

智能锁新商骨灰级教材 完整版

来源：微信公众号 – 智能锁营销新世界

《一》

从 5 月份永康门博会向锁博会的转变可以看出，智能锁行业热度越来越高，也吸引了越来越多的各行各业人士的关注，千军万马纷纷涌入智能锁行业，意图去分得一块蛋糕，与此同时，常有不少朋友加我的微信，想在进入智能锁行业前获得更多的信息与思路指导，以做足充分的准备并避免走弯路。

的确，不可否认的一点是智能锁行业成为了当前泛家居行业为数不多的热点之一，且行业刚进入成长期，市场前景貌似极为广阔，没有任何理由不成为热点。但在华丽的外表之下，这个行业的水却是极深，没有好的思路与适合的发展模式，折戟沉沙的机率是想当之大。

其实关于新商进入智能锁行业所必须做好的准备，我在本公众号以往的文章里写过很多，本次再系统的整理一下分享给大家，如有其它需要，可以申请加入知识星球版的智能锁终端营销微课堂以获得更多帮助。

作为智能锁新商，我认为首先要做到几个正确的认识方具备进入智能锁领域的基础条件。

一、 正确认识智能锁属性

智能锁是一个跨界极其严重的产品，相当于在传统的机械锁上加装了各类先进的电子、通讯等功能，具备了多种类别产品的属性，也正是因此，它可以被多个行业在渠道上



扫描二维码，关注公众号

进行整合,也需要多个行业技术服务的支撑,已远不能只停留在传统的五金、防盗门、锁匠等一种低端的竞争层面,所以,进入这个行业,就要接受既有传统建材及锁匠渠道又有商超、社区、电商等渠道,既有小的无法再小的五金零售店或单个锁匠又有巨无霸型的三星、小米、海尔等多元化的复杂竞争格局。

二、正确认识智能锁的发展趋势

要坚信的一点是,智能锁的普及必定只是一个时间的问题,只是这个时间有点长而已,这是因为传统的机械锁与先进的电子、通讯技术的融合达到至臻至美还需要时日,这就给那一批巨无霸企业真正下定决心巨资注入这个行业设置了一定的技术壁垒并造成了很大的困扰,所以,经历了十余年,智能锁行业始终还是可以称为某种意义上的“小狗经济”,没有大象的参与,这个行业的发展速度就会受到很大的影响。智能锁的新商们还是要做好比较充分的打持久战的准备,什么时候那些大象们真正的参与进来,才意味着这个行业真正的进入高速成长期。

三、正确认识智能锁品类的渠道演变

最早,智能锁行业的主要销售通路集中在建材渠道,以五金、防盗门商店为主导,也有企业在小区推广方面进行积极尝试并取得了不俗的业绩。而近些年智能锁电商的崛起,可以说是在行业内掀起了一个新的热潮,但很多企业过于片面的放大电商的作用,仅在线上追求短期业绩而忽视线下实体店和售后服务体系的打造,根本无法形成长久的可持续发展动力。



扫描二维码,关注公众号

近两年，越来越多的有远见卓识的企业与商家早已把目光瞄准了商超与社区这两个渠道，以各种方式搭建商超零售渠道与社区推广渠道，智能锁专业的实体店与合作店如雨后春笋般出现，正在逐步成长为智能锁销售通路的中坚力量。

四、正确认识售后服务体系对于智能锁项目发展的意义

刚才曾提到了为什么在智能锁行业里会存在一定的技术壁垒，这不单单是对企业而言，对智能锁新商也同样存在，尤其是跨行进入的新商，本身就缺乏产品方面的专业技术基础，为了解决安装、维修等问题仅是简单做了服务外包，并没有更多的关注消费者对服务的满意度，而在满意度无法提高的情况下，老顾客转介绍率自然低下，一旦有负面口碑出现的情况会影响到更多潜在顾客的购买意愿甚至是对智能锁品类的信任度。因此，智能锁新商一定要通过自身服务体系的建设去尽快解决这一问题，这也是要获得良好发展的必要前提条件。

《二》

上篇文章里，我们谈到了智能锁新商在进入这个行业之前所需要具备的几个思想上的认识，明确了这几点之后，又该如何着手启动工作呢？

一、自我分析

古人云：知己知彼，百战不殆。智能锁新商要首先参照 SWOT 分析法简单的对自己的优劣势进行一下分析，主要的指标参考如下：

1、资金实力：有多少钱可以进行智能锁项目的持续投入，它决定了你接下来选择的方向，是寻找适合的品牌代理经营还只是定位在分销，是计划高举高打还是要低成本运营；



扫描二维码，关注公众号

2、终端运营能力，这个指标涉及的范围很广，包括团队建设与团队管理能力、渠道开发和维护管理能力、终端零售管理能力等，这些要素决定了你是否适合全面介入智能锁的终端零售业务；

3、人脉资源：如果你的交际面甚广，且有消费能力的群体居多，那么恭喜你，你可以极大的缓解一下启动阶段的经营压力，有特殊工程渠道人脉资源的当然更优，便于你快速实现盈利并形成其它业务发展的基础保障；

4、技术服务能力：是否可以自行解决安装、售后等各类技术性问题，如果自己本身不会又不适合去钻研学习，那么，建议你寻找一个精通技术服务的合伙人，他可以解除你在发展过程中售后服务问题引发的后顾之忧。

二、渠道模式选择

现实中，很多人往往是在一种混沌状态下便一头扎入智能锁行业，给厂家打了几十万货款、发了一堆货回来之后还不知道到底该如何去运作，我就通过公众号认识了多位这样的朋友，在和他们做了深入沟通之后，其对于智能锁行业的一无所知很是让我无语，最起码的都没有了解清楚到底该如何选择自己的渠道模式。

在完成了第一条中所说的自我分析之后，就要结合区域市场和自己的实际情况来确定自己的渠道模式。从目前情况来看，智能锁的渠道模式大概有如下几种：

1、传统型渠道模式：主要是在传统家居建材渠道开店加铺设分销，与防盗门厂、铜门厂合作，小区现场推广等，这些传统型的模式目前都遭遇了较大的问题，主要是客流稀少、无法面对数量为装修顾客几十倍的潜在的换装顾客，因此，传统型渠道在智能锁行业将会越来越被边缘化，只有那一批传统五金锁具、防盗门出身的从业者们基



扫描二维码，关注公众号

于主营业务的模式，不得不坚守着这一领域，而专业的智能锁经销商们则会越来越漠视这一类型渠道；

2、创新型渠道模式：以客流最大化、最接近目标顾客为导向，进入当地大型商业综合体、大型超市的外场开设专柜，或是将传统的小区推广升级为新型的社区营销（可参见知识星球版“智能锁终端营销微课堂”相关文章的深度剖析）；

3、争议型渠道模式：这其中的典型代表一是进驻国美、苏宁等家电卖场，二是与电信合作进入电信系统；其中第二种会衍生出多种合作模式，例如预存话费送手机、在电信营业厅进行零售、与电信联合进驻小区进行现场推广等，具体效果尚不易评价，而第一种国美、苏宁等家电卖场其实与现在的传统建材家居卖场并无两样，最大的问题是客流稀少，无法有效的触达终端目标顾客，不信的话，你可以站在当地开设在大型商业综合体内的国美或苏宁门口看看就知道了，内外绝对是冰火两重天。

随着越来越多的其它行业的优秀企业进入智能锁领域，它的渠道模式也会产生日新月异的变化，至于今后会有哪些更加创新的渠道模式出现，让我们拭目以待吧。

三、寻找适合品牌

完成上述两点工作之后，那就要寻找适合的品牌了，说品牌可能有点夸大，目前智能锁行业没有几个真正的品牌，绝大部分只能称得上是牌子而已。现在智能锁行业号称有 3000 多个牌子，已经完全可以称得上到泛滥的地步了，智能锁新商在选择的过程中要慎之又慎，千万不能贪图便宜而被不良厂家坑骗。进行品牌选择的渠道主要有如下几种：

1、业内专业人士介绍，但要有公正立场，不以盈利为目的；

2、参加专业展会，国内规模最大、档次最高的无疑是广州建博会了；



扫描二维码，关注公众号

3、产业集中地走访，但也需要有人指引。

有品牌意识的、想长期发展智能锁项目的新商可以参考如下几点意见来选择智能锁牌子：

1、有自主研发能力和核心技术，产品外观设计和功能创新程度高，工艺精细，稳定性好，体验感佳，是否自己制造并不是非常重要；

2、企业在品牌包装方面起码要有档次，拒绝低劣的品牌包装和三无产品；3、有较完善的营销团队，员工素质高；

4、有良好的售后服务保障；

5、并非知名度越高就越好，因为现在有太多跨界进入智能锁行业的品牌知名度非常高，但在智能锁品类上根本没有专业度，甚至连基本的研发投入都不舍得，纯粹靠东拼西凑组成的产品线，这些企业会让人感觉到动机不纯，所以还是请智能锁新商们注意了。

除此之外，再看企业对于终端建设、品牌传播和市场推广等方面有没有其它什么支持，但总体来说，不能把这个作为选择牌子的主导标准，因为越是规范的厂家，在这方面的支持力度会越小，越是刚起步、不确定因素太多的厂家，反而喜欢乱承诺，先把货销出去再说，不会太考虑长期的可持续发展。

如果智能锁新销更加注重终端零售网络的打造，那么完全可以抛开寻找代理的念头，直接在当地寻找知名度高、服务能力强的智能锁品牌代理商进行合作，无需非要寻找源头厂家谈合作，可以引入多个品牌，形成高、中、低档搭配，款式丰富、功能齐全，全面满足不同顾客的需求。



扫描二维码，关注公众号

《三》

经过连续两篇文章对于智能锁行业的简要剖析，想必不少朋友已经对智能锁营销有了一个初步的概念，接下来肯定就是想展现身手了。

在正式的启动工作中，个人建议要从如下几点进行着手。

一、开店

现在相当一部分厂家对于开店都有要求，但这里又分为两种情况，一种是没有什么营销理念的厂家往往会要求经销商到建材市场开店，这一点我是极其的不认同；另一种是有一定理念的厂家会要求经销商到商超、社区等其它区域开店，但必须要遗憾一下的是，这些厂家虽然较前者有进步，但仍是缺乏一套盈利模式，如果经销商自己的经营能力又比较薄弱，再没有厂家的指导和协助，那么这种店开出了后基本是十店九亏。

开设商超店必须要注意的事项：一是先找到合适的人后再找店，以合伙制最佳；二是选址一定要注意靠近中厅、主通道等人流密集的区域；三是面积以 15-20 平米左右为宜，必须要有洽谈区，让顾客能够有个舒适的位置坐下来了解产品、体验产品，绝不可将顾客置于人流大的通道上来体验产品，这样是留不住顾客的；四是尽量多品牌与多品类操作，让顾客多一些选择，可最大化的提高成交率或客单值。

开设社区店必须要注意的事项：一是同样的“先人后店”原则；二是选址中还是要注意位置的好坏，不可选择过于偏僻的店铺；三是要设法整合能够引流的社区服务项目，与社区生活紧密结合起来，做到最大化的引流，一方面形成店面的盈利补充，另一方面也可以促进产品销售。

二、团队建设



扫描二维码，关注公众号

一个专卖店是否能够成功，人是排在第一位的决定性因素。

第一，要建立一个人才快速筛选和培养机制。拟录用人员必须要经过至少五天以上的无薪岗前培训（可以生活补贴的形式进行补助），培训完并经考核合格后方可正式进入试用。

第二、对于看好的人才，可以在试用期给予比较宽松的政策，即较高的保底工资，在转正后恢复正常水平甚至偏低，但提成一定要高，要阶梯化，要有刺激性，充分调动其主观能动性，有位朋友就谈到他给导购员开到了 10 个点的提成，成到一定规模还有额外奖励，效果非常不错。

第三、更有胸怀的老板可以考虑用合伙制形式来进行开店经营，让合伙人入少量实股再赠送部分红股，将打工者变为老板，将工作变成事业。

三、业务快速开展要点

第一、想快速的实现一定销量来缓解资金与费用压力，还得用做保险的心态从亲朋好友处着手，哪怕是其家里已经装了智能锁也可以让其帮忙推荐他的新朋好友来购买，毕竟万事开头难，该拉下面子的时候还是要拉下面子来。

第二、导购员每天的主要工作指标不是签多少单而是拦截、邀约多少顾客前来体验以及留下了多少顾客的联系方式（以加微信为最佳），只要能做到这一点，就意味着具备了更多的潜在成交机会，连顾客微信都加不到的导购员基本就没有任何价值了。

第三、围绕目标小区进行重点突破。这方面不建议采用传统的小区推广模式而是转向新型的社区营销（有兴趣进一步了解的朋友可申请加入知识星球版【智能锁终端营销微课堂】进行学习）。



扫描二维码，关注公众号

第四、分销网点铺设。但客观来说这一模式快速见效的可能性非常小，如果是有一些优质的、愿意把智能锁作为主推的网点愿意合作还是可以，这类网点不要局限于什么建材、家电、3C 等，铺设的原则是：只要对方老板愿意帮你推就行！

本篇内容只是智能锁新商在启动工作中相关的开展要点，除此之外，服务体系建设同等重要，但这往往会需要一个比较长的过程，大部分时间，智能锁新商在自身不具备技术服务能力的情况下都是采取服务外包形式来运作，但这只能作为过渡，智能锁经销商还是要培养自己的专业售后服务团队，建立起完善、优质的售后服务体系，再通过持续的优质服务不断提高顾客的满意度，从而实现老顾客转介绍的目的！



扫描二维码，关注公众号