

会外功夫做得足 会上订单才爆棚

白酒订货会越来越精细

经过数年的营销竞争以及白酒遇冷后的营销策略的调整,每年必搞的各大酒企的订货会或客户联谊会,都成为酒企年底冲量的跳板,也吹响了向下一年销售目标冲刺的集结号。

8月18日,德州又一村酿酒有限公司2014年客户联谊会上,会场人气爆棚,部分大经销商带头交钱带来的从众效应,让客户联谊会变成实实在在的订货会,考验得是酒企前戏是否做得足。

订货会提前搞

与去年的客户联谊会相比,德州又一村酿酒有限公司今年提前了10天的时间,规模也比去年大一些,活动现场来了将近300人的经销商队伍。

“为的是早点让经销商感受到酒企的诚意,也是给大伙检查一下我们这半年来做的功课。”德州又一村酿酒有限公司高级品酒师王瑞坤说,今年活动的互动环节特别多,有的是

例行节目,更多的是今年新推出的。

在现场,除了传统的现场抽奖、免费品酒,还有宣传片展示、节目表演等互动,现场面包车、高档赛车、高级箱包等奖品被早早摆放在会场的视角范围内,极具诱惑力。

18日一大早,德州又一村酿酒有限公司总经理于洪波就早早来到现场,查看展位布置情况及抽奖奖品到位情况,还不时与经销商照相合影。“今年的会提前搞,得益于我们去年销量提升及与经销商的良好沟通机制。”于洪波说。

从众交钱效应

上午11时许,到现场的人越来越多,但经销商又被酒企工作人员“礼请”出场外。原来,经销商要开始交钱订货了。在专门设立的收款区内,财务人员坐了一排忙碌地收现金、刷银联卡,门口不时有排队的经销商。

“又一村这酒口感质量都



今年的又一村酒客户联谊会时间提前,人气爆棚。

不错,厂家对经销商支持力度也不小,我卖了好多年了,客户群相对比较稳定了。”一位交完钱拿着抽奖券的经销商说,白酒业的寒冬来临,影响了部分中高端酒的销量,但是能满足广大消费者日常消费的产品,质量又有保障的酒,一样是受市场欢迎的。

不少经销商认为,酒厂搞个联谊会吃饭、拿礼品、抽奖等活动,每个酒厂都在搞,关键是看经销商订了货能否得到客户的认可,能不能挣到钱。当然,现场交钱的人多,大伙才会从众而行,才有信心。

对此,德州又一村酿酒有限公司高级品酒师王瑞坤有自己的看法。他说,德州又一村酿酒

有限公司,在竞争激烈的酒类行业中,安守着一份寂寞,耐得住一份孤独,坚守着古法酿酒的真谛和传统工艺,兢兢业业,以自己的信誉来保证酒的品质,逐渐征服人们挑剔的味蕾,使得众口不再难调。

提升服务获益

对于酒企而言,只要是开订货会,无论是来多少经销商,无论来的经销商朋友订多少货,是否订货,场地费,招待费,礼品费,音响费,主持人及歌舞费等等,这些固定费用一分少不了,加上这些年经销商朋友已经被大大小小的订货会搞得筋疲力尽,稍有不慎,其结果就会变

成订货会的排场很大,结果是花钱买吆喝,赔得一塌糊涂。

那么,做好会前沟通、费用预算是提升客户联谊会质量和效果的根本解决路径。今年,又一村确立了“生产围绕销售转、销售围绕市场转”的行动方针,早早地走访市场,主动上门与经销商沟通,并完善服务。

不仅如此,进入2014年,又一村公司在打开大门迎宾客的基础上策划推出了“喝又一村酒,走进百年窖池”的活动,以事实说话,用行动证明,借此回复社会上部分消费者的疑问。无形之中,让经销商获得了信心,才带来了客户联谊会“旧曲新唱唱得响亮”的成功转身。

(文/片 王金强)



嘉诚东郡二期荣耀封顶,保质保量保交房

嘉诚置业16载,2014年伴随入秋的脚步,在嘉诚东郡学府又闻到阵阵收获的气息。从卫冕德州销售冠军楼盘,到二期产品荣耀封顶,捷报频传。

自入市来,嘉诚东郡项目的开发进展情况一直受到全市民的关注和支持。继一期产品顺利交房,业主成功入住之后,2014年8月17日,嘉诚东郡项目再迎新喜。经过建设者们数百个日夜的紧张建设,二期终于荣耀封顶。繁忙但秩序井然的工地上,拔地而起的楼房披上了喜庆的盛装,长长的彩带上写满了收获的喜悦。一早,嘉诚东郡售楼处就是人山人海,虽然签到时下了小雨,但依然挡不住德州人民的热情,售楼处门前的锣鼓喧天,专业的舞狮表演

更是给人们带来了一场视觉盛宴。

上午9点半在一场时尚的开场乐队表演之后封顶仪式正式启动,嘉诚集团领导对此特别重视,着重指出“此次二期封顶是项目施工过程中完成的一个重大节点。随着工程的顺利推进,接下来其他楼栋将连续进入封顶阶段。”为此建筑施工单位进行了庄重的宣誓仪式,表示一定保质保量的完成工作进度。同时监管部门表示要严把质量关、安全关、时间关,以更强的社会责任感,保证工期进度,确保向业主提交高品质的建筑产品。

嘉诚东郡为“源自德州服务德州”精耕16载的嘉诚置业实力打造,也是嘉诚集团斥巨资打造的首个百万方房地产精品项目,其对于嘉诚

集团的意义至关重要。项目不仅延续16年升级品质,还由全国知名团队担纲重任,全力确保建设进度和质量,满足业主高质量、高标准的产品需求;随着封顶的相继实现,德州经济开发区的百万平米教育大盘已渐具雏形。而精湛的施工技术、规范化的现场管理、标准化实施作业,也无不获得业主和业内专家的高度赞誉。

在保质保量的前提保障下,嘉诚东郡一期交房、二期封顶,之后,其他楼栋也将陆续封顶,这无疑将是给业主们最强劲有效的交房定心丸。同时,我们亦期待着嘉诚东郡品质升级时代的全面开启。嘉诚集团为更好地服务德州,回馈德州,今天到访客户,及老业主均能参与嘉诚



封顶活动现场。

集团举行的抽奖活动,更有购房优惠大奖,实现客户安家置业梦想!目前,嘉诚东郡楼王产品93-137㎡火爆热销中,恭迎莅临品鉴!

“中国第一个玻璃钢县”背后的金融推手

地处鲁西北平原地区的武城县,区位和资源优势并不突出,但在玻璃钢产业领域却拥有一系列骄人的光环:中国第一个玻璃钢县,中国最具竞争力玻璃钢行业100强。

据不完全统计,武城县拥有规模以上玻璃钢企业172家,个体工商户350余家,2013年销售收入达268.3亿元,实现利税收入5.1亿元,占地方财政收入的30%以上,玻璃钢产业已成为全县经济的支柱型产业,财政收入的主要来源和农民增收的重要途径。

育龙头,发挥集群效应。“产业快速发展,必须要有龙头企业来支撑,龙头企业有多强,产业集群能力就有多强。”

一直以来,“缺大少强”是困扰武城玻璃钢行业的难题。今年初,武城县委县政府明确提出“做大龙头企业,延伸产业链条,形成产业集群”的发展之

路,武城联社顺势而为,迅速行动起来,将目光聚焦在信用好、经营好、发展前景广阔的大中型企业上,通过与县相关部门对接掌握全面的信息资料,主动接洽,寻求合作点。同时,该联社将该部分信贷资金的投入作为抢占市场份额、维持持续发展的重要战略措施。而且通过优化信贷结构,正确投放信贷资金,使该联社优质客户不断增加,既降低了经营风险,又取得了良好的社会效益。

截至7月末,武城联社贷款余额28.5亿元,市场占有率达36.74%,支持玻璃钢大型企业已达14家,个体工商户134家,累计发放该类贷款3.6亿元,占全部信贷资金的13%。

科莱空调设备有限公司、贝州集团、中威空调设备、同创集团等企业发展为玻璃钢行业的领军企业,产品达40多个系

列,800个品种,年产量55万吨,约占全国总产量的30%。

助小微,实现华丽蜕变。“目前,公司订单已排到年底。今天的业绩,离不开信用社的大力支持。”科禄格风机有限公司负责人滕振岗激动不已。

成立于1992年的科禄格公司,其成长的每一步中都有武城联社深深的烙印——2001年,该公司进军中央空调通风制冷领域,面临着严重的流动性不足问题,农信社一次性给予信贷资金支持270万元;2007年,公司引进全国一流的流水线设备,农信社为其增加授信400万元,3日内资金到位,免除企业的后顾之忧。据统计,引进该流水线以来,平均每年为企业节约成本70万元,而产量增加近两倍,该公司先后在农信社2300万元信贷资金扶持下,目前已发展为德州民营骨干企

业,享有“国家高新技术企业”、“AA级信用企业”的称号。

这只是武城联社始终坚持“抓大放小”的一个缩影。为破解企业抵押物不足等问题,武城联社创办了钢结构抵押贷款等多种担保形式,仅此一项新增贷款2.3亿元。针对民营企业财务不规范等问题,该联社开创“两看两不看”风险识别法,掌握真实财务状况,合理对企业评级授信,在防控风险基础上,降低贷款企业准入门槛。“在经济下行压力依然较大的形势下,我们对企业不抽贷、不惜贷,与企业同舟共济,贷款不仅没有减少,还有一定程度的增加。”武城联社负责人对笔者说。

下一步,该联社将继续以支持地方经济发展为己任,在积极运用传统信贷模式的同时,不断加大融资模式的创新发展,为推动经济社会跨越发展,建设美丽幸福新城做出新的更大贡献。(孙灵芝)

售抵顶新车



吉利全球鹰GX7

★2012款,1.8L精英版:灰色、手动挡、带天窗,真皮座椅,带行李架,倒车雷达。

★1.8L精英升级版:灰色、手动挡、带天窗、真皮座椅,导航,DVD大屏幕,带迎宾踏板,倒车雷达。

★1.8L精英升级版:红色、手动挡、带天窗,真皮座椅,导航,DVD大屏幕,倒车雷达。

联系电话:18605341027