

外銷市場分析

By Robert Chen

04-19-2017

現況分析

S

1. 產品具多國認證
2. 知名廠牌之ODM/OEM
3. 外銷至日本
4. 車廂內裝優
5. 可提供客製化設計
6. 新產品研發能力強
7. 多種安全裝置
8. 設計安全係數高
9. 完善之技術服務
10. 定時參訪解決客訴

W

1. 出貨有時無法準時
2. 技術人員太忙, 無法即時回覆
3. 業務人員對客訴問題的了解不夠
4. 非低價之產品
5. 成品尺寸或數量有時發生錯誤
6. 產品型錄複雜, 客戶不了解
7. 高速梯與貨梯報價時間長
8. 業務人員對產品了解不夠
9. 無實質激勵方案

O

1. 喜歡日本製造之產品
2. 高樓層建案增加
3. 別墅電梯需求日增
4. 電梯個人化需求
5. 電梯安全意識
6. 產品容易安裝與保養
7. 需要即時客訴回覆

T

1. 客戶常以價格取向
2. 客戶無法忍受長時間的停機
3. 其他廠商提供新產品與低價誘惑

對策分析

S-O

1. 強調與日本廠商之合作關係
2. 提供特定內裝設計
3. 提出高樓層之實績
4. 領先推出新功能與產品
5. 新客戶需密集追蹤拜訪
6. 強調高安全裝置

W-O

1. 嚴格管控外銷出貨時程
2. 增加懂英文之技術人員
3. 以客製化設計爭取客戶認同
4. 加強出貨品質與數量管控
5. 產品型錄獨立, 方便客戶挑選與決定

S-T

1. 提供與他廠不同之產品予客戶
2. 特定期間內提供特惠價予新客戶
3. 研發新產品或其他附加價值功能
4. 客戶最常使用之機種進行價值工程分析
5. 提供合理之安全係數設計
6. 定期拜訪舊客戶, 維繫感情

W-T

1. 管控客訴進度, 降低停機時間
2. 降低成本, 增加市場競爭力
3. 加強業務人員訓練
4. 擬定合理之業務人員激勵方案