

微企

沙龙

规划、智慧、策略,一个都不能少

## 春节“赢销制胜”要找好支点



## ■现场提问

问:我经营一家小超市,春节该选择经营什么产品?怎么跟对手“抢”客户?

窦慧忠答:“抢”客户是一个共性问题。创业者要明白销售“三点一线”的说法:产品有什么好处,是产品的“卖点”;消费者购买的理由,称为“买点”;中间还有一点,就是连接产品与消费者的“连接点”。根据你的位置,我建议你的产品走“大众化”路线。

当产品没有核心特色时,要从店面形象、产品布局、价格服务等方面入手,打造“软实力”。

问:我做的是进口食品的销售,如何开发客户呢?

胡会长答:没有一个好的推广方式,这类产品是不易被人接受的。所以,创业者不能简单地卖产品,而是要让客户接受产品的理念。

创业者可以采用“会员俱乐部”的模式,定期邀请美食家和对这些产品有需求的人尝鲜,定期举行沙龙品尝活动。

问:我开了一家干果店,现在想再开一家淘宝店铺,通过网络快速把产品卖出去,该怎么做?

冯世乾答:近些年,线上销售成为年货销售的另一战场,但是很多创业者对于网络销售不了解,也不会操作,所以要想迅速把产品卖出去,确实比较难。

如果确实想在短时间内提高销量,建议创业者联系一些网络团购平台,由他们代理操作。

做好春节销售,对于某些行业来说,不仅能为新的一年开个好头,而且对来年的销售也有了保底的本钱。为此,这些创业者们早早拉开阵势,谋划着春节促销活动。

但是在这场“大考”中,如何做才能大放异彩?

12月19日,在郑州市创业孵化园,郑州晚报主办的“微企沙龙”活动现场,营销专家、实战者与创业者们一起交流:如何抓住春节这个赚钱的好时机?

郑州晚报 纪宇  
策划 记者 沃林 婀娜  
实习生 陈冉/文  
郑州晚报记者 张翼飞/图

## 活动嘉宾

窦慧忠 河南省营销协会专家委员

冯世乾 河南杰夫电子商务有限公司运营总监

胡会长 河南省农产品流通协会副秘书长

作为集中消费的重要节日,春节可以说是各路商家既兴奋又畏惧的一个节日,“春节做好了就可以歇上大半年。”很多创业者总结对春节销售的体会。

与会嘉宾说,要想在春节这个关键时刻实现真正意义上的从“硬销”到“营销”再到“赢销”的有效转变,就必须寻求差异和创新。只有找到独特的卖点,才能有一个好的“赢销”支点,才能更好地抓住春节这个有利“战机”,从而打好春节这场攻坚战。

## 要树立明确目标

“大环境不太好,所以春节的生意不太好做了。”因为连续两年销售额下滑,创业者赵先生对眼下的春节市场有所顾虑。

“大环境的影响并不是问题的关键所在。”窦慧忠老师说,“中小企业先要解决的是生存问题——把产品卖出去。”

他说,由于现在的竞争越来越激烈,产能过大、人力资源管理

成本增加等确实阻碍了众多中小企业的发展。但是在这种环境下,仍有一些企业在快速发展。

“同一个生意,为什么有些人赚钱了,有些人赔本了?同样的资源、环境、产品、消费者,为什么会有不同的结果?”窦慧忠说,其实,无论经营哪个年货项目,都是为了提高产品的利润率和扩大销量。

## 规划、智慧、策略,一个都不能少

凡做生意,选择一个好时机、选准一个好产品、卖出一个好价格、腰包赚得鼓鼓的,是大家的共同期望。而在这个期望实现之前,准备工作一定要做好,战略、投资、团队等一个都不能少,相互配合,才能产生最大效益。

窦老师给与会的创业者们出了一道测试题:假如你手里有100元钱,一瓶水的价格是10元,喝完水后,两个空瓶可以再兑换一瓶水,你总共能喝几瓶水?

## 掌握“四三二一”法则

不管是春节还是日常销售,只要业绩不好,大多创业者总会抱怨是客户不对,或者是产品定位有问题等。

“这样的看法是不全面的。”窦老师说,“产品卖不出去,大多数人都会从产品的性能

## 不要走“低价”路线

对于大多创业者提出的“低价策略”,窦慧忠老师提出了不同的看法:“低价策略是因为这些创业者并没有找到自己产品的核心优势,价格降低的同时意味着你的品牌、品质、服务等都随之下降,所以千万不要轻易打低价策略。”

他解释:“如果你没有告诉客

户为何降价,那么他肯定会认为你的产品本身就值这个价,还会认为你降价赚的钱都一样多,这对于你的产品、品牌,乃至企业未来发展都会有所影响。”

对于价格这个问题,该如何制定市场操作策略?胡会长老师提出自己的建议,要将产品规划成战略性产品和策略性产品:所

其问题就出现在很多创业者是货进了以后才考虑怎么卖,最后导致产品积压如山。窦老师说:“没有明确的规划,就没有力量去支撑。想经营年货的老板应在投资项目之前,就开始思考自己有什么优势资源,怎样才能把产品卖出去,目标客户群体是谁,有没有办法打开通道,怎样才能最快把钱赚回来等问题。”

如果答案是“能喝到10瓶以上”,那就说明你具备做生意的潜质,但这个答案离“做好生意”还有很长一段距离。

若你的答案是“能喝到的水低于60瓶”,想做好生意可能还不够格,因为其实应该有更大的数字。

“做生意,不仅需要完善的规划和准备,更需要动用智慧、策略和方法。”他总结说。

对于很多产品在春节市场上表现得非常脆弱,甚至死气沉

沉,究其原因还是创业者对于春节营销的认识不足、准备不足。胡会长老师说,这就要求创业者前期必须认真做一个市场分析。

他说:“要尽可能地发现客户需求、挖掘市场资源,合理、科学地储备货源;还要结合店铺所处的位置,视周围的消费群体收入情况来确定备货的档次、品牌和数量。哪些是走量的,哪些是吸引人的,哪些是挣钱的,一定要心中有数。”

四十离不开客户的信赖度,百分之三十取决于客户的需求度,百分之二十取决于产品的品质和性价比,百分之十取决于价格度和顾客偶然情感度。

“把握这四个法则,产品的销售就会畅通无阻。”窦老师说。

所谓战略性产品,就是一个公司的“主心骨”产品,这类产品目的是树立品牌形象,尽量不做低价策略;所谓策略性产品一是强调市场个性化的需要,二是出于打击竞品挤占渠道的需要,三是提供通路操作的空间选择需要。这类产品销售很适合做折扣、买赠等价格活动。



【创富热线】(9:00至17:00)  
记者手机 18625786205  
15343712892

【新浪官方微博】  
郑州晚报创业者俱乐部  
【腾讯官方微博】  
郑州晚报创业者俱乐部

【QQ群】156963504  
【记者QQ】734778182

微信号:chuanafu

