

中国扣件业者如何找到 提升高附加价值扣件发展的方式

文/Behrooz Lotfian

一间公司若要成功，势必要遵循一些规则。当然，如果某间公司不遵从这些规则，他们也可能成功，只是成功的方式会不同。若一间公司遵循这些小步骤，客户会愿意买他们的产品；如果他们不采取这些做法，那他们得用一些销售管道并花费更多金钱。



第一点：专精

多数厂商可能会犯的大错—中国扣件业者也不例外—太频繁扩张他们的产业。看看中国扣件业者的广告，他们大多提供非常多种产品。要成功的话应该反其道而行：专精在某一产品种类上，不要在同一个品牌中涉略太多范畴。业者喜欢扩充他们的产品/生产线是因为：

- 成长

然而随著扩张产品、生产线意味著一大问题。假设一间公司生产不同种类的扣件、螺丝、螺帽、拉帽、铆钉等产品，这就代表他们需要更多不同种类的机器设备、线材、工具。简单来说，成本管控是个大问题。另一方面，若一间公司只生产拉帽，所使用的机器设备、工具和原物料就简单得多了。大型中国扣件业厂商透过增加机械设备的数量来解决这个问题，他们通常为了某种特殊类型扣件准备机具，如果他们没接获订单，他们就停止使用那些机具。

但没有一间供应商会考虑只生产单一特定扣件，譬如尺寸4的拉钉。为什麼？因为厂商认为他们的生产线必须尽可能地越完整越好。然而在真实世界这是不管用的。80%的销售量来自特定几种产品，这些产品只占20%的成本，而大多数的产品得花上80%的成本却只占20%的销售量。

但这样的想法却让许多扣件业者莞尔一笑，我希望能见到扣件业者只生产几种特定种类、特定尺寸的扣件。

我们举一个实际例子可能会清楚些，美国多数航空公司为因应不同距离的航线采用不同种类的飞机，但西南航空却不然，他们只采用波音737机型。他们只开设短途5000公里以下的航线。这种作法在航空业可说是相当荒谬。然而，重点在於西南航空在过去十年来，没有一年是不获利的，而在同时期，其他美国航空正面临破产。

或许有人会问：美国航空业和扣件业的相关联在哪里？Triz问题解决理论曾提到，你的问题解决办法不在於自身行业，而是在於其他行业。

因此，第一个给中国扣件业者的建议是：不要再强求多元化，如果想要再次获利，应该要保持专精。

但该如何做才能做到专精呢？答案就在阿尔·里斯(Al Ries)《聚焦，决定你公司的未来》一书中。我在下方提及两个他给想要专精的公司的一些建议：

1- 专营项目应该要简单明了，因为你必须让你的顾客留下印象。在扣件业中，你可以专精在航太扣件。这就代表任何想要购买飞机相关扣件的业者就能联系你的公司。专营项目应该要简单明了，但是要找出哪些是要专精的并不容易。

2- 专营项目应该要能被客户记住。一间厂商要能成功，重点不是在老板而是在顾客。所以如果一个客人不记得你们的代表作，这样又有什麼好处？看看扣件杂志中的广告，哪间厂商是哪间？所有的厂商看起来如出一辙，顾客该如何做选择又该如何在杂志中记住你们的品牌呢？答案仅仅是「运气」。而运气在专业行业中是不可行的。业者应该要有一个关键字，像是「安全」，如此一来，若任何公司需要购买安全相关扣件，他们就能轻易找到你。



第二点：命名

另一个大多数中国厂商忽略的问题是「命名」。萝拉·里斯(Laura Ries)认为：「一间公司最重要的行销决策就是替品牌命名。一个品牌的地位取决於是否有深深烙印在顾客的脑海中。若是有一个差劲的品名，要深入顾客的心就会变得更加困难；若是有一个绝佳的品名，你的品牌就会走向成功的道路。」一些成功的命名关键是：

- 1- 品名应该要够简短，像是Gesipa。
- 2- 品名应该要简单明了，像是Moroni。
- 3- 品名应该要不绕口，像是Anshida。



第三点:视觉锤

(让人一见就深刻印象且理解品牌价值的图像)

在全球市场中的品牌需要一个视觉锤。视觉锤不单只是个商标,商标顶多就是你品牌名的画谜,换句话说,就是品名的图画象征。大多数的商标仅能传达公司品名,但视觉锤不一样,它潜意识地建立视觉形象,同时也把语言钉子植入人心。

看看欧文斯康宁公司,在其他屋顶用隔热材料都是黄色的时候,他们制造出粉红色的。他们在美国拥有超过50%的市占率,为什麼?因为如果顾客忘记公司名,他们可以轻易从数百家竞争者中分辨出两者的差别。

在扣件业中,我还找不到任何一间拥有视觉锤的厂商。

最後

行销的三大重点在於:

- 专注、专注,再专注。
- 选择一个清楚明了的品名代表你的公司。
- 给予品名一个视觉锤。

不幸的是,目前还没有一间中国扣件厂商遵循上述三个准则。

参考資料:

1- www.ries.com

2- www.ries.com/al-ries-adage/

3- <http://www.ries.com/ries-pieces-blog/> ■

螺丝世界中国国际版 *China Fastener World*

抢先
曝光

封面 广告

内含封面、广告2页、报导置入行销2~3页

超过30,000全球专业买主曝光零距离



封面

全球发行 / 全面注目:

打造品牌, 深植印象

1. 封面广告: 立即吸引目光
2. 产品广告: 增加曝光, 提高商机
3. 文章报导: 深入报导, 建立品牌形象

广告 报导

- 选择广告最佳刊登位置
创造高注目力
彰显产品优势
为您创造业务佳绩

- 国际知名企业的
唯一选择, 用首席版位
打造海量订单

封面广告宣传

请洽 惠达杂志 业务部 Tel: 886-6-295 4000 Fax: 886-6-295 3939 E-mail: sales@fastener-world.com.tw