

<<白酒应该这样卖>>

图书基本信息

书名：<<白酒应该这样卖>>

13位ISBN编号：9787301168875

10位ISBN编号：730116887X

出版时间：2010-4

出版时间：北京大学

作者：余以游

页数：203

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<白酒应该这样卖>>

前言

我原本是一位研究市场营销、品牌战略和公共关系的学者。

10年前，由农业部的一所大学派往四川沱牌集团，挂职任集团总裁助理，负责市场营销工作。

从进入沱牌集团的那一天起，我就与酒结下了不解之缘：从不会喝酒到会喝酒，再到喜欢上了酒。

与此同时，我也与酒类市场结下不解之缘：从做酒到卖酒，从找经销商到做终端导购，从做市场销售到做品牌运作。

从理论真正走入实践，再由实践回到理论。

这一过程既是历练，又是反思，更是升华。

在这10年中，我们与众多白酒企业一道经历和见证了白酒市场营销的演绎和嬗变。

由传统坐商到大流通大批发、由广告轰炸到终端为王、由包装贴金到品牌制胜、由卖产品到卖文化、

由单一营销策略到整合营销推广、由产品经营到品牌运作、由全面出击到区域为王。

在这一系列白酒市场的营销战略与战术演化中，业内人士不停地发出一个又一个关于白酒营销现象的深层次追问：经销商为什么天天喊“竞争太残酷”、“不赚钱”？

品牌推广、广告投入为什么都打了水漂？

为什么做促销就活，停促销就死？

品牌营销策划为什么不能够落地？

“做终端是找死，不做终端是等死”，为什么做不到“终端制胜”？

<<白酒应该这样卖>>

内容概要

《白酒应该这样卖》是国内第一本专门为白酒销售人员量身打造的培训书，是一线销售人员和酒类厂商、酒类经销商必看的实战秘籍，也是酒类销售业务员和餐饮行业终端导购员的培训宝典。

《白酒应该这样卖》列举了白酒销售人员工作中经常会碰到的42个情景，并针对每个情景给出多种具体有效的应对办法。

每个小节都包含“现场诊断”、“错误应对”、“实战策略”、“模板演练”和“白酒营销小常识”五个模块，既提出了具体对策，又给出了详尽分析，极富针对性和实战性。

书中给出了100余个经典的语言模板，让销售人员面对顾客的任何问题都有话可说；还提供了大量白酒知识和导购常识，帮助销售人员快速扩充专业知识，从而在销售中迅速把握顾客心理，消除异议，扭转销售劣势，赢得销售的最终成功。

书中的方法与技巧都是作者从十余年的酒类销售一线调查中得来的“真经”，实用性和操作性极强。

以销售情景为索引，不但利于系统学习，而且便于快速查找。

内容好学易懂，让人看了就会，拿来就能用，轻松掌握白酒销售秘诀。

<<白酒应该这样卖>>

作者简介

余以游，北京博奥问道企业管理咨询公司总经理，清华大学客座教授，中国公共关系协会学术委员会常委。

曾担任四川沱牌集团总裁助理和高级决策顾问、中国余明阳咨询专家团核心咨询专家。

资深实战派市场营销专家、中国白酒“根据地营销模式”理论首创者，从事市场营销、品牌运作、营销管理咨询等工作16年。

既有深厚的营销理论功底，也有实际的市场运作和企业管理经验，还有多年贴身服务客户的实战背景。

主要服务客户：开国盛世茅台酒、四川沱牌曲酒、四川舍得酒业公司、河南金星啤酒、青岛华东葡萄酒业公司、宁夏红枸杞产业集团公司等。

著作：《企业形象策划》、《公共关系学》、《CIS：名牌战略的王牌》

<<白酒应该这样卖>>

书籍目录

推荐序前言第一章 客人进店后，如何快速拉近与客人之间的距离销售情景1天气太热，我们不喝白酒销售情景2我们自己带酒了销售情景3谢谢，今天我们不喝酒销售情景4今天女士占大多数，我们不喝白酒销售情景5我不品尝了，你请别人试试吧销售情景6酒的味道还不错，但是今天不想点，以后再说吧第二章 当客人对白酒品质有异议时，应该如何应对销售情景1你们的酒口感不好，太冲了销售情景2我喝过你们的酒，喝了会上头销售情景3听说你们的酒是勾兑的，我不喜欢喝勾兑的酒销售情景4喝白酒既伤肝，又伤胃销售情景5我一直在喝你们的酒，但最近感觉口感和原来不一样了销售情景6市场上假酒很多，你能保证你的酒不是假酒吗第三章 当客人对白酒价格有异议时，应该如何应对销售情景1你的酒过去卖××元一瓶，现在卖××元一瓶，怎么贵这么多销售情景2你的酒与××酒的口感差不多，但是价格可比它高多了销售情景3这款酒在超市只卖××元，为什么在这里卖这么贵销售情景4如果点这种酒。会超过我们的预算我们想要档次更高一点的酒销售情景5你的酒又不是名牌产品，怎么卖那么贵销售情景6你帮我们推荐一款合适的酒吧第四章 当客人对白酒品牌有异议时，应该如何应对销售情景1你的酒牌子确实很响，但都是靠广告做出来的，我不喝广告酒销售情景2你的酒我从来没听说过，广告也没见过，我可不敢喝销售情景3你的酒只是挂着××的牌子。根本没有正宗的××酒好喝销售情景4你们的酒不错，但我朋友想喝别的牌子销售情景5我们一直喝你的酒，今天换一个牌子试试销售情景6“十年陈酿”、“二十年陈酿”、“三十年陈酿”是怎么回事第五章 当客人对包装和促销有异议时，应该如何应对销售情景1你的酒包装太奢侈了。我不喝“包装酒”销售情景2今天是婚宴(寿宴状元宴成长宴)，喝××酒喜庆销售情景3××酒有赠品，你们有什么赠品啊销售情景4把自己的酒说得那么好，不担心我怀疑你“王婆卖瓜”吗销售情景5你们的酒已经过时了，现在大家都喝××酒销售情景6谢谢你，我们想自己选酒第六章 当客人更喜欢其他酒类产品时，应该如何应对销售情景1今天我们喝红酒(啤酒洋酒)销售情景2今天我请的是贵客，不喝杂牌酒，喝××酒销售情景3我不喜欢喝这种香型的白酒，我喜欢喝××香型的白酒销售情景4我不喜欢喝高(低)度白酒。我喜欢喝低(高)度白酒销售情景5你们的酒不好喝，我们要换酒这瓶酒还没有开封，我们要退酒销售情景6你怎么不推本地酒，却那么卖力地推销外地酒第七章 如何应对不同类型的客人销售情景1服务商务宴请，应该怎么做销售情景2服务政务宴会，应该怎么做销售情景3服务文人聚会，应该怎么做销售情景4服务家庭聚餐，应该怎么做销售情景5客人要求导购员陪酒，应该怎么做销售情景6面对失态的醉酒客人，应该怎么做

<<白酒应该这样卖>>

章节摘录

现场诊断白酒销售规律显示：终端销售存在明显的季节性，炎热的夏天是白酒销售的淡季。不过，随着人们生活水平的提高，中高档酒楼都安装了空调，白酒销售受季节影响的情况有所改变，尤其是中高档白酒，季节的影响已经开始弱化，大中型城市的中高档白酒销售“淡季不淡”已成为现实。

所以，如果导购员引导得当，“天气太热，我们不想喝白酒”的销售情景是可以转变为“天气虽然很热，喝白酒也很爽”的。

然而，在销售实践中，导购员容易出现下面的失误。

错误应对1.酒店里有空调，可以喝白酒。

2.很多客人夏天都喝白酒。

3.没关系，您喝××酒吧。

4.……（无言以对，转身离开）“酒店里有空调，可以喝白酒”，这是导购员夏天向客人推介白酒时常说的话，过于空洞，没有个性，缺乏说服力。

“很多客人夏天都喝白酒”，客人一听就知道我们在“下圈套”，精明的客人是不会轻易“上当”的。

“没关系，您喝××酒吧”，或者无言以对，转身离开，都是没有尽力争取客人的表现。

客人只要选择喝酒，我们就必须坚持到最后，哪怕只争取到一个客人，也是一种胜利！

实战策略面对这种情况，最关键的是要有信心，坚信夏天也是有人喝白酒的。

只要酒席上有一个客人愿意接受白酒，那么我们就有机会。

针对这种销售情景，导购员的实战策略是：1.各个击破：通过观察和询问，快速、准确地找出客人中愿意喝白酒的人，并通过适当的沟通，把他们争取到我们这一方来。

一般来说，35岁以上、身体强健的男性或者经常饮酒的客人，在夏天也会选择喝白酒。

2.积极引导：“夏天不喝白酒”是比较老套的观念，人们怕喝白酒上火。

不过，夏天的空调，可以与白酒和谐相处，实现“阴阳平衡”。

另外，用中高档白酒来宴请宾客，相对于其他酒类来说更显档次。

在导购员的积极引导下，客人的观念会有转变的。

3.分切蛋糕：经过劝说，如果还有一部分客人坚持喝其他酒，我们也不能够完全放弃。

可以尊重不同客人的不同消费选择，“分而治之”。

模板演练先生，今天天气的确很热，不过我们酒店的空调制冷效果非常好，可以调到20 左右，在这样的气温中喝白酒，与冬天喝白酒没有什么差别。

很多客人在我们这里喝了白酒后说，“原来夏天喝白酒也很爽”。

您可以感受一下，我敢保证您也会有同感。

（适用于本案的一般情况）李总，您点这样美味的菜，喝白酒再适合不过了，俗话说“好菜好酒，年年都有”。

更何况，您今天宴请这样尊贵的客人，只有上等白酒才相配呀！

我们的中央空调制冷效果非常好，在这样的环境里根本感觉不到季节的变化，任何时候喝白酒都非常惬意。

（适用于劝说高档宴席的客人）张先生，一看您就非常善解人意。

朋友们各有所好很正常，今天各位就各取所需，在酒桌上开一个“二盅全会”吧！

喝×酒的朋友，体谅一下喝白酒的朋友，他们的“酒量”肯定不能与您此。

我预祝各位的“二盅全会”取得圆满成功！

（适用于部分客人坚持不喝白酒的情况）点评中国几千年来白酒文化，培育了一大批忠实的白酒“酒民”，季节对他们的影响非常小。

导购员找到酒桌上的白酒“酒民”，就等于找到了破解导购难题的突破口。

白酒营销小常识导购怎样快速获得顾客信任目前，不管是在零售大卖场、餐饮酒店，还是在烟酒专卖店，中高档白酒终端销售的竞争都非常激烈。

<<白酒应该这样卖>>

因此，终端导购员在销售中发挥着举足轻重的作用。

通常来说，导购员与顾客沟通的头三分钟是成交的最好时机，如果导购员不能在三分钟内打动顾客，销售就很难成功。

但是顾客对于导购员的推销，常常抱着不信任的态度，怕自己被“忽悠”了，所以导购员首先要做的事情就是填平不信任的鸿沟。

那么怎样才能获得顾客信任呢？

<<白酒应该这样卖>>

媒体关注与评论

我向关注白酒品牌、白酒品牌营销，尤其是关注白酒终端销售的广大从业人员推荐此书。相信它能够白酒厂商、销售人员、餐饮酒店、名烟酒店、商场超市酒品专柜、团购等终端“根据地深度营销”运作提供有益的帮助和指导。

——上海交通大学品牌研究所所长 余明阳余老师既是一位实战家，也是一位研究者。

书中的内容真实再现了白酒终端销售情景，并加入了余老师深入的思考和专业的分析，对导购员的销售技能做出全方位的指导。

这是一本真正可以帮助一线销售人员解决问题的实战指南。

——沱牌集团董事长 李家顺余老师的书写得太精彩了，说出了困扰我们终端销售很久的问题，把我们思考过但不成体系的想法都表述出来了，非常具有专业性！

我相信本书对于提升白酒企业销售业绩会有极大的帮助。

——宁夏红集团董事长 张金山读余老师的大作，感慨良多，这本书货真价实，极具行业针对性，是我看过的最实用的酒类终端培训书，衷心感谢余老师为白酒一线销售人员奉献了这本好书！

——中粮集团首席营销顾问 闫爱杰这是一本不可多得的快消品导购员，尤其是白酒销售人员的培训宝典，它紧贴快消品，尤其是白酒销售实践，把终端导购员可能遇到的问题都列举出来了，非常实用，也非常管用，是每位快消品导购员，尤其是白酒销售人员的必备书籍！

——塞飞集团董事长 李秉和

<<白酒应该这样卖>>

编辑推荐

《白酒应该这样卖》：白酒零售第一书！
42个情景，收尽酒类销售难题，随查随用。
100余个语言模板，一学就会，一用就灵

<<白酒应该这样卖>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>