

## 太阳能电商运作的“三要三不要”

电子商务是因特网爆炸式发展的直接产物，是网络技术应用的全新发展方向。电子商务利用简单、快捷、低成本的电子通讯方式，买卖双方不谋面地进行各种商贸活动。太阳能作为新兴产业，因产品及服务的特殊性，涉及电子商务时间不长，规模也不大，同时也并没有多少成功的案例借鉴，对于更多的太阳能产品厂商而言，电商仍旧是一片空白的领域。

尽管如此，电子商务依然对太阳能厂商着实有着强烈的吸引力。从去年年底，皇明太阳能宣布将进军电子商务领域，建立“气候商城”。计划在未来几年建设5万个网店，销售种类繁多的太阳能设备产品就可以看出端倪：诸多太阳能企业、厂商对发展潜力巨大的电商都在摩拳擦掌。由于电商是以电子商务的方式走向世界，绕开中间商，压缩成本，实现精准营销的，所以，作为太阳能产品厂商，进军电商，要做到“三要和三不要”：

一、要建好网络平台：对于太阳能产品厂商而言，先要建立属于自己的具有交易功能的网络平台；还要根据太阳能的产品特性和企业整体发展需求进行整体分析，从而进行整体网络营销定位，主要是自身B2B网站的建立和搜索引擎优化(SEO)这两方面。网络平台里面包括综合服务、公司信息、产品信息、供应信息、采购信息等几个大栏目，还有部分小栏目提供详细的太阳能热水器、太阳能产品分类展示、产品供应资料及供求信息等内容，为太阳能品牌进入全国及国外市场开启方便迅捷的电子商务通道。同时，还可在一些B2B、B2C的网站上面开一些免费的店铺。

二、要做好宣传推广：太阳能企业要想做好电商必须依靠网站进行宣传，找到产品的核心竞争力，抓住独特点，对网站进行实时优化和推广，在搜索引擎中有一个好的排名。并且，还可寻找点击量和访问量大的网站上做推广或者链接才能够吸引客户！通过运作自己的企业型B2B网站或者借助电商平台主动、准确地发布并推送产品报价，使太阳能企业曝光度大大提升，进而提升销售业绩，建立企业品牌。

三、要丰富电商业务：太阳能电商面对的是更多的人群，也就预示着有更多的人进入到这里面，勤奋了，付出多了，机会也就多了；不仅要多跟客人沟通，加强沟通的频率；还要诚恳、诚信的对待你的每一个客人，建立信任，有了信任才有合作的机会。同时，虽然电子商务是一种销售的方式，但不是唯一的销售方式，对于太阳能产品的电商业务，还要运用多种方式结合的业务拓展方法，当我们在网上跟客人沟通差不多的时候，这个时候你就需要另外一种销售方法----电话沟通。通过电话沟通，你能更好的掌握客人的需求方向，也更能做好相应的解决方法。

太阳能运作电子商务应注意的“三不要”：

一、不要拖延：太阳能产品在网络市场上从事营销活动，讲究的是一个“快”字，不要拖沓，速度要高，行动要快。这种速度，首先表现在产品的更新换代上。其次，这种速度表现在网站内容更新的速度上。没有内容更新的网站，很快就会被顾客所抛弃。第三，这种速度表现在信息查询的速度上。查询速度慢的网站，包括主页调出缓慢，检索功能不畅的网站，都不可能受到顾客的青睞。

二、不要无信：电子商务是无纸贸易，在这样一个市场中，信用程度的高低是关系到企业生死存亡的大问题。对客户来讲，是一个信用观念的培养，而认真履行电子合同，按时支付款项，是每一个供求双方应当树立的消费新观念。对于太阳能企业来讲，与传统的营销方式相比，没有物理介质保证交易的安全性，它所依赖的是密码、认证和其他保密措施。没有信用的太阳能企业，很难在网络上长久地把生意做下去。

三、不要等待：电子邮件为太阳能厂商与客户之间的沟通创造了极为有利的条件。最大的特点在于快捷、准确，能够及时反映客户的意见。因此，对于需要及时回复客户的电子邮件或出现的电商服务问题不要等待，满足客户的合理要求，提供优质的售后服务，努力改善与客户的关系，是每个太阳能厂商必须树立的电子商务新观念。

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/tech/79007.html>