

破  
迷  
开  
悟

# 建材老板， 县级市场不适合开“大”专卖店你造吗？

■《建材商界》齐欢木

无论互联网如何发达，在建材行业，仍然是“得渠道者得天下”。

于是，渠道建设（经销商网络打造）成了时下所有有见识的老板们工作的重中之重。于是，我们看到，稍稍有点条件的厂家或总代理，莫不花费巨大的人力物力，着力于开展此项工作。于是，在各地二三级建材市场，人们每天都能看到数十个各品牌的区域经理，疲惫地流连于街头。

很多注重品牌的企业在招商时，对经销商的要求很高，要求必须是专卖店，还要求店面必须达到多大，口岸必须在什么位置，首批进货必须达到多少，全年必须完成的销售指标是多少，等等。

这完全可以理解。每个男人都想找一个出的厅堂、下的厨房、高雅温柔、漂亮专一的老婆，而不管其本人是否配得上。马云说“梦想总是要有的，万一实现了呢”也适用于此。同理，不管那些建材品牌自身的条件怎么样（如知名度、品牌形象、产品品质、品牌文化等），都想找到最优质的经销商，这也无可厚非。

问题是，你可曾考虑过这两个问题没有——1、你配得上她么？2、你养得活她么？

这是两个十分尖锐但又非常现实的问题。

心理学研究表明，出于自我服务偏见，每个人都认为自己的智商高于平均水平，都认为自己骨子里的道德高于所有人，而自己骨格清奇相貌独特，具有

鲜明的个性和特色……所以本文对第一个问题“你配得上她么”避而不谈，而只谈第二个问题“你养得活她么”。

如果只是一个女人嫁错了男人，那倒不要紧，不管你愿不愿意、是不是遵从“嫁鸡随鸡，嫁狗随狗”的古训（今天完全可以梅开二度三度四五度），你都

不会饿死，大不了就是经常挨饿，吃得差穿得撇而已。

但如果是县级市场（含以下）的建材经销商，如果选择专卖店，那就一定要谨慎了，因为搞不好你会生存非常艰难，甚至完全可能倾家荡产，死无葬身之地。

此言并非哗众，现实中的例子枚不胜举。

那么，哪些专卖店容易中招呢？

撇开人的资源与经营能力因素外，容易死或者生存艰难的专卖店通常是两种，其一就是专卖店过大，其二是经营品类过于单薄（配套跟不上）。

事实摆在那里，原因似乎不用分析了。一言蔽之，养不活。

所以，县级市场的建材经销商要开专卖店，最好不要面积过大，适度就可以，同时要注意，在条件可以的前提下，尽可能增加配套品类（多开专区），方便消费者一站式多购。

如果遇到厂家或总代理要求店面必须达到多大，一定要据理力争，因为这涉及到自己生存发展的根本，不能轻视。

从生命力角度考虑，大专卖店一般只适合于一二线城市（省会城市、地级城市），不适合于县级以下的市场。

对于县级市场，专家建议建材经销商采用正确的开店思路：1、如果店不大，建议多开店，开小店（索菲亚就是此思路）；2、如果是大店，建议不开专卖店（可以有主次），而开综合店。

而厂家或总代理在发展经销商时，从“一体关系”角度出发，一定要考虑不同级别不同市场的经销商的生存力，合理地制定招商政策（应该偏重于理念匹配），不要一刀切提要求，既给自己的招商工作增添难度，不利于发展，也对一些下一级经销商不负责，最后结果是既害别人亦害自己。



对于县级市场，专家建议建材经销商采用正确的开店思路：

- 1、如果店不大，建议多开店，开小店（索菲亚就是此思路）；
- 2、如果是大店，建议不开专卖店（可以有主次），而开综合店。



## 亚吕欧材门窗

ASIALUM AL ALLOYS WINDOW & DOOR

亚吕欧材门窗首开行业先河——

聘第三方《建材商界》全程监督  
不玩套路，装修、销售返利每月兑现  
全方位保证经销商的利益

共同投入 合作共赢

# 让经销商轻松赚钱

招商热线 180 0052 5675 131 5858 3737 400-962-8116

亚吕欧材门窗系统 | 中国·广东·南海工业园 | www.oc-chn.com | 第三方诚信监督：138 8188 9620

