

通信公司终端业务竞争战略研究

赵 健

中国联通哈密分公司 新疆维吾尔自治区 哈密市 839000

摘要：随着近几年来我国社会经济的高速发展，通信公司的发展速度越来越快，目前，通信公司在终端业务领域当中的竞争越来越激烈，但是企业想要在激烈的行业竞争当中占据有利的地位，需要针对于企业当前的经营情况进行进一步的优化和完善，特别是在终端产品推广领域当中，要通过多元化的方式来提高整体的推广效果，建立更加完善的服务机制，为用户提供更加完善的服务，这样才能够更好的去促进企业的发展和经营。

关键词：通信公司；终端业务；竞争战略；环境探析；发展路径

1 通信公司终端业务竞争战略施行现状

1.1 施行优势

1.1.1 用户规模大

近几年来，随着我国社会经济的高速发展，通信公司在实际的建设和发展过程当中也在不断的去扩大自身的建筑规模，并且在实际的发展过程当中所具有的用户群体规模也越来越大，而大规模的用户群体也是行业竞争战略过程当中最为重要的一部分，特别是对于一些用户终端产品的使用习惯进行充分的了解，能够有效的去促进公司的发展，同时，企业在实际的发展过程当中也需要结合市场方面的变化和用户需求来调整自身的发展战略和规划，这样才能够进一步去提高产品营销过程中的精确性和准确性，并且能够有效的去提高公司在市场行业当中的核心竞争力。所以，通信公司终端业务竞争狮航当中最为主要的一项优势就是用户规模较大。

1.1.2 资金雄厚

经过多年的发展以来，通信公司作为市场经济当中比较重要的一部分，始终占有了较大的市场规模，并且在实际的发展过程当中，具有的市场潜力也是无限的，这使得通信公司在发展终端业务方面就会具有较高的收入规模，并且整体的收入呈持续增长的模式。雄厚的资金不仅能够为通信公司的发展和 innovation 打下坚实的基础，同时也能够为企业带来更多的市场合作机会，所以在未来的发展过程当中，资金使用后的信公司能够进一步得到优化和完善。

1.1.3 售后体系完善

目前我国国内的通信公司在实际的发展过程当中所具有的售后体系已经较为完善了，特别是在，建立市县乡三级售后服务渠道的过程当中，能够有效的去提高用户在享受终端产品的便利性，所以售后体系的进一步完善，不仅能够有效的去促进通信公司终端产品的推广和

发行，同时也能够有效的去拓展通信公司在市场当中所具有的空间。

1.2 施行劣势

1.2.1 产品更新速度慢

通信公司在实际的发展过程当中，在终端产品领域方面，由于近几年来我国科学技术的创新和发展速度越来越快，因此产品的更新速度也非常快，在大量终端产品集中趋向于市场的情况下，通信公司很难在短期内做出100%的产品进行上架。所以，在市场竞争过程当中，就可能会存在落后的情况，一旦出现落后，那么就会影响到企业自身的市场竞争力。因此，由于通信公司的中文产品更新速度较慢，所以在市场经济高速发展的环境当中也会存在表现出一定的劣势。

1.2.2 产品销售积极性低

通信公司当中所生产的一些终端产品在市场方面采用零售式的销售模式来进行售卖，通常情况下，都会以门店以及网络两种销售模式进行实施。其次，不同的通信公司在发展的过程当中也会积极地去采用一些丰富的营销手段来争取市场的占比，这样才能够尽可能的去提高企业整体的经济收益。但是，如何确保营销手段体现出效益最大化是当前通信公司在终端产品推广过程当中面临最主要的问题，一般门店在进行销售的时候，店员的积极性能够直接性决定门店整体的销售量，所以产品销售积极性较低，也是当前通信公司在发展过程当中所具有的主要问题，需要进行进一步的解决和改善，从而才能够更好的去保证终端产品的推广效果^[1]。

2 通信公司终端业务竞争战略的策略

2.1 落实终端营销战略

通信公司在终端业务发展过程当中需要实行的竞争战略，需要综合考虑市场方面的需求变化以及自身企业发展的实际情况。根据产品的特色来说，实行特色终端

营销的方式能够通过产品包装来增加产品在市场销售过程当中所体现出来的价值,这样也能够进一步去提高通信公司市场整体的核心竞争力,有效提高企业在发展过程当中的经济收益。首先,通信公司想要更好地在市场方面推广自身的终端产品,需要营造一种品牌效应,这样才能够更好的去宣传企业的产品,可以通过明星代言等方式来提高产品在市场当中的价值体现,进而能够进一步在用户购买欲望上进行一定的保障,实现产品的高效推广。其次,在具体的销售过程当中需要,可以采取裸机销售或者是分期付款等多元化的销售模式来让顾客进行选择,根据顾客的自身需要来选择合适的方式进行购买,这样在具体的销售过程当中也能够有效的去提高销售的效率。在采用多元化营销活动进行推广的时候,也需要进一步去分析消费者在进行购买过程当中所产生的心理变化,然后适当调整门店的销售方式和宣传方式,这样能够进一步去优化终端产品推广的方案。除此之外,目前,终端产品在进行销售的过程当中所采用的主要渠道就是门店销售,所以门店在经营的过程当中需要结合实际情况来开展一些有效的促销活动,通过一系列丰富的活动来吸引更多的消费者进行购买,比如可以定期邀请用户体验一些新款智能机的功能,或者是在门里当中组织抽奖活动等等,这样的方式都能够有效的去提高门店的整体销售量,从而有效提高通信公司在终端业务领域当中的知名度,进而保障门店销售的持续增长。

2.2 拓宽终端销售渠道

针对通信终端产品在进行销售的情况,就销售渠道来说,需要进行不断的拓展,这样才能够有效的去增加产品的销量,因为目前的销售渠道是有限的,而产品的更新速度越来越快,会有源源不断的产品流向于市场,所以,通信终端产品在销售的渠道方面需要进行不断地拓宽,这样才能够更好的去保证稳定的销量。其中,通信公司在实际的经营过程当中需要旧社会销售渠道以及网络销售渠道进行深入的研究和分析,根据自身的实际情况来找到适合自己销售的模式,并且要完善销售的渠道,这样才能够更好的去提高终端产品在市场当中的知名度和用户之间建立良好的关系,从而才能够保证良好的,用户反馈机制,这样能够有效去提高企业在终端产品方面的管理水平。除此之外,门店在经营的过程当中也需要进行布局方面的设计,要结合当前社会的发展趋势以及消费者的特点来进行进一步的优化和创新,使整个门店的布局能够吸引更多的顾客,尽可能的去在门店中设指出VIP区以及自助区和维修区等多个功能区,当顾客进入到门店当中,就能够快速的去根据自己的需

求来找到需要去的功能区,这样能够给用户一个更加完善的服务体验,所以要结合当前门店销售的实际情况来进行动态调整,这样才能够保证门店整体的销售能力提高,提高终端产品在行业当中的竞争力,除此之外,企业方面,不断的去尝试一些新的销售渠道,能够有效的去促进企业终端产品的推广,进一步扩大通信企业在市场当中的空间占比。

2.3 注重服务渠道构建

将有效的去促进通信公司终端产品的营销服务,首先需要进一步去提高销售单位整体的服务水平和质量,这样才能够更好的去满足用户再进行购买过程当中各种需求,从而才能够更好的去保障通信公司整体的销售水平。首先,公司的技术部门需要结合产品的实际情况来研发完善的售后服务手册,门店当中的所有工作人员都要熟悉服务手册当中的各项条例,管理部门也需要构建出完善的服务流程,这样在实际的落实过程当中,能够具有一定的制度依据,并且通过这方面的制度和规定来确保用户产品的质量,当顾客在使用产品的过程当中遇到的任何质量问题都能够得到有效的解决,这样才能够建立良好的用户反馈机制,用户也能够更加认可通讯公司的中端产品治疗,从而有效促进产品在生产过程当中的各项优化。其次,通信公司在实际的经营和发展过程当中,也需要进一步去以客户为中心来建立起更加完善的服务机制和流程,尽可能的去以产品本身来为顾客提供一些针对性的服务,其中不仅包含了手机美容以及周边的销售服务,同时也需要在产品价值方面进行一定的提升,这样才能够有效的去增加一些有效的增值服务,提高用户在门店当中的购买欲望,这样才能够进一步去促进终端产品的推广,切实提高整体对营销服务水平。除此之外,通讯公司在进行营销服务的过程当中,也可以通过微信公众号或者是微博等移动终端的方式来建立完善的服务体系,这样不仅能够有效的去增加用户服务的便利性,同时也能够更加及时的去了解用户在使用过程当中的一些意见和反馈,加在之后的发展过程当中,能够更加针对性的去调整一些产品方面的问题,所以产品在设计过程当中所使用的理念也需要进行一定能改革和创新,这样才能够有效的去促进通信公司的可持续发展,让企业能够在激烈的市场竞争当中占据有利的地位。因此,终端产品的营销服务需要更加注重渠道方面的构建,进一步去完善售后服务的模式和渠道,这样才能够让客户放心和认可企业的品质^[2]。

2.4 加强产品宣发力度

通信公司在进行自身产品推广和宣传的过程当中也

需要充分的意识到宣传的重要性,只有加强在社会方面的宣传,这样才能够有效的去提高产品的知名度,通过宣传这种模式来提升自身产品的价值,这样才能够更好的去进行产品的推广和销售。所以,企业方面需要根据自身产品的价值以及多方面的功能来挖掘宣传的渠道进行针对性的宣传和推广,这样才能够收获更多的用户。首先,企业方面,要结合自身的产品情况来建立完善且统一的终端宣传制度,哥哥经营门店可以根据不同的产品以及价格来制定统一形式的海报,这样能够有效的去提高门店整体的专业性,这样在实际的宣传过程当中也能够进一步去提高产品的价值,让用户在看到海报的过程当中,就能够直接的去感受到产品的价值和功能优势,通过这样的方式来吸引更多的用户来进行购买,从而保证门店的销售量。其次,随时庆幸年来,我国科学技术的不断研究和发展,通信公司在实际的经营过程当中也需要建立公司自己的公众号或者是微博等软件的账号,通过这种形式来进行宣传,并且要安排专业的人员来进行账号的运营,消费者针对于产品有各种各样的问题,都可以通过这些账号来进行反馈和交流,所以专业的客服也能够积极的去协调用户的各种问题和需求,在发布一些新产品的时候,要提前进行宣传,这样才能够更好的去营造出浓厚的氛围,激发消费者的购买欲望,这样最后才能够有效的去保证产品整体的销售额。除此之外,针对于传统电视广告以及实体广告牌等方式,也需要进行完善的布局,通信公司方面需要和一些知名的广告商建立良好的合作关系,特别是在一些公交车站,等公共场所,要投放,一定的,广告,这样才能够有效的去保证,产品在市场方面的宣传效果,充分的发挥出宣传的价值和作用,并且这样也能够一定程度上去削弱竞争对手在市场方面的影响和宣传。

2.5 构建专业销售队伍

销售队伍整体的水平和素质也能够一定程度上影响到门店整体的销售量和服务水平。所以,为了能够进一步去加强企业在产品方面的推广和营销,需要进一步去提升门店整体工作人员的服务意识,让每一名工作人员都能够充分的意识到消费者在购买的过程当中所具有

的各种需求,同时也需要提高工作人员整体的专业知识和素质,这样才能够在进行推广的过程当中,保证终端业务整体的经营效果,切实地去提高公司在经营过程中的经济收益。其次针对于不同地区的销售公司也需要设立专门的部门来进行有效的监督和管理,让专业的销售人才来负责这项工作,同时也需要建立更加专业的监督队伍,成立销售监督部门,这样才能够更好的去保证各个地区的销售水平和服务质量。部门当中的监督人员需要不定期的对门店进行抽查和管理,进而才能够有效的去保证各个地区销售门店整体的服务质量和水平,进一步去提高,提高公司在市场当中的核心竞争力。除此之外,这些方面也需要对销售人员进行一定的管理和培养,要在薪酬机制和奖惩措施方面进行一定的完善和优化,尽可能的去提升销售人员整体的业务水平,在销售量以及客户好评方面进行一定的考核,这样也能够充分的激发工作人员的积极性和主动性,再进行产品推广的时候能够以一个更加优质的服务来进行落实,切实地去促进通信公司的稳定发展。

3 结语

总而言之,通信公司终端业务在实际的经营和发展过程当中也是非常重要的一部分,需要结合当前市场方面的实际需求以及企业的自身情况来建立科学合理的发展战略,在竞争的过程当中也需要充分的去发挥出自身的优势,面对激烈的竞争市场,也需要通过服务宣,宣传以及门店优化等各个渠道来提升企业整体的核心竞争力,这样才能够有效的去落实终端营销战略,并且在销售的渠道方面也需要进行不断地探索和拓宽,培养大量的销售人才,建立更加完善的队伍,这样才能够更好的去落实整个产品服务机制,有效的去提升企业整体的销售水平,这样才能够为企业带来更高的经济收益。

参考文献:

- [1]王林洁.通信公司终端业务竞争战略研究[J].数据通信,2019(02):47-49.
- [2]刘果.J公司通信设计业务竞争战略研究[D].南京:南京大学,2018.