

[DOI]10.12315/j.issn.1673-8160.2022.17.002

“互联网+”背景下传统商超竞争策略研究

房金亮

(中国石油江苏销售公司非油品分公司,江苏 南京 210000)

摘要:信息化时代的到来使得越来越多的先进化信息技术应用在我们的日常生产生活中,改变了我们的生产生活方式。当前很多行业发展也在不断地寻求相应的转型升级来更好地满足当前的市场发展需求,传统的商业超市是零售业中的重要支柱,但是随着互联网的发展越来越多的人通过网络购物代替了线下购物,传统商业超市也在不断地通过转型升级来更好地改善相应的经营现状。本文中我们就将针对互联网背景下传统商业超市竞争策略进行深入探讨,希望能够更好地推动相关竞争策略的应用来实现商业超市的转型发展。

关键词:互联网;传统商业超市;竞争策略

随着互联网技术的不断进步与发展,越来越多的受众群体开始利用网络平台进行线上购物,这给传统的线下企业带来了很大的威胁,尤其是传统的商业超市由于受众群体不断缩减,其经营利润无法保障,无法更好地创造相应的经济效益来维持其正常的运营发展,因此当前传统的商业超市也在不断地优化相应的经营管理和销售策略来实现转型升级。接下来我们就来具体探讨了解一下互联网发展背景下传统商业超市如何优化相应的竞争策略来更好地适应当前的社会发展需求。

一、传统商业超市现状

传统商业超市在互联网背景下要更好地不断优化相应的竞争策略,首先要了解自身的经营现状,才能更好地有效根据自身的实际运营情况来改善相应的竞争策略方式,真正地使传统的商业超市能够在当前的社会发展背景下获得一定的市场,从而保证其正常运行,接下来我们就来具体探讨了解一下传统商业超市的运营现状。

(一)竞争压力大

传统商业超市的市场竞争是非常大的,因为商业超市前期投入成本是相对较高的门面,租金压力、物品成本、运输以及服务人员雇佣等都需要投入一定的资金支持。而本身线下的商业超市门店数是相对较高的,不同门店之间为了更好地扩展相应的受众群体会通过价格战来更好地获得相应的竞争优势,但是价格战会缩减相应的利润空间,使得相应超市的竞争压力进一步加大。而当前很多网络门店的经营管理过程中所需要投入的成本相对较低,且可以送货到家,物流相对比较便利,因此成了当前商业超市的重要竞争者,在面临着其他商业超市实体店以及网络销售的双重压力,很多线下的商业超市已经面临倒闭。^[1]

(二)生鲜食品成为消费主力

随着当前社会的不断进步与发展,人们的物质

生活得到了有效地满足,开始对于相应的生活品质有了更高的要求,而绿色环保的理念使得很多消费者开始追求绿色环保健康的生活,因为绿色生活成为主流消费者的日常消费,也更加追求相应产品的环保性,健康性和绿色化。相较于网络物品的运送来说,超市内部的相应生鲜产品供应是相对比较及时的,因此生鲜产品成为当前是传统商业超市的主要经营项目。

二、互联网背景下传统商业超市存在的相关问题

互联网背景下传统商业超市面临着多方面的压力,但是传统的经营管理模式仍然没有得到有效的改善,使得当前商业超市的运营发展过程中存在着各式各样的问题,无法有效的提升自身的市场竞争力来更好地扩大利润空间。所以在当前传统商业超市的改革过程中也要有效的审视当前传统商业超市转型发展过程中所存在的相关问题,从而针对性的优化相应的转型发展策略,接下来我们就来具体探讨了解一下互联网发展背景下传统商业超市中所存在的相关问题。

(一)商品选择不得当

传统商业超市的服务群体是消费者,因此以消费者的消费需求来进行相应的商品选择是更加科学的,也能够有效的提升传统商业超市的市场竞争力。但是传统商业超市要考虑到相应的赞助费和货架费,通常会选择赞助力度相对较高的相应品牌产品来进行货物摆放,这样虽然可以在一定程度上缓解成本压力,但是忽略了消费者的需求来进行相应的商品选择会影响消费者的相应消费体验,使得超市中很多产品的营销数量无法得到有效提升,最终降低相应的经营利润,而影响到超市经营发展。

(二)价格制定不合理

传统的商业城市中价格战是其营销策略中非常重要的一种,通过价格压制能够有效地保证相应的

销售量,吸引更多的顾客参与到相应的超市优惠服务中。但是传统商业超市本身运营发展过程中前期投入的成本是相对较高的,如果没有强有力的后台支撑,长此以往超市后续的经营管理是很难保证利润回收。而当前很多传统商业城市发展过程中仍然会实行低价战略,通过会员日、平价等方式来更好的吸引顾客,长此以往影响到企业自身的发展,甚至是超市行业的发展。^[2]

(三)促销手段单调

传统超市的经营管理过程中相应的促销是更好的加快商品销售的有效方法,可以帮助超市短时间内会获取更大的资金。但是当前很多传统商业超市内部的促销手段是相对比较单一化的。顾客长期享受相应的优惠,一旦相应的产品变回原价,销售量就会大大降低,无法有效的保证超市的正常盈利。因此当前传统商业超市的转型升级中,也要寻找更适合自身的促销手段,不断地实现促销创新来吸引更多的顾客进行消费,从而提升最终的传统商业超市销售额,为传统商业超市获取更大的经济效益。

三、网上销售的优势

互联网背景下网络销售应运而生,开始逐步取代部分线下购物平台,所以传统的商业超市要实现转型发展首先要了解网络销售模式相较于自身的线下销售来说所具备的优势,从而有效的结合相应的线上销售来更好的完善传统商业超市的经营模式。

传统的商业超市商品进场就需要缴纳一定的费用,因此使得很多小众品牌很难入驻超市,入商品超市的相应产品,也因为本身需要缴纳一定的费用,而提高了相应的销售成本,使得很多产品的价格虚高。而且本身相应的超市内所拥有的相应产品种类和数量就是具有一定局限性的,很难满足消费者的多样化需求。而当前网上销售的市场准入门槛相对较低,很多小众品牌和创业者都能够通过相应的网络销售来进行产品售卖,这使得很多新兴品牌能够走入大家的视线。而且很多产品能够直接进行原厂销售,缩减了中间环节所需要耗费的资金,大大的控制了相应的宣传成本,能够使相应的产品以更低的价格面向市场,这样消费者就会有更多的选择,能够以更优的价格获取到自身所需要的相关消费产品。传统的商业超市运营发展过程中保证相应的客流量是商业超市经营的关键,因此也需要有效的选择相应的地理位置来更好的保证客流量,而相应地理位置的租赁所需要投入的成本是相对较高的,因此使得传统商业超市的本身经营成本提高。而当前互联网电商是不需要经营场所的产品,直接通过网络发售,顾客通过点击购买,可以减少中间的繁琐环节,从而控制相应的经营成本。此外,互联网电商内部对于消费者群体的相应消费需求能够通过有效的数据分

析来更好地进行分类,从而进行相应商品信息的及时有效推送,这对于提高成交率来说是至关重要的。但是线下传统商业超市相关消费者的消费信息获取是相对比较繁杂的,很难有效的通过相应的数据获取处理来更好地进行产品的及时推送,这就在很大程度上使得相应的传统商业超市服务很难提高服务的针对性从而发展消费群体。互联网电商的运行过程中可以构建起全国性的仓储中心来更好地实现更商品的即时配送,能够节约顾客的相应购物时间。但是传统的商业超市的物品摆放通常是具有一定的规律性的,消费者只能到达指定的区域才能进行相应的采购活动,因此需要耗费大量的采购时间。因此在当前传统商业超市的转型发展过程中,也可以有效的参考线上购物的相应优势来更好地进行竞争策略的优化。^[3-4]

四、互联网背景下传统商业超市转型发展策略

互联网发展背景下,网上购物已经开始逐步取代部分线下采购,因此传统的商业超市也要寻求相应的转型发展策略来更好地适应当前的社会发展需求。而销售作为传统商业超市经营管理中非常重要的一部分,不断地丰富相应的销售形式来更好的稳固受众群体成为当前传统超市转型发展策略中的重中之重,接下来我们就来具体探讨了解一下互联网背景下传统商业超市的转型发展策略。^[5]

(一)体验式销售

传统的商业超市中的相应购物体验,通常只停留在对于相关产品的购买,而当前互联网发展背景下,主流消费群体的消费需求发生了翻天覆地的变化,其更加追求相应的安全方便舒适,因此在相应的传统商业超市转型升级过程中,也可以有效地实现体验式销售,通过提供相应的体验服务来更好地获得一定的利润。比如,很多保健产品的消费是相对较高的,大多主力消费群体的消费能力是有限的,如果要购买整个的保健设施,其所需要投入的成本是相对较高的,而且本身很多保健产品的更新换代也是相对较快的,如果能够花费较少的钱进行相应的服务体验的话,也可以满足消费群体的相应服务需求,而且即使后续更新换代,也能够通过付费来体验升级化的服务。所以在当前的商业超市转型发展过程中,也可以有效的发展体验式销售。当前万达广场内部的很多体验式销售内容就是相对较多的,能够有效地满足消费群体的个性化服务需求,真正的带动整个服务行业的发展。而且随着当前人们对于体验式销售的逐步适应体验式销售所包含的相应销售服务品类也在逐步地多样化,我们有理由相信随着体验式销售所包含产品类型的增加,一定能够更好地吸引更多的顾客来通过体验创造一定的经济收益。^[6]

(二)组合式销售

传统商业超市是线下经营的一种主要形式,但是无法有效的满足顾客的多样化消费需求。而线上销售虽然可以有效的满足顾客的多样化需求,但是其消费具有一定的滞后性,因此在当前传统商业超市的转型升级发展过程中如果能够实现组合式销售,线上线下有机联合则有可能更好地为当前传统商业超市的竞争发展创造有利条件。比如,当前很多商业超市内部的O2O销售模式就开始得到有效的推广,O2O销售模式结合了线上线下的相应经营销售管理,消费者可以在线上进行商品或者服务的选购并完成支付,而到线下提取或享受相关的服务。O2O销售模式的应用过程中为当前传统商业超市的发展开辟了新的道路,因为消费者更加注重相应产品的品质,因此传统的商业超市不再需要抢占相应的区位优势来增加相应的运营成本。而对于消费者而言,消费者能够通过相应的线上选择来更好地满足自身的多样化消费需求。因此组合式销售已经成为当前商业超市转型升级发展过程中一种重要的销售形式,而且所包含的产品类型也逐步增多。目前组合式销售已经帮助很多转型发展的商业超市创造了一定经济效益,使其能够有更多的精力投入到超市的进一步转型升级工作中。^[7-9]

(三)绿色式销售

随着当前社会的不断进步与发展传统商业超市的经营,重点发生了翻天覆地的变化,生鲜类成了传统商业城市经营中的灵魂,因为超市内的生鲜供应是相对比较及时的,可以更好地满足消费者的即时需求。但是当前消费者对于相应生鲜产品的质量也提出了更高的要求,其必须相对比较健康环保绿色才能更好地满足更多消费者的相关需求,因此在当前传统商业超市的转型升级过程中,也要加强对于生鲜类产品的检查和供应商选择,真正的保证生鲜类产品的的新鲜卫生,使生鲜类产品能够成为传统商业超市经营发展中的一个重要支撑。^[10]

五、结语

互联网发展背景下传统商业超市转型升级已经成为一种必然趋势,因为只有通过传统商业超市的转型升级,才能更好地面对当前网上销售和其他商业超市的双面夹击,不断地提升自身的市场竞争力。但是我国当前传统商业超市的运营管理过程中,相应的竞争策略仍然是相对比较落后的,商品的选择不当、价格不合理以及促销手段单调等都会逐步的流失相应的消费群体,而影响到超市的后续发展。因此在互联网背景下传统商业超市也要创新相应的竞争策略,增加体验式销售、组合式销售、便携式销售和绿色式销售,从而转移相应的传统商业超市的营销重点,更加注重提升消费者的服务体验,为消费

者带来更多的便利。但是当前的社会发展瞬息万变,因此后续传统商业超市的转型升级要充分的以消费者的需求为导向来进行相应的转型升级,从而稳定相应的收费群体来真正的保证销售盈利。

参考文献:

- [1]王友满.新零售背景下实体超市转型研究[J].现代商业,2020(22):30-32.
- [2]邓辉,李正法,吴尾龙.浅析电子商务环境下传统超市的转型[J].中国管理信息化,2019(20):136-137.
- [3]游哲琦,叶炳杰,魏青,赵键锋,房怡汛,马晨明.传统零售企业转型面临的困境与发展——以永辉超市为例[J].现代企业,2019(6):108-109.
- [4]刘保平.互联网背景下传统超市营销策略研究[D].河南大学,2019.
- [5]王文瑄.电商冲击下的W超市发展策略研究[D].河北经贸大学,2019.
- [6]黄凯.“互联网+”背景下传统商业超市转型升级策略研究[J].商场现代化,2019(05):18-19.
- [7]袁宪清.“互联网+”背景下传统连锁超市竞争策略研究[D].山东师范大学,2017.
- [8]黄凯.基于购物体验视角的传统商业超市经营分析——以河南仟禧超市为例[J].中国管理信息化,2016(15):114-115.
- [9]陈声廉.“互联网+”时代中小型连锁超市商业模式转型探讨[J].商业经济研究,2016(14):23-25.
- [10]刘文纲,孟磊,马绪然.互联网时代超市企业战略转型与创新发展的研究[J].经济研究参考,2016(38):77-86.