

JINHAN FAIR 特约呈现

➤ 匹配策略：市场、客户和你

➤ By RON FARAQUI (TESTRITE)



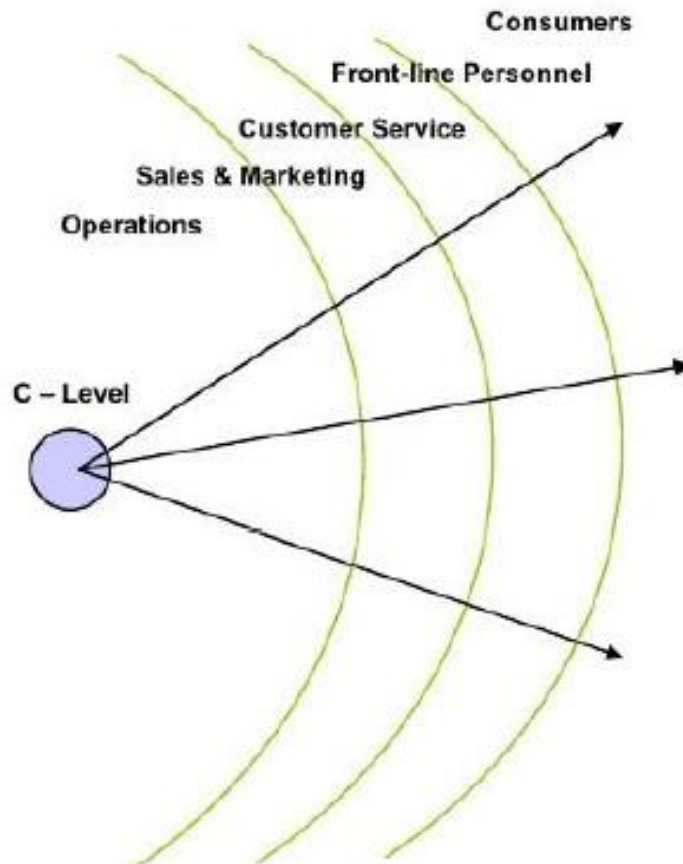
考虑事项

作为零售商的供应商，你需要考虑以下事项：

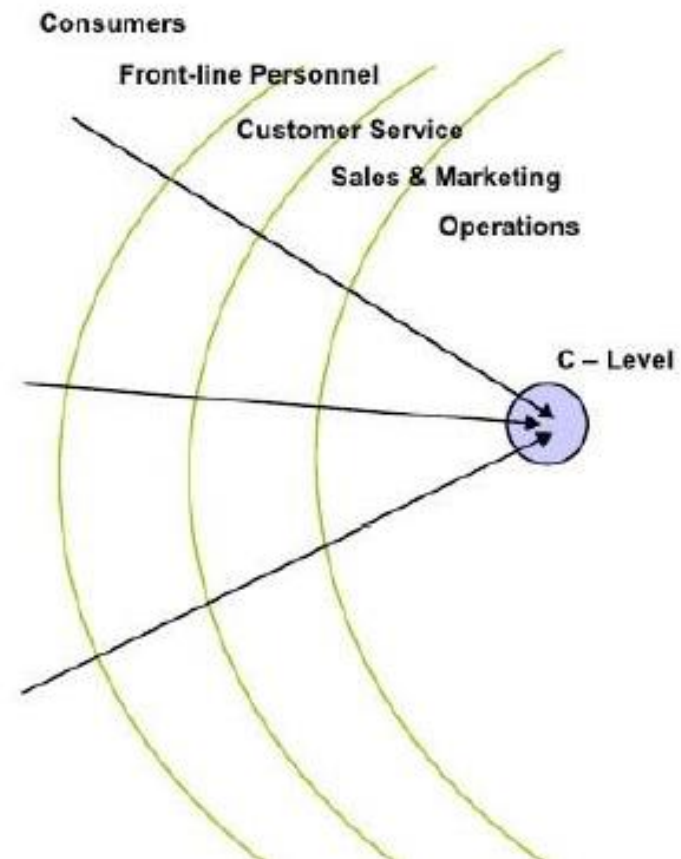
- 我的客户在市场中处于什么位置，市场的走向是怎样的？（趋势是怎样的？）
- 我的客户的客户是谁，他们想要什么？
- 我的客户的增长点在哪里？
- 我的客户是如何定义“核心供应合作伙伴及其价值的？”
- 谁是我的竞争对手——直接和间接的？
- 我可以如何为客户增加价值，以及强化自己的位置？
- 我该在哪里投资以保护我自己的企业以及促进发展？

有内而外vs.由外而内的商业思路

Inside Out – Traditional Mindset



Outside In – Design Mindset



你的客人在你的目标市场的位置 以及他们需要些什么？

- 你的客人的市场位置在哪里？他们适合哪里？
- 他们的市场策略是什么？他们的增长的阶段是什么？
- 他们在寻找合作伙伴时的关注的点是什么？
- 他们增加市场份额所面临的主要挑战是什么？
- 你的策略符合他们的需求吗？你符合他们策略的哪些地方？
- 你的产品达到市场的定位的标准了吗？
- 你如何在满足他们需求的同时来带差异？**最终.....他们是合适你的客户吗？**



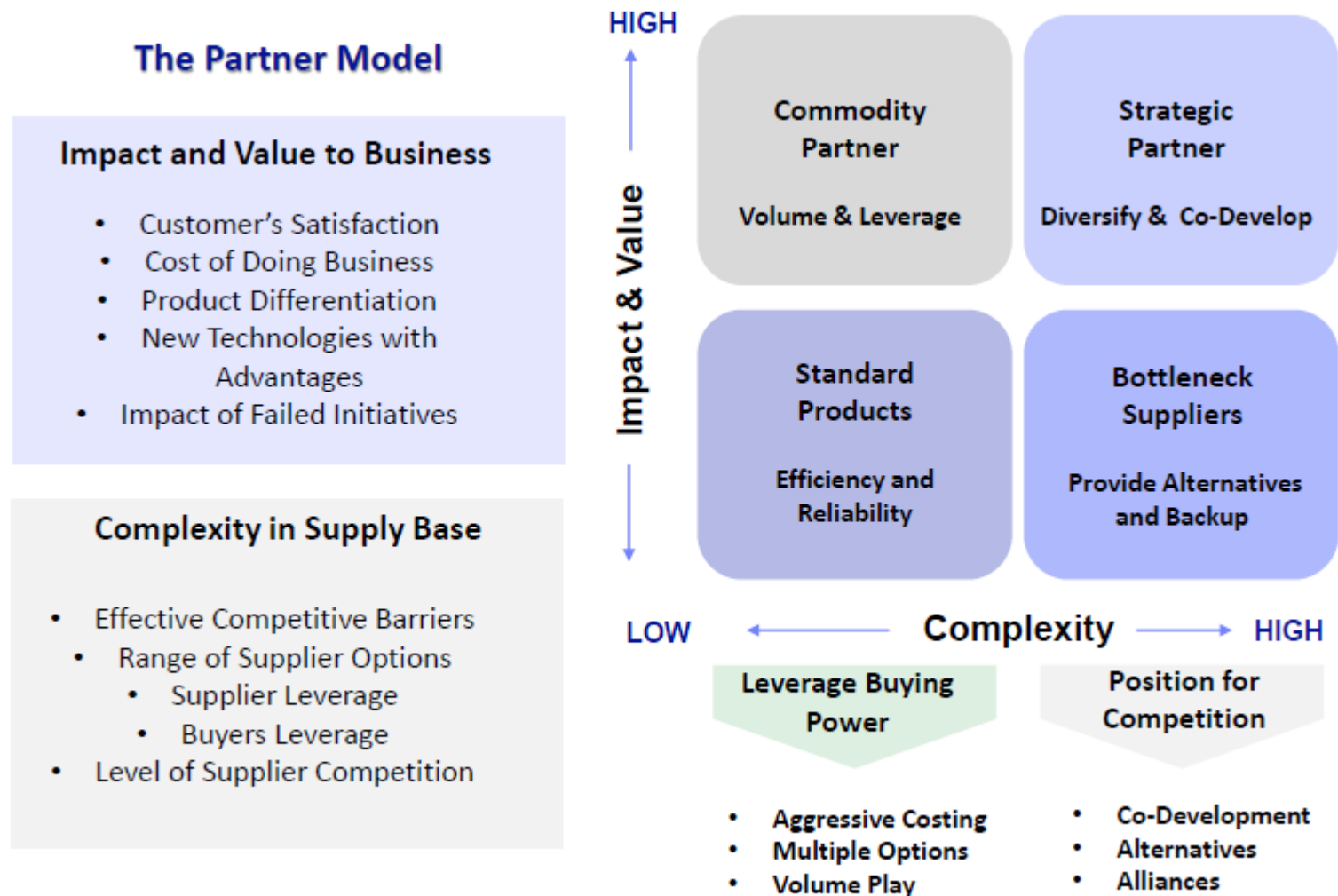
Vendor Vs. Partner –The Customer's View 供应商vs.合作伙伴——客人的观点

- 供应商提供产品选择，这些选择可能是也可能不是客人需要的，而且通常仅仅只有产品
- 合作伙伴提供产品解决方案——正确的产品，正确的价格，正确的时间以及为客人的客人所开发

客人如何认定你是供应商还是合作伙伴？



你的客人如何看待他们的供应商



Adding Value 增加价值

增值服务是指那些将你与传统的供应商区分开来的服务

- 使用新的科技来提升你的生产能力、质量以及降低成本
- 为销售较慢的SKU提供贴近市场的仓储服务，以及完整的解决方案
- 为客人的客人提供售后服务
- 根据真实的调研而进行设计，而不是复制市场上的其他设计
- 提供包装，打造完整的解决方案
- 不断增加和重复花费在增值服务上的投资——要考虑这些投资的长期效应和收益



Thank you
谢谢

中国领先家居礼品行业贸易平台



关注官方微信
获取更多资讯