

招商：路演九步 步步为赢 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/288/2021_2022__E6_8B_9B_E5_95_86_EF_BC_9A_E8_c123_288296.htm

河南D保健品公司是一家生产药磁贴的企业，成立数年来，一直是小规模生产，小规模销售。去年，在某营销公司介入后，销售突飞猛进。那么，营销公司是如何去运做这个小产品呢？我们知道现在很多企业都大肆招商，进行圈钱运动，当经销商把资金打如商家的帐户，至于产品卖的如何，厂家已无心再管。因此，经销商们已经身受伤害，对大肆宣扬的招商广告大多采取慎重的态度，甚至采取不信任态度。D产品为了能够迅速的扩大市场，依靠企业自身的实力短期达不到目的，在没有更多的资金招商的情况下，运用路演的招商模式，采用类会议营销的方法，使产品迅速在局部地区打开了局面。D产品为了能够让潜在经销商掌握其运做模式，让他们全程跟踪，参加每一步的操作，实战才更有说服力。（说明：1、路演招商模式：简单的说，路演就是通过现场演示，让更多的人知道产品，试用产品，最终达到推广产品的目的。D产品的路演招商模式首先是在各个陌生市场巡回操作，通过现场全程运做，经销商全程跟踪，全程参与，最终成功招商的过程。2、类会议营销：是指在合适的场所，通过聚众，以科普讲座的形式，传播产品知识，最终达成销售的过程。）

路演第一步：搞外联选位置 由于资金有限，不可能投入大的广告及运做大型的推广活动，另外，现在的外部环境决定了操作模式。为了保证每一场科普讲座都不出现问题，能够顺利进行，外联工作还是第一步要做的。要在医药局、工商局、卫生局

等相关部门进行申请，申请要有技巧。D产品的申请由头是“扶助‘危重特困’患者知识讲座活动”，同时给相关部门缴一些管理费用即可，但活动能隐蔽还是隐蔽，减少外界带来的麻烦。在搞外联的同时，进行区域市场的调研，比如把一个中型城市分为四个小区，在每个小区找到一个中心位置，找到一个至少容纳350人的会议场所，比如，电影院、体育场、礼堂等。选位置的标准是：根据宣传的辐射范围，以及到场参加讲座人群的方便性，选择场地。选择的位置要求周围市民便于寻找并且熟悉，在方圆1.5公里有较高知名度。

路演第二步：写文案印传单 低成本的运做市场就需要出奇制胜，给消费者带去更多的利益，孙子兵法曰：利而诱之。因此，文案的撰写要突出宣传的利益点，活动的利益点。D产品的宣传单只有7cm×16cm见方，印制的很精美。文案高度提炼了营销的主题：可免费获赠送D药磁贴一贴。另外产品的主治、时间、地点等内容也不可少。由于印刷单位是固定的，只要把印刷的内容传真过去即可，由于文案格式是固定的，只需要变动颜色即可。这样就减少了因印刷而谈判的时间。

路演第三步：寻人群发传单 为了发挥每一张传单的作用，对每一个员工强调要珍惜每一张传单。由于D药贴所治疗的××病多发于中老年人。因此，在发传单的时间、地点、发放的人群都有详细的要求。由于每一个地方都有集贸市场、还有早市、公园、体育场等。这些地方在不同的时间都会有大量的人群。因此，集中时间，在以上地点发放。总的发放时间不超过两天，真正的路演活动第三天才会开始。发传单的原则：出去的多发，进来的少发，中老年人多发，年轻人少发或不发。

路演第四步：渲气氛聚人气 选择的会议场所一

定要面积大，要简单布置，主席台上要放上花，主席台的背面是彩色的宣传海报（用喷绘做的5m×7m的宣传海报）。上面有宣传的主题“扶助‘危、重、特、困’患者科普知识讲座活动”，D产品免费赠送的利益点等。同时，会前要放一些音乐，让整个会场给人一种愉快的感觉。工作人员要有礼貌，面带微笑，给人一种亲切、诚实的形象。在会前和患者沟通时，要讲究策略，比如抬高主讲人的学识，当然以事实为根据，其实就是销售主讲人，让参与者对主讲人有一种没有见面的沟通，通过工作人员的嘴和参与者沟通。同时，工作人员也要与主讲人及时沟通患者的情况，以便更好的与患者互动。和每一个参会者交流和沟通的过程，要做到眼观六路，耳听八方，密切关注现场人员的动态。比如，一些负面言论要设法化解，意见领袖的发现及培养和运用。做销售就是做人气，有了人气，就有了销售的机会。

路演第五步：用专题做铺垫 由于运做活动规划的是每个周期五天，所以要求讲师每天讲的内容不能重复，也就是说每天一个专题内容。当然，专题最终的落脚点还是产品，整个讲的过程少讲产品，多普及与产品相关的知识。产品本身所具有的功效、主治，能够很好的融合到专题讲座中，比如D产品中有磁铁，那么，磁对人体究竟有何好处，就要讲的清楚，让患者对磁有一个认识，对于产品本身，可以在会后一对一的沟通中提示，或者把产品的这个特性放在下一天的讲座中，要让整个讲座和产品融合在一起，潜移默化。让患者感到科普知识让自己更清楚自己的疾病，同时，让产品与他掌握的知识产生对接，最终，产生购买。

路演第六步：讲知识讲产品 每天的讲座内容不一样，所传达的知识信息也不一样，比如第一天讲

疾病的危害及症状，与患者拉近距离，产生共鸣，适当的提示产品，当然，在语言技巧上要掌握好，讲的目的是让患者购买。第二天就讲预防，如何预防疾病，D产品就有预防的作用，这就是讲座的最后落脚点，第三天讲……。总之，看似每天在传经布道，实则是费尽心机，要让每一天的讲座都与产品有丝丝缕缕的关系，在看似无意之中，达到销售的目的。每天所讲的内容，传递的信息，具有科学的依据，给患者以真正的关心，一定要有可操作性的内容，切忌大道理，不切实际，让患者觉得遥不可及，要在讲产品，讲知识时能够把握患者心理，引导他们，促成销售。

路演第七步：都参与好互动 在讲课的间隙，要穿插一些互动性的节目，比如：进行产品知识问答，甚至可以邀请有特长的患者上台表演，如演唱一首歌等。当然，对于参与的人，要给予鼓励，给予奖励，比如，赠送优惠卡，赠送产品等。总之，在讲座的过程中，要能够形成良好的互动，把现场的气氛调动起来。同时，对于积极参与的人，要给予更多的关注和沟通，使之感到受到重视，并产生良好的效应。（这样他会对公司产生好感，进而产生口碑效应。）

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