Directindustry:我们选择另一条路

Directindustr
y专注于工业领域，只推广工
业品牌。就像电器行业的苏宁，化妆品行业的屈臣氏
。另外同属VirtualExpo集团旗下的Nauticexpo船舶B2B平台，Archiexpo家居B2B平台和Medicalexpo医疗B2B平台，都是像Directindusry一样专注于各自领域的专业在线虚拟展会。Directindustry被誉为永不落幕的德国汉诺威工业展，365天24小时无间断的展示工业品牌并且在全球获得曝光。因为网络的魅力，它比实体展会展示时间更长，受众更广，而且内容是可以更新的。在线展会，也称网络展会，在经济全球化、信息流飞速传递的今天，在线展会越来越普及，且大有取代传统展会的趋势。

中国大部分跨境电子商务平台的特点

国外买家的访问量低，主要流量还是来自本土；

国外买家普遍认为是中国本土小商品的集散地，故小询盘较多，较少大客户询盘，较少形成大批量长期稳定合作；

国外大买家更倾向于在大型行业展会或者专业平台上寻找优质供应商，故较少光顾综合型的区域性平台；

内部群发询盘的方式使得询盘多，但是成交量少，往往一个询盘几十个供应商参与报价，激烈的价格战使得即使最后拿下订单的供应商也利润极低，苦不堪言；

要想获得好的排名需要付出巨额广告费用，否则只能淹没在茫茫产品海洋中；

上传产品没有限制，卖家往往变换花样上传同样的产品，加剧了同行竞争却没有给买家更好的浏览体验；

产
品主
要优势集
中在服装、工艺品、塑料、五金、电子等行业，市场以东南亚和中东为主；

平台还停留在摆摊卖货的阶段，没有进行品牌推广，排名最靠前的代表的仅仅是付

阿里巴巴上有一个门店，连自己的官网都没有。

Directindustry的特点

访问量基本来自海外，以欧美为主，遍布世界各地，是一个国际化的在线虚拟展会；

在工业领域有很高的知名度，与众多国际品牌长期合作并且于各种工业类展会也形成联盟进行线上和线下的全面推广；

聚集了大量国外高端买家，询盘质量高，一旦成交容易形成长期稳定的合作；

同时也是工业领域商务人士常用的工具，借此了解行业最新动态，比如同行谁发布了最新产品，供应商将参加某个展会等一目了然；

交易方式规范，买家素质较高，注重品牌和信用，能够接受合理的价格；

平台架构技术先进，数据准确可靠，来访的客户信息都能导出后进行持续跟进；

网站页面干净，产品图片大而精美，公司视频，pdf彩页等内容清晰翔实，信息一目了然，没有重复的产品堆垛影响买家浏览，符合国际买家口味，能迅速找到想要的产品；

由于高质量的内容Direc
tindustry上的产品常常自然排名在Google
等大型搜索引擎第一页，很容易被采购商搜索到；

所有陈列的产品与供应商官网一一对应，采购商可以点击进入直接访问供应商官网。以推广品牌为中心，有精美的横幅广告突显品牌吸引采购商。当产品出现时您的Logo也无处不在；

没有竞价排名，所有供应商都有公平均等的机会出现在采购商视野；

坐拥1亿多独立访客
及几百万注册买家，合作会员的新产品，重点推广产品会制作成Newsletter定期推送。

企业是如何做市场营销的？

正常来说企业一般会拿出销售额的1-5%不等作为市场推广费用。比如一个企业销售1个亿人民币，预算在100-500万人民币。如何把这些费用花到点子上，产生更大的价值需要仔细考虑。如果盲目投入很可能花费巨大却没有得到想要的效果。

关于处理推广事宜有的公司是市场部，有的是企划部，有的是销售部，有的是品牌战略部，有的是外贸部（国际市场部），有的是老板或者其他公司高层。

推广的途径：实体展会+虚拟在线展会+搜索引擎+B2B平台+行业网站+传统媒体（广告，杂志，路牌，电视，报纸等）+客户拜访+电话+SNS营销（博客，论坛，微博，微信等）+电子邮件（EDM）+其他。

推广的目的：增加品牌和产品的曝光量，带来更多的询盘和订单，提升品牌形象和知名度，增加代理商推广信心，帮助其成长，增加用户的购买信心，最后实现公司销售额的增长和利润的提升。

我们的机遇与挑战

中国至今为止依然没有一个平台专注于为大中型的工业品牌，家居品牌，船舶品牌，医疗器械品牌服务，全球也仅有Directindustry, Archiexpo, Nauticexpo, Medicalexpo在此领域做得如此出色。

国家在战略上引导中国企业要工业强国，品牌强国，科技强国。Directindustry正是这样一个符合时代需要的工业品牌推广平台。

Directindustry——因为专注，所以专业，因为专业，所以卓越！

Directindustry——专业的工业在线展会，您的品牌营销专家！