

Exploration of the Survival and Decline of Traditional Sales Models under E-commerce Sales Models

Pingting Liu

Xinjiang University of Finance & Economics, Urumqi, Xinjiang, 830012, China

Abstract

With the in-depth development of the Internet and the rise of E-commerce sales, the traditional sales model is facing unprecedented challenges. This paper aims to explore the survival issues of traditional sales models under the e-commerce sales model, analyze the high price competition pressure and reduced customer traffic they face, and the need to provide a unique shopping experience to improve the current situation, so that customers can feel the humanistic care that e-commerce sales models do not have, so that consumers can not only purchase goods but also enjoy services; strengthen the integration of online and offline, the e-commerce sales model and traditional sales model are not two opposing paths, but rather parallel development, learning from each other's strengths and complementing each other's weaknesses; we also need to utilize new technologies to improve operational efficiency, and finally propose strategies and methods to address the problem.

Keywords

E-commerce sales; traditional sales models; challenges; opportunities; response strategies

电商销售模式下传统销售模式的存亡问题探讨

刘娉婷

新疆财经大学, 中国·新疆 乌鲁木齐 830012

摘要

随着互联网的深入发展和电商销售的崛起,传统销售模式面临着前所未有的挑战。论文旨在探讨电商销售模式下传统销售模式的存亡问题,分析其面临的价格竞争压力大和客户流量减少问题以及其改善现状需要提供独特的购物体验,让顾客感受到电商销售模式不具有的人文关怀,让消费者不仅可以购买商品还可以享受服务;加强线上线下融合,电商销售模式和传统销售模式并非背道而驰的两条路,而是并行发展,取长补短;还要利用新技术提升运营效率,最后提出应对问题的策略方法。

关键词

电商销售;传统销售模式;挑战;机遇;应对策略

1 引言

至2023年12月,中国网民规模达10.92亿人,较2022年12月新增网民2480万人,互联网普及率达77.5%^[1]。科技迅速发展,庞大的网民数量为电商平台的发展带来巨大的发展动力,随着21世纪互联网技术的不断发展与成熟,电商销售模式在全球范围内迅速崛起,成为现代商业领域的一股重要力量。与此同时,传统销售模式则面临着市场份额减少、客户流失等诸多问题。那么,在电商销售模式下,传统销售模式是否将走向消亡?论文将从多个维度进行深入探讨。

【课题项目】新疆财经大学大学生创新创业训练计划项目资助(课题编号:S202310766036X)。

【作者简介】刘娉婷(2004-),女,中国新疆乌鲁木齐人,在读本科生,从事市场营销研究。

2 电商销售模式对传统销售模式的挑战

2.1 价格竞争压力增大

电商销售模式通过降低运营成本、提高运营效率等方式,实现了更低的价格销售,而与传统的实体店销售模式相比,电商模式在价格方面具备显著的优势,这使得越来越多的消费者选择通过电商平台进行购物。

第一,电商模式能够降低企业的运营成本,进而实现更低的价格销售。传统的实体店销售模式需要支付高昂的租金、装修费用以及人工成本,而电商模式则通过虚拟店面、在线交易和物流配送等方式,减少了中间环节和人力成本。电商企业无需承担实体店面的运营费用,可以将更多的资源投入到商品采购、品质提升和营销推广等方面,从而实现更低的价格销售。

第二,电商模式通过规模化和集中化的采购方式,能够获得更优惠的采购价格。电商平台通常拥有庞大的用户群

体和广泛的销售渠道,这使得电商企业具备更强的采购议价能力。通过与供应商建立长期稳定的合作关系,电商企业可以获得更优惠的采购价格,进而将成本优势转化为价格优势,为消费者提供更实惠的商品。

第三,电商模式还通过减少中间环节和降低库存成本,进一步降低了商品的销售价格。传统的销售模式往往涉及多个中间环节,如代理商、批发商等,这些环节不仅增加了商品的成本,还可能导致价格的不透明和虚高。而电商模式通过直接连接生产商和消费者,减少了中间环节,降低了商品的流通成本。同时,电商平台采用先进的库存管理技术,实现精准预测和快速响应市场需求,降低了库存积压和滞销的风险,进一步降低了商品的成本和价格。

第四,电商模式的价格优势还体现在其丰富的促销活动和优惠券等营销策略上。电商平台经常举办各种促销活动,如满减、折扣、限时抢购等,这些活动不仅吸引了大量消费者的关注,还使得商品的价格更具竞争力。同时,电商平台还提供优惠券、积分兑换等福利,使消费者在购买商品时能够享受到更多的优惠和折扣。

综上所述,电商模式在价格方面具备显著的优势。通过降低运营成本、优化采购方式、减少中间环节以及丰富的促销策略,电商企业能够为消费者提供更实惠、更具竞争力的商品。而随着技术的不断进步和市场的不断发展,电商模式的价格优势还将进一步得到强化和拓展。因此传统销售模式在价格方面和电商销售模式相比存在巨大的竞争压力,这也是使得传统销售模式面对如今现状的主要原因。

2.2 客户流量减少

随着互联网和移动设备的普及,越来越多的消费者选择在线购物。这导致传统实体店面的客流量大幅减少,进而影响了销售业绩。而客流量的流失又主要有以下几个因素。

2.2.1 价格竞争激烈

电商模式下,商品价格透明度高,消费者可以轻松比较不同平台的价格。由于电商企业运营成本较低,往往能够以更低的价格销售商品,这使得传统销售模式在价格竞争方面处于劣势,导致大量消费者转向电商平台购物。

2.2.2 购物便利性不足

传统销售模式受到地域限制,消费者需要亲自前往实体店进行选购。而电商模式则打破了地域限制,消费者可以随时随地进行在线购物,享受到更为便捷的购物体验。这种便利性的差异也导致了传统销售模式客源的流失。

2.2.3 信息获取渠道有限

传统销售模式在信息获取和传播方面存在局限,消费者往往只能通过店面展示、广告宣传等方式了解商品信息。而电商模式则提供了丰富的商品信息和用户评价,使消费者能够更全面地了解商品,这也使得越来越多的消费者选择通过电商平台进行购物。

3 传统销售模式的机遇与应对策略

3.1 提供独特的购物体验

传统销售模式可以通过提供独特的购物体验,吸引消费者回归实体店。例如,打造独特的店面设计、提供个性化的服务、举办丰富的促销活动等。传统的销售模式在提供独特购物体验方面,可以从多个维度入手,打造与众不同的购物环境和服务,从而吸引并留住消费者。以下是一些具体的建议:

3.1.1 创造舒适、温馨的购物环境

传统销售模式可以通过精心设计和布置店面,为消费者创造舒适、温馨的购物环境。例如,利用柔和的灯光、舒适的座椅和装饰物,营造出轻松愉快的购物氛围。此外,保持店面的整洁和卫生,让消费者在购物过程中感到愉悦和安心。

3.1.2 提供个性化、专业的服务

传统销售模式可以通过提供专业的服务和个性化的推荐,满足消费者的购物需求。电商模式的网店以服装店为例,顾客无法直观地了解所用布料的好坏以及版型之好坏,只有经过试穿才能知道是否合身,而网店商家为了商品能够吸引顾客,从而通过拍摄角度以及修图的方式隐藏商品的弊端,消费者在拿到商品后就会选择退货处理,这也无形地增加了网店销售的成本。而传统销售模式下的销售人员应具备良好的产品知识和服务技巧,能够根据消费者的需求和喜好,提供合适的建议和解决方案从而让消费者在试穿的同时直观地感受到衣物的好坏,从而减少退货的概率。在细致入微的服务同时,销售人员还需关注消费者的购物体验和感受,及时解答疑问和解决问题,让消费者感受到贴心和专业的服务,这也是电商销售模式不能做到的。

3.1.3 举办特色促销活动

传统销售模式可以定期举办各种特色促销活动,吸引消费者的关注和参与。高质量的食品和优质的服务不仅可以满足消费者的需求,还能够树立良好的品牌形象,促进用户忠诚度的提升^[2]。例如,结合节假日、季节变化或品牌特色,推出限时折扣、满减优惠、赠品等活动。此外,还可以举办新品发布会、会员专享活动等形式多样的活动,增加消费者的参与感和忠诚度。

3.1.4 增强互动性和体验性

传统销售模式可以通过增强互动性和体验性,提升消费者的购物体验。例如,设置试妆台、试衣间等区域,让消费者可以亲自试用和体验产品;或者举办互动游戏、抽奖活动等,增加购物的趣味性和惊喜感。此外,还可以利用现代科技手段,如虚拟现实、增强现实等,为消费者提供更为沉浸式的购物体验。

3.1.5 建立会员制度和积分体系

传统销售模式可以建立会员制度和积分体系,为消费

者提供更长期的购物优惠和福利。通过注册成为会员，消费者可以享受积分累积、会员专享折扣、优先购买等权益。这种制度不仅可以增加消费者的忠诚度和回头率，还可以帮助企业更好地了解消费者需求和行为，为后续的营销和服务提供有力支持。

3.2 加强线上线下融合

传统销售模式可以与电商平台进行合作，实现线上线下融合。通过线上线下联动，为消费者提供更为便捷、丰富的购物选择。

3.2.1 建立线上线下统一的品牌形象

传统销售模式应确保线上线下品牌形象的一致性，包括店面设计、产品展示、品牌标识等。这有助于消费者在不同渠道下都能识别并记住品牌，增强品牌的认知度和影响力。以服装品牌李宁为例，不仅在各个购物平台如京东、淘宝上有旗舰店，线下各大商超都有实体店，消费者在线下购物的同时可以通过询问导购以及试穿等方式了解产品信息。而李宁的品牌的影响力也是其能够被万千消费者选择的重要原因。

3.2.2 实现线上线下商品信息的同步更新

传统销售模式应确保线上线下商品信息的准确性和一致性。线上平台应及时更新商品信息，包括价格、库存、促销活动等，确保消费者在线上线下都能获取到最新的商品信息。同时，线下店面也应同步更新商品陈列和宣传资料，保持线上线下信息的同步性。

3.2.3 搭建线上线下融合的支付和物流体系

传统销售模式应搭建线上线下融合的支付和物流体系，为消费者提供多种支付方式选择，包括现金、银行卡、移动支付等。如今支付宝，微信支付等支付方式在中国市场的普及为消费者出行带来巨大便利，可以到出行只用携带一部手机，而这也从另一方面促进传统销售模式向潮流靠拢。但是其中消费者群体还存在很大一部分的老幼，其不熟悉手机支付的操作，通常使用现金等方式，所以传统销售模式在顺应潮流的同时也要保持原有的支付方式。同时，还应建立完善的物流配送体系，消费者可以在线下选择商品购买或者在同城在家中线上选购，此时实现线上线下订单的快速配送和售后服务。这有助于提升消费者的购物体验，增强其对品牌的信任度和忠诚度。

3.2.4 利用线上平台提升线下店面的客流量

传统销售模式可以通过线上平台吸引消费者关注，引导其到线下店面进行体验和购买。传统商铺一方面可以在第三方电商平台上开设线上店铺双线并行，通过电子支付、在线购物、线下取货、送货上门等方式，提供更加便捷的购物体验。另一方面提供个性化服务，如超市可以通过会员制度或购物记录分析等方式，了解消费者的购物习惯和喜好，定制个性化的推荐和优惠活动，满足消费者个性化需求；通过促

销活动、优惠券、团购等方式吸引消费者。同时，通过市场调研和用户反馈，不断改进和优化营销策略，提升竞争力^[1]。例如，通过线上平台的优惠券、积分兑换等活动，吸引消费者到线下店面消费。同时，线下店面也可以提供线上平台的宣传资料，引导消费者关注并使用线上平台。

3.2.5 加强线上线下数据的整合与分析

传统销售模式应充分利用线上线下数据资源，进行数据的整合与分析。通过对消费者行为、购买偏好等数据的分析，可以深入了解消费者需求和市场趋势，为制定更为精准的营销策略提供支持。在顾客进行付款时进行信息收集，以此建立信息库，同时，数据分析也有助于优化商品结构、提升库存周转率等，提高经营效率。

3.3 利用新技术提升运营效率

传统销售模式可以积极引进新技术，如人工智能、大数据分析等，AI智能技术可以通过数据分析和预测模型，帮助管理者更高效地进行资产管理和资源配置。例如，AR试衣，用户可以在根据个人的喜好在线下店迅速且便捷地挑选喜欢的衣物，快速地进行衣物“试穿”，有效节省了劳动力的使用，提高了试衣间的利用效率，而将人工智能运用到传统销售门店的管理上不仅提升运营效率和服务质量。还可以通过优化供应链管理、提高库存周转率等方式，降低成本并提升竞争力。

4 结论

电商销售模式的崛起对传统销售模式带来了巨大的挑战，但并不意味着传统销售模式将走向消亡。相反，传统销售模式可以通过提供独特的购物体验、加强线上线下融合以及利用新技术提升运营效率等方式，应对电商销售的冲击。同时，政府和社会各界也应关注传统销售模式的发展问题，为其提供必要的支持和帮助。

在未来，电商销售模式与传统销售模式将可能形成互补共生的关系。电商销售模式将继续在价格、便捷性等方面发挥优势，而传统销售模式则可以通过提供独特的购物体验和服务质量来吸引消费者。因此，传统销售模式需要不断创新和优化自身的经营模式，以适应市场的发展和变化。

总体来说，电商销售模式下传统销售模式的存亡问题并非简单的生死抉择，而是需要双方共同努力、相互融合的过程。传统销售模式只有通过不断创新和优化，才能在如今竞争愈发激烈的市场中立于不败之地。

参考文献

- [1] 第53次中国互联网络发展状况统计报告[R].
- [2] 侯鸿雁.电子商务环境下连锁零售企业食品销售与市场竞争力分析[J].文存阅刊,2019(8).
- [3] 殷光华.乡村振兴战略下农村电商对传统市场的影响及应对[J].商场现代化,2024(6).