

110名选手冒雨“营销”

一天卖了3000多份报纸

本报济宁7月19日讯 19日,本报《今日运河》编辑部与济宁九龙家电有限公司联合举办的“九龙家电杯”暑期营销秀活动第一天,110名身着统一衣帽的选手们各自拿到了30份报纸,上街营销,虽然天公不作美,很多选手还是在雨中打着伞,坚持将手中的30份《齐鲁晚报》售完。

19日上午,贵和购物中心济宁店东门挤满了前来领报的选手和家长,领完报纸的选手就地在卖场周围开始插报。“叔叔,我这些报纸还少两份《今日运河》版。”12岁的小选手骆士茹很着急地跑到工作人员这里又补了两份《今日运河》版,眼看着天就快下雨了,骆士茹抓紧整理着报纸,争取快点卖出这些报纸,由于天气闷热,骆士茹急出一头汗,她不时地擦一下,结果抹了一脸油墨。历经20分钟,骆士茹才整理好了报纸。“第一次插报,没经验,没想到卖报纸有这么多讲究呢,我会越来越熟练的。”骆士茹自信地告诉记者,随后,她开始了平生第一次的推销。

将插好的报纸一份份叠放整齐后,选手们开始了第一天的售报体验。他们或捧着报纸,或用袋子装着,冒着零星的小雨,走在济宁的大街小巷上售报,他们最远的跑到了南辛庄市场,有的则沿街叫卖,一些选手通过自己的努力很快就将30份报纸销售一空,有的则上完辅导班再去售报。“暑期营销秀”首日售报数量达到3000多份,很多选手通过自己的努力,获得了15元的启动资金。

“今年是第二次举行暑期营销秀活动,与往年相比,报名人数更多,年龄层次分布更广,学生的热情更加高涨,家长也更加支持。”齐鲁晚报·生活日报副总编辑蒋典国表示,希望通过举办这种公益活动,让孩子们去接触社会,体验生活,在售报过程中增强自身的独立性和自主意识,为他们今后步入社会打下基础。

本版稿件采写 本报记者 马辉 见习记者 范少伟 实习生 张晶 李钊 本版摄影 本报记者 张晓科



齐鲁晚报·生活日报副总编辑蒋典国(左二)和选手代表挥舞旗帜,营销秀活动正式启动。

●专家支招

■从报纸的内容中寻找卖点,对不同的读者有针对性地推销。

■要做好营销,就不能怕失败。

■只有满足读者对资讯的需求,才能更好地营销。



山里红服饰推广有限公司
总经理 张作政



贵和购物中心济宁店
副总经理 冯庆相



中国人寿任城支公司
营销经理 马洪黎

珍惜 坚持 沟通 灵活

难,但坚持到底特别不容易。

“珍惜、坚持、沟通和灵活,同学们在营销过程中做到这四点,就一定能取得一个不错的成绩。”山里红服饰推广有限公司总经理张作政上来便归纳了营销之道的精髓所在。

张作政在对选手们培训时说,首先要珍惜这样一次难得的锻炼机会,其次是坚持到底,一件辛苦的事做一次并不

“另外是掌握一定的沟通技巧,在活动当中,小选手们不仅要礼貌自然地和陌生人打招呼,建立相互之间的信任。”张作政提醒选手们,还要适当地提出自己的要求。比如读者买一份报纸,可以追问一句“再买一份吧,可以送给朋友或家人。”

最后,张作政对选手们说,除此之外,售报过程一定要灵活,要在报纸的内容中寻找卖点,小选手们只有对报纸内容有足够的了解,对不同的读者有针对性地推销,才会吸引层次不同的读者前来购买报纸,这就要求选手们对每天的报纸快速浏览并针对性地记忆。

发展自己的VIP客户

间后,我的许多同事因为各种原因,纷纷放弃了营销工作,而我却坚持到了最后。”

冯庆相对选手们说,首先,在销售过程中要学会主动跟目标顾客打招呼,对顾客的称呼一定要得当,让对方听着舒服,能够接受你,进而接受你的推销。

“其实,卖报纸也可以发展

自己的VIP客户。”冯庆相告诉记者,选手们要建立与客户之间的联系,努力发展连带客户。卖报时态度一定要认真,这样才能给别人留下好印象。选手们还应该建立属于自己的客户名单,与客户保持长期关系,把每一个人都重视起来,这样才能保持每天的报纸都能卖出去。

卖报,首先研究读者

建议选手们,在卖报前一定要了解当天报纸的内容,并且把最吸引眼球的内容找出来向读者推荐。只有满足读者对资讯的需求,才能更好地营销。

其次是要树立信心,有信心

才有可能成功,马经理表示,夏天气温较高,在大街上卖报纸是一件辛苦的体力活,小朋友只有对自己有信心,才会坚持到底,甚至最后拿冠军。