要时也能线上找回。



代理商——场景二：需要发展门店

背景介绍

与头部企业合作，贴牌打造个人品牌，从企业处拿货提供给门店。目前需要发展更多可供货的门店。

运营思路





代理商——场景二：需要发展门店



运营流程

品牌宣传+名片打造+培训体系搭建（建站+轻应用小程序+微传单+销售系统+教育系统）

- 品牌宣传是提高品牌知名度的第一步，有利于带来更多的客户资源。线上品牌宣传能在低成本情况下获取更多曝光量和流量。可建设品牌官网，通过**建站+轻应用小程序**，打造四合一多终端、全渠道的企业品牌宣传阵地，将公司情况、业务、产品、案例等包装展示，通过百度收录功能收录官网词条，便于能被客户接收到。同时可在**微传单+云设计**制作精美、高质量的品牌宣传H5、平面海报等，投放线上平台（如朋友圈、官网、社群等）。
- 发展门店，线下拓客可通过打造专属品牌特色的员工电子名片，降低名片的丢弃率。利用**销售系统**，将公司介绍、产品详情、业务信息、个人标签、联系方式等包装进电子名片，标准化对外展示品牌形象。员工能突破时间、空间的限制，线上线下随时发送小程序、H5名片，向客户介绍业务。即使离店后，也能随时根据客户轨迹掌握客户意向，开展工作。
- 通过**教育系统**建立品牌业务培训体系，提供系统的五金行业资讯（如发展现状、未来趋势、营销方式等）产品介绍学习、供货产品信息/流程、产品销售技能等业务内容，吸引更多有意向开店或已开店的客户进行合作。



代理商——场景三：业务分散、供货乱

背景介绍

与头部企业合作，贴牌打造个人品牌，从企业处拿货提供给门店。目前已有门店的供货业务比较分散、乱，难以做到全覆盖，无法精确得知门店对产品的需求，影响自己进货量。

运营思路





代理商——场景三：业务分散、供货乱



运营流程

建立关系+信息展示+在线销售（销售系统+轻应用小程序+微传单+商城）

- 使用**销售系统**，搭建销售系统，组建专门的销售团队，分配任务，直接对接、维系对应门店负责人，日常通过聊天、朋友圈营销、文章发送等方式，建立友好的客情关系，缓解业务分散情况。一方面能有效维系双方的合作，另一方面能直接了解客户需要的货品情况。
- 通过线上产品展示，突破时间、空间的限制。利用**轻应用小程序**，将供应货品详情、余量等内容分门别类地进行线上展示，并提供在线咨询入口，通过商机雷达功能和数据分析功能，掌握货品的需求程度，便于随时调整进货量。同时，可利用**微传单**，将供应产品类目、价格、详情等进行线上展示，吸引门店进货。
- 搭建**在线商城**，增加多个供货渠道。持续性的活动能有效增强复购率，培养门店的消费习惯，可利用商城的营销活动（如满减、优惠券、新客有礼、会员等级等），吸引门店直接在线下单，覆盖全门店，省去人工对接谈单步骤，提高供应效率。并且可利用商城的会员储值功能，快速回笼部分资金，再进货提供给门店，降低库存积压率。



代理商/经销商——场景四：老客户转介绍过于麻烦

背景介绍

老客户在给新客户介绍门店时，因公司产品无线上展示媒介，产品特点难描述，经常需要花费不少时间才能将相关情况介绍清楚，效率低下、人力成本也高。

运营思路





代理商/经销商——场景四：老客户转介绍过于麻烦



运营流程

品牌展示+跟进转化（建站+轻应用小程序+微传单+云设计+销售系统）

- 互联网大潮下，企业应用互联网能突破时空限制，有效降低成本，故而应用频率也越来越高。企业运用互联网搭建多终端官网进行品牌展示，通过**建站和轻应用小程序**，打造精美的高质量官网，将企业文化、经营类目、产品操作、产品效果等内容进行全网曝光。同时通过**微传单+云设计**，制作精致、带有品牌特色、附有官网入口的宣传海报、H5传单（包含服务项目、优惠信息等内容），及时投放到老客户群体当中（如朋友圈、客户群等社交平台），方便老客户一键转发给新客户，降低沟通成本，以及减少第三方的介入，销售可直接对接新客户。
- 通过**销售系统**，制作装有公司介绍、产品类目的电子名片，方便老客户能直接以小程序、H5的形式发送给新客户。一方面，新客户无需老客户讲解即可了解到品牌的相关业务和产品；另一方面，销售能直接获取新客户的行为线索，直接与客户沟通，根据意向转化成交，节省人力、时间成本，提高效率。



代理商/经销商——场景五：客户找不到门店

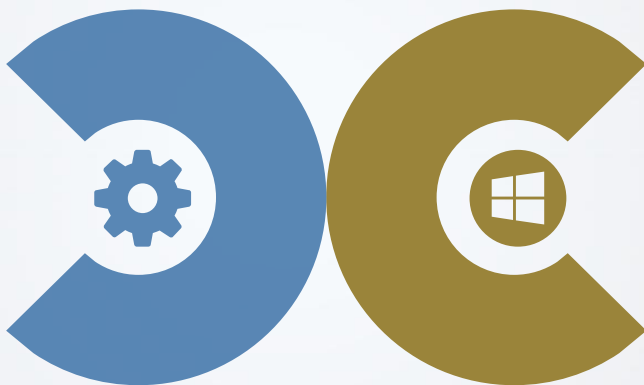
背景介绍

受地域限制影响，无产品展示平台及线上购买渠道，客户难以找到商家信息，客户群体仅来自线下，客户资源十分有限。

运营思路

品牌展示

1



2

在线销售



建站



轻应用小程序



微传单



销售系统



商城



销售系统



代理商/经销商——场景五：客户找不到门店



运营流程

品牌展示+在线销售（建站+轻应用小程序+微传单+云设计+销售系统+商城）

- 品牌的推行强化客户的品牌意识，利于客户快速找到公司，节省时间成本。搭建多终端官网进行品牌展示，通过**建站和轻应用小程序**，打造精美的高质量官网，将企业文化、经营类目、产品操作、产品效果等内容进行全网曝光，并利用建站的百度收录、搜索引擎优化功能、开启附近小程序权限，多渠道多途径曝光品牌，方便客户网上查找资源时引流至官网。通过**微传单+云设计**，制作精致、带有品牌特色的宣传单（如服务项目、优惠信息等）投放至线下（如门店、街边路口等）、朋友圈、公众号、社群、平台，随时获取潜在用户。
- 同时拓展网络推行，开拓线上销售渠道。打造多终端的**线上商城**，针对日用工具类的产品，提供详细的产品详情展示并进行网上售卖，突破地域限制，扩大客户群体。还可利用官网、微传单提供二维码等路径引流至商城购买。
- 搭配使用**销售系统**，开辟产品销售的新模式和渠道，改变等客上门的心态。随时以小程序、H5的形式，发送装有公司介绍、产品类目的电子名片，分享获客文章快速识别客户需求/意向。并在文章底部链接商城产品，方便客户边看边买。



代理商/经销商——场景六：同行店铺多，产品同质化

背景介绍

门店开在社区，客户人群仅是周边社区住户，同时同一社区及附近的五金店铺多。客户群体窄、门店多，造成区域竞争愈加激烈。

运营思路





代理商/经销商——场景六：同行店铺多，产品同质化



运营流程

品牌展示+营销活动+服务关怀（建站+轻应用小程序+营销活动+销售系统）

- 品牌推行有利于提高客户的品牌意识，获取更多竞争优势。搭建多终端官网进行品牌展示，通过**建站和轻应用小程序**，打造精美的高质量官网，持续更新企业文化、产品效果/案例等内容，不断提升客户对公司的认知、增强品牌心理。针对社区内都是较为固定的消费群体，可以丰富官网的高质量内容，如提供居家的工具使用、创意玩法等，提高客户的注意力与吸引力。
- 通过营销活动，提高店铺的活跃度。社区内中老年人或家庭妇女可利用时间多，对此可制作一些简单有趣的**营销活动**（如大转盘、抽奖、节日游戏、投票等），提供一些低成本的产品（如螺丝刀、锅碗瓢盆等）、优惠券等作为奖品，投放到相关社区群（如业主群、店铺群等）、朋友圈、门店等，吸引他们参与活动并线下进店兑奖。
- 迎合客户由感性转为理性的消费观念，在产品保质的情况下，用服务提高竞争优势。针对产品同质化高、老人/妇女使用工具不便等的情况，在**轻应用小程序**中提供产品售卖+预约上门服务项目，用服务驱动产品的售卖。并且小程序中提供项目结束后的评价入口，以此不断提高自己的服务水平。同时，在产品售卖、营销活动、上门服务等环节中利用**销售系统**添加客户微信，及时掌握客户意向，或后期回访服务情况反馈，提供售后服务、关怀，提高客户好感与品牌认知度。



公司介绍



关于聚点科技公司

吉林省聚点科技有限公司（以下简称为“聚点科技”）成立于2016年，长期致力于客户管理软件营销、实施、服务及开发于一体的信息化服务，专业为客户提供360度全方位客户关系管理解决方案。

聚点科技以“专注成长型企业信息化服务，以信息化为企业创造价值”为己任，以B/S核心技术为依托，帮助企业建立信息化的客户关系管理机制，帮助企业管理者合理管理网络资源，旨在增加客户粘滞度和忠诚度，杜绝客户流失，藉此为客户创造长期的价值和潜在的增长，降低企业成本，增强企业市场竞争力和市场占有率。



感谢观看