

单证员综合辅导:如何成功推广新产品 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/266/2021_2022__E5_8D_95_E8_AF_81_E5_91_98_E7_c32_266024.htm 企业的新产品犹如企业的新鲜血液，能够给企业增加新的活力和动力。许多企业就是因为老产品持续老化，新产品死亡率居高不下，从而导致企业的市场不断丢失，利润严重缩水，企业经营举步维艰，那么企业怎么做才能确保新产品的成功推广呢？制定行之有效的营销考核和激励方案。许多企业新产品之所以推广不成功，是因为企业的营销团队根本就没有引起重视，企业对业务人员既没有考核，也没有激励。这样一来，业务人员便不会主动去推销，新产品还没有走向市场，就先被自己的营销团队给否定了。因此企业要想把尤其对企业来讲具有战略意义新产品推广成功，首先就要把上市新产品的意义给业务人员讲明白，并制定行之有效的营销考核和激励方案。某企业一只非常具有竞争力的新产品，但是推广一直不理想，老板非常着急，找到我让我出主意。我经过和老板的沟通，发现由于企业对业务人员没有针对业务人员出台任何措施，于是业务人员便想推广，不想推广就不推广。找到症结后，我便给他建议并制订了一份针对新产品的详细考核和激励方案。一方面所有业务人员头上都挂上任务指标参与考核，推广不力的要受到相应处罚，营销总监/大区经理/区域经理推广不力的要受到降级甚至撤职处分；另一方面开展擂台赛，只要业务人员大力推广并有业绩，可在正常的薪资方案外拿到相应的奖金并在月度营销大会上成为讲师向大家传授推广经验，一定时期（以三个月和半年为时间段）销售特别突出的

，召开全体营销人员会议，由企业董事长和总经理亲自颁发奖状和额外奖金，并且这些人员做为企业将来干部选拔的优先考虑对象。这个方案一实施，马上在营销团队中引起震动。没有多长时间，我便接到老板的电话，说公司的这款新产品的销量在原基础上翻了十多倍，业务人员的信心和士气得到了大幅度的提升。过了几个月这个企业的这款新产品便很快地扎根开花，该公司也很快引起了行业同行的重视，企业的盈利能力也得到大幅提升。经销商的引导和强制要求。由于企业的新产品的成功推广离不开经销商的支持/配合和资源的倾斜，所以如何给经销商足够的压力和动力，让他们大力去推广，这也是企业的新产品能否成功推广的关键因素。那么企业该采取那些措施去给经销商足够的动力和压力的呢？在动力方面，要给经销商讲明企业上新产品的原因和市场前景，以及经销商大力推广这些新产品能够给他带来的利益。另外可以把经销商享受某些政策与推广新产品结合在一起，让经销商自己权衡。比如：企业推广新产品达到一定程度时由企业出工资给该市场派驻助销员，帮助经销商进行产品宣传推广和做其他工作。为了鼓舞经销商，企业高层可亲自到那些重要的市场和新产品推广的好的市场拜访。在压力方面，对于企业重点的新产品，如果经销商拒绝投放或不用力去推的产品，可以告诉他，企业可以就新产品在该市场另外开设经销商。另外拒绝投放企业新产品或推广不力的则无权享受企业的某些政策。某企业推出了一款新产品，安徽区域的经理通过努力，新产品的推广的非常顺利并取得不错的业绩，但是有一个市场的经销商却拒绝投放，由于该经销商是公司的大户，与公司领导的关系非常好，管理起来难度比

较大。为了实现新产品在该市场的上市并推广，该经理和企业领导经过沟通达成共识，把该市场新产品定了考核目标，并把其他产品的促销政策与这些新产品的考核目标捆绑在了一起。经过这一措施，该市场的经销商从不得不推广到后来销量的迅速提升（因为该市场基础比较好）。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com