## 《20230908 会议纪要 – 卫浴》

### 1.市场品牌 – 林凯：

Tendance – 法国

MSV – 陶瓷系列、暖色系

– 由于对塑料视觉审美疲劳，所以瓦伦占比高 ## 陆夏小华反馈

OTAI – 华人 仿法国产品 常规货缺严重

BANGI – 货号多 花洒主打产品

### 2.竞争对手反馈 – 林凯：

1）MSV – 陶瓷系列 暖色系 – 瓦伦占比高(小华反馈，对塑料视觉疲劳)

2）杨小羊 所在区域 现在法国货占比较高

3）林凯介绍：

a. Tendance

发货速度慢

统一售价

b. MSV

价格优势

塑料审美疲劳，趋向该公司陶瓷

c. OTAI

巴塞 市场占有比较多 –- 小九反馈

欧泰 每个色系都大同小异 –- 王婧

和欧泰的区别 -> 我们的款式、材质不可复制 – 彬总

欧泰 缺货率比较高 – 林凯建议 共存

欧泰有十几个网片，我们现在只做6个，西班牙 我们最大的竞争对手

法国 (超大店占有率高、更新率快)

BANGI 做五金产品不看做竞争对手

d. BANGI

产品不成系列，不易搭配购买

### 3.纸盒包装 -不足：

1）产品翻译错误 、全英文没有西语；

2）容易被拆开查看，导致破损；

3）容易被偷走只留下外包装；

4）纸盒包装 需要 产品体验台 –- 小九提出

5）纸质包装 挂钩处 容易破损，导致看上去像老货 –- 施晓东提出

6）纸质包装 挂钩处 容易导致生锈，建议使用金属环 –- 施晓东提出

7) 纸质包装拆损 后期员工胶补 会对产品有抵触感，误导客户对我们产品的印象 – 郭水文提出；

8）纸盒容易压坏，封口最好不要胶帖，避免打开时容易损坏，但是底部不胶粘又有漏出来的风险 -- 郑奔提出；

### 4.色系：

1）我们的绿色颜色不正 肯定不好销售，目前推荐米色、灰色 –- 王婧提出；

2）纯黑、存白 的色系不好卖 –- 王婧提出；

3）全黑系列不好卖，建议不要全素黑 增加点元素 -– 施晓东提出；

4) 现在有的6款色系，色系太少 无法一次全部踢出其他产品占有 -– 王婧提出；

### 5.业务员分享：

1）施晓东：

a. 卫浴买的比较好的有 按压头、喷头、马桶盖；

b. 马桶盖现在基本上都是不锈钢的，我们是塑料的；

2) 赵嘉特：

a. BANGI业务员

b. BANGI 偏向于五金，卫浴价格偏高，卫浴主推 花洒；

c. 无痕系列 现在断掉的都是不好卖的，目前在优化包装；

3) 黄子航

a. 我们对色差的把控 可能会逊色与老外；

b. 我们的产品都是通货，像收纳盒更新周期长，浴球廉价产品 销售过程中不要纠结于单一产品，要放眼整个系列；

4）郭水文

a. 我们需要有我们卫浴的特点，也就是属于我们的标签，便于业务员带入；

b. 缺少年轻风格，年轻人住房空间有限，需要尽可能的便捷利用空间，比如空间抽屉式优化；

c. 客户展柜 根绝客户销售的情况可以更换不同系列产品，给客户更好的体验；

d. 管子最好卖的是 1.8米的，产品款式太少 – 郑奔补充

5）王婧

a. 无痕产品 伸缩款式？

b. 马桶盖一般都是木质材质 需要有缓降款！

c. 欧泰便宜，欧泰的产品可以一点点替补其他法国色系的产品，慢慢替换，最后全部占有；

d. 二期货 最好提前赶出来，这样业务员第一批货好推一些；

e. 欧泰 花色没有更新过，目前还有三四个系列一直没变;

6) 郑奔

a. 需要改造的直观照片、视频 展示给客户，客户容易接受；

### 6.包装讨论：

1) 板卡：

缺点：易落灰、易偷 ，但是法国货有采用 -- 团队反馈

本次建议先尝试出纸包装的这批货 – 团队反馈

2) 花洒

我们的花洒尺寸都是小尺寸，款式太少，还需要有 低端、中端、高端 的产品 – 团队反馈；

3) 小九提出疑问：

如果第一批货卖掉后，客户想要更换成第二批货，怎么处理？

答1：不建议退货，卫浴产品退货容易损坏，建议通过销售技巧处理 – 彬总；

答2：在客户发觉产品不好销售之前优先提示客户该产品先不要补货，客户80%回应没事慢慢带着就好，就不至于客户退货，业务员需要懂货 – 杨小羊；