

【市场】工程机械企业谋发展,在后市场如何走成关键

当“互联网+”之风吹遍全国的时候,我们看到先是打车“滴滴打车”火了,然后是租车“摩拜单车”火了,洗车、代驾、上门保养维修全都火了!

和“车”沾边的全火了,反观工程机械车市场却波澜不惊,久久没有动静——是工程机械市场不需要转型吗?是工程机械后市场没有打造和延伸的空间吗?

答案是否定的一各种传统机械厂商也在焦虑如何转型,互联网企业也希望能够“+”工程机械,能够在传统领域开拓出一片柳暗花明。

可是当工程机械(挖掘机等)后市场遇到互联网+的时候,是否会有“金风玉露一相逢”之感?今天,小编带大家进行一番“胜却良辰美景无数”的展望!

一、行业痛点分析

分期付款用户追款问题。

由于工程机械产能过剩、市场整体长期低迷,机械生产方会通过较宽松的商务条件如分期付款的方式促进订单生成。然而,这种促销手段,给厂商们带来了可观的销售量,也带来了无穷的后患——收不回来的货款使他们回款压力空前,产业链资金紧张,应收账款激增。

而很多机主用户们还不上款、卸载 GPS、人车消失,也并不是恶意欠款,而是由于上游工程企业拖欠了机主很多货款,这种三角债的责任往往最难断定也最难解决。

2.售后服务的跟踪

对于机械(挖掘机等)市场而言,设备拥有者居住地点十分分散,分布密度非常低。

由于距离远,从而导致各大品牌的售后服务无法有效跟踪解决,而这一点也是机械生产方不愿意看到的,有效的售后服务是延长产品生产链、促进企业可持续发展的重要途径,尤其在行业竞争日益的今天,只有做好服务才能促进市场。

3.保养维修

挖掘机拥有者平时对设备的保养措施不是很合理,会影响设备寿命。

这不仅为用户造成了很大困扰,影响了正常寿命内的使用,同时对机械设备生产商来说,也为品牌质量蒙上了阴影。

4.维修配件使用原厂的比例低

维修价格过高,并且维修设备配件使用不合理,使用原厂配件的比例较低。

二、目标用户分析。

工程机械(挖掘机等)的拥有者,分为企业和个人两种。

企业会养好几辆到几十辆车不等;方便出租或者大型工程使用;

个人拥有者主要是为家庭或个人接活使用。这个群体普遍的文化水平不是很高,居住地点十分分散,分布密度非常低。行业不景气的情况下,受经济压力往往可能会拆卸 GPS、人车消失等。

三、平台可以提供哪些服务?

1、针对行业痛点发挥平台“定位”优势

基于原有出厂 GPS 定位车辆,发挥鲁班世界建筑建材电商平台中鲁班周边项目的“发布定位、周边找活”的平台优势,为车主推送车辆周边订单,形成长期有效的订单推送模式,避免车主拆卸 GPS,并通过免费为车主提供订单来源,缓解车主分期付款的经济压力。

鲁班周边平台不仅可以针对车主和雇车发布车辆信息,还可以通过定位功能解决工程机械维修、保养的难题。

鲁班周边可上线一批具有生产厂家认可的专业资质的民间保养维修高手,按照需求者的距离直接就近提供相关服务,完善工程机械厂家服务链。

2、平台直供原厂配件方便用户维修部件

平台直接厂家进货，保证维修保养使用的零部件等都是厂家直供;并且配备专用物流，保证厂家在需要维修的第一时间买得到正品、用得上正品。

3、二手信息发布：欲出售者和欲购买者可以直接在平台发布信息，并进行具有第三方支付平台保障的交易。

4、工程机械厂家品牌建设打造在线交流平台

展示厂家产品与企业文化，可以打造用户分享互动专区、人工在线客服专区，与用户实时进行新品牌导购、配件零售、使用手册、保养注意事项、使用心得等等。

四、自建平台可以给用户带来哪些好处？

- 1.直击行业追款痛点;减少“三角债”的发生
- 2.解决一些有维修技能的人员的就业问题;
- 3.帮助机械生产企业完善服务链，丰富营销渠道;
- 4.帮助挖掘机使用者节约维修成本至少 30%;
- 5.打造原厂配件线上销售渠道，延长机器寿命，

相信工程机械后市场插上“互联网+”的翅膀，可以探索出双赢的市场模式，也相信有如鲁班世界一样执着于为让建筑业更轻松的专业平台孜孜以求、上下求索，一定会激活工程机械后市场的无限潜能!