

+

# 2019中国农资终端爆破新会销 九大逻辑解密

只要结果 拒绝借口

---

分享人：孟

分享时间：2019年11月6日

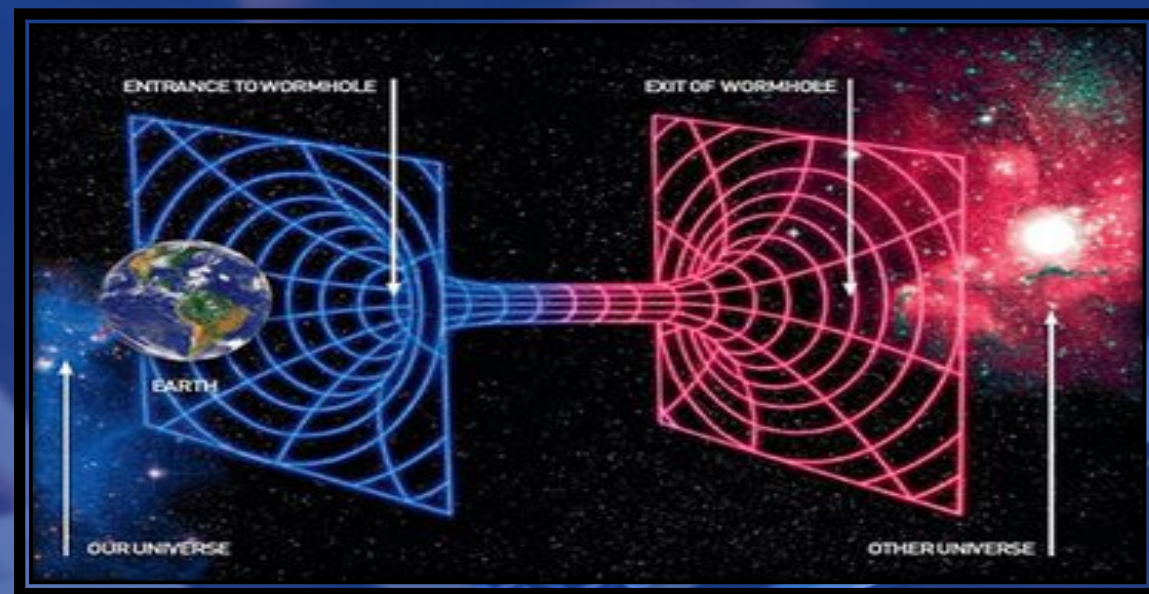
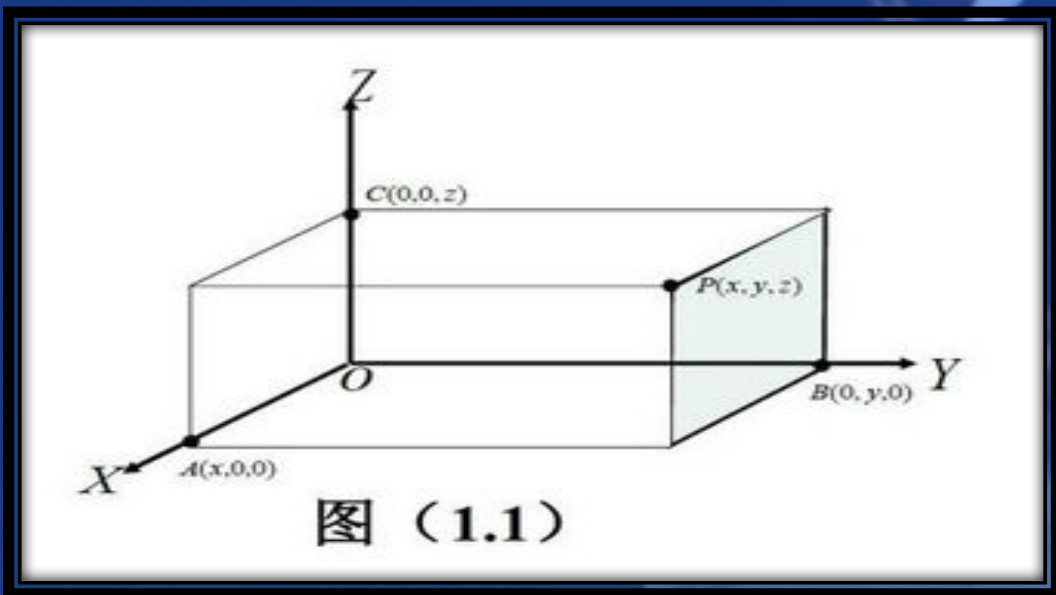


只要结果 拒绝借口 ◀ ◀ ◀



## 三维空间

## 四维空间



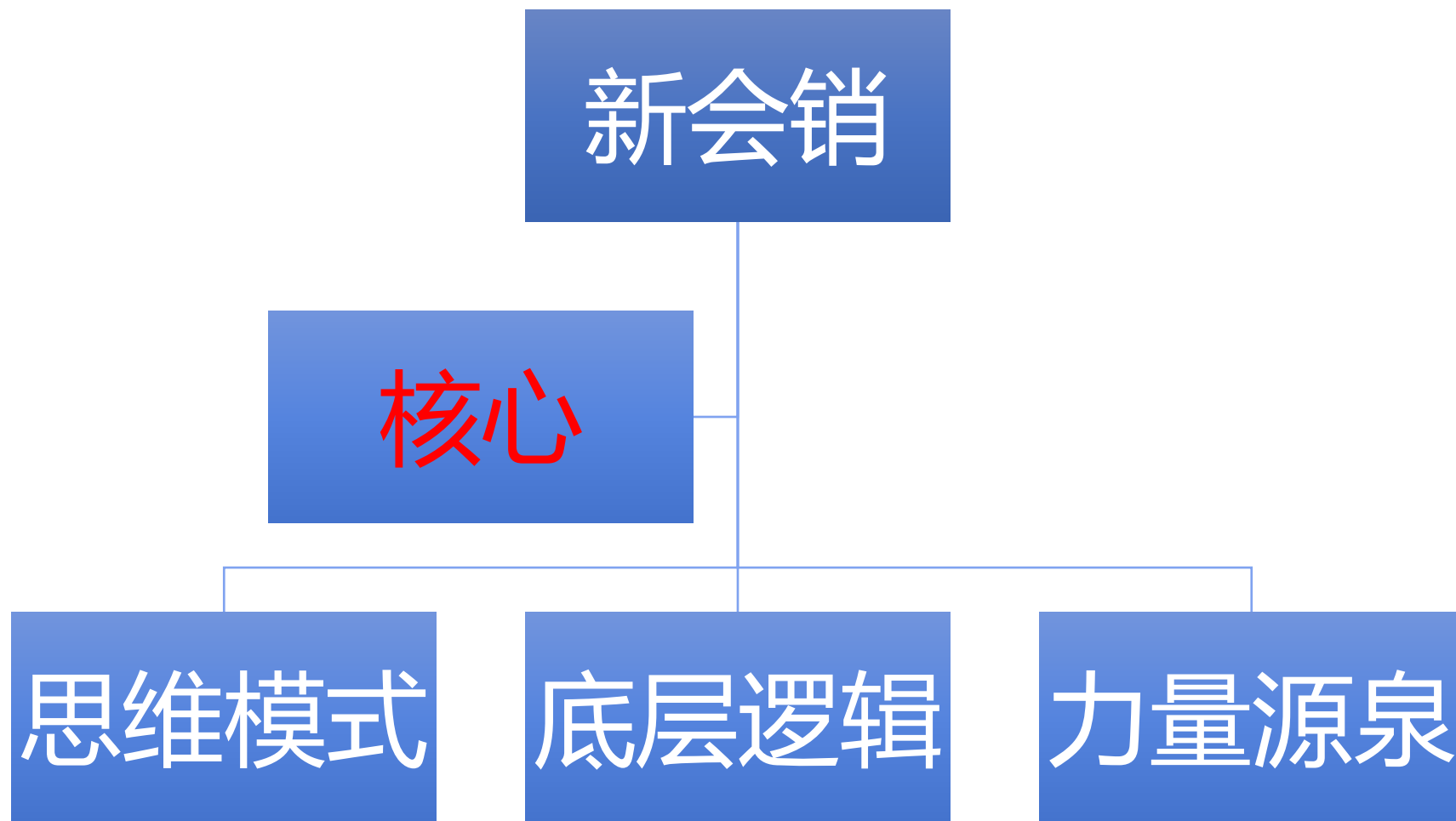
## 升维思考



## 降维打击







# 一、思维模式

01

平台思维

为什么是抖音？

02

富人思维

为什么是免费？

03

系统思维

为什么是新会销？



# 01

## 平台思维

为什么是抖音？

# 平台思维

- 1、制定游戏规则
- 2、适应游戏规则

## 平台思维

耐思尼克®  
www.nisnik.com



平台模式的精髓在于打造一个多主体共赢互利的生态圈。

法则1：整合现有平台

法则2：搭建新的平台





# 新营销



销量=线下网点数量\*平均销量+线上（含社群）销量

只要结果 拒绝借口 ◀ ◀ ◀

## 沃尔玛、大润发要哭了！刚刚全球最大超市突然杀入中国

小龙爱学习 | 2019.06.26

开市客 ( [Costco](#) ) 是美国最大的连锁会员制仓储量贩店，于1976年[加州圣迭戈](#)成立的Price Club，七年后[华盛顿州西雅图](#)成立的好市多，在2009年是美国第三大、世界第九大零售商。

好市多是[会员制](#)仓储批发俱乐部的[创始者](#)，成立以来即致力于以可能的最低价格提供给会员高品质的品牌商品。

目前好市多在全球七个国家设有超过500家的分店。

2017年6月7日发布的2017年《财富》美国500强排行榜中，排名第16。

2017年6月6日，《[2017年BrandZ最具价值全球品牌100强](#)》公布，好市多名列第68位。

2018年7月19日，《财富》世界500强排行榜发布，好市多位列35位。 <sup>[3]</sup>

只要结果 拒绝借口 ◀ ◀ ◀

零售界最大的风暴即将来临！

全球最大会员超市，即将登陆中国！



刚刚，全球最大会员超市costco正式向全球宣布，即将登陆中国！首家店将正式在上海开业。。



---

世界前10家依次是：

- 1、美国沃尔玛 ( [Wal-Mart Stores](#) ) ，在 500 强中排名第 1 ，年营业额 2465.25 亿美元，雇员 124.4 万人；
- 2、法国家乐福 ( Carrefour ) ，排名 29 ，营业额 649.78 亿美元，33 万人；
- 3、美国家庭仓储 ( Home Depot ) ，排名 37 ，营业额 582.47 亿美元，23 万人；
- 4、美国克罗格 ( Kroger ) ，排名 51 ，营业额 517.59 亿美元，31.2 万人；
- 5、德国麦德龙 ( Metro ) ，排名 58 ，营业额 487.14 亿美元，18 万人；
- 6、美国塔吉特 ( Target ) ，排名 72 ，营业额 439.17 亿美元，25.4 万人；
- 7、美国西尔斯罗巴克 ( Sears Roebuck ) ，排名 81 ，营业额 413.66 亿美元，32.3 万人；
- 8、英国特斯科 ( Tesco ) ，排名 84 ，营业额 403.87 ，；
- 9、美国好市多 ( Costco Wholesale ) ，排名 92 ，营业额 387.62 亿美元，24.8 万人；
- 10、美国艾伯森 ( Alberrsons ) ，排名 103 ，营业额 359.16 亿美元，23.5 万人；

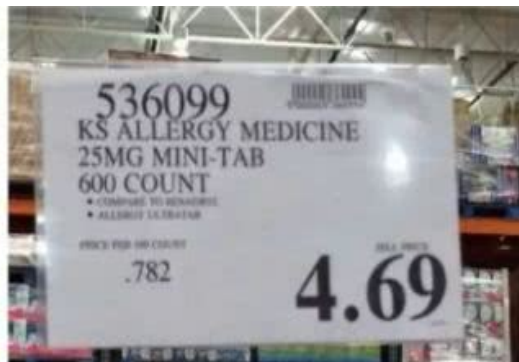
只要结果 拒绝借口 ◀ ◀ ◀



只要结果 拒绝借口 ◀ ◀ ◀



# 穷人超市



只要结果 拒绝借口 ◀ ◀ ◀

**COSTCO**  
**WHOLESALE**

**GOLDSTAR MEMBER**

[WWW.COSTCO.COM](http://WWW.COSTCO.COM)  
NON-TRANSFERABLE

**COSTCO**  
**WHOLESALE**

**BUSINESS MEMBER**

[WWW.COSTCO.COM](http://WWW.COSTCO.COM)  
NON-TRANSFERABLE





# 轻松加入开市客 *Becoming a Member Is Easy!*

## 金星会员申请 *Gold Star Membership*



**金星会员** 主卡年费¥299

凡年满 18 岁，且经开市客审核通过之个人可以申请成为金星主卡会员。

### 关于金星会员：

每位主卡会员可办理一张免费家庭卡（家庭卡持卡人限与主卡人或企业副卡人居住于共同地址且须满 18 岁之家人）

### Gold Star Member

Primary Card Annual Membership Fee ¥299  
Membership is available to qualifying individuals age 18 and over.

### About Gold Star Members :

Each primary card holder may apply for a free household card for a family member over the age of 18 and living at the same address.

## 企业会员申请 *Business Membership*



**企业会员** 主卡年费¥299

企业主卡会员必须年满 18 岁，且必须符合以下条件：  
(1) 营利法人、事业单位、社会团体、基金会或社会服务机构的法定代表人；  
(2) 个体工商户或农村承包经营户的负责人。

### 关于企业会员：

- 每位企业主卡会员最多可申请 6 张企业副卡，每张年费 ¥299。
- 每位主卡会员及企业副卡会员可办理一张免费家庭卡（家庭卡持卡人限与主卡人或企业副卡人居住于共同地址且须满 18 岁之家人）

### Business Member

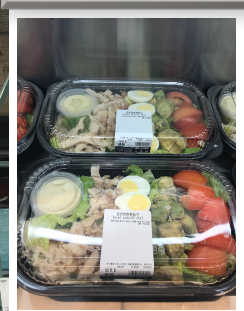
Primary Card Annual Membership Fee ¥299  
Business primary membership is qualifying age 18 and only available to business owners, business owners, or a head of a non-profit organization or government agency.

### About Business Members :

- Up to 6 add-on cards are available for business primary memberships for a membership fee of ¥299 each.
- Each primary card holder and add-on card holder may apply for a free household card for a family member over the age of 18 and living at the same address.









# 02

## 富人思维

为什么是免费？

## 富人思维

- 1、先舍后得
- 2、先得后舍



# 免费商业模式的15种应用模型

一、体验模式（让顾客体验，但不满足他）

二、第三方付费模式（你的东西由别人买单）

三、主产品免费模式（主产品免费，带动其他产品消费）

四、副产品免费模式（主产品要钱，副产品不要钱）

五、赠品模式（产品要钱，赠品不要钱）

六、时间模式（在特定的时间免费让顾客形成条件反射）

七、空间模式

八、客户模型

九、高频模型（适用于大众的适用品 消费品）

十、利润模型

十一、增值模型

十二、功能模型

十三、耗材模型

十四、产品分级模型

十五：跨行业模型：利用现有资源跨界经营其他行业

# 03

## 系统思维

为什么是新会销？



# 系统思维

1、流程

2、标准

## 系统性思维

综合 → 分析 → 综合

1

业务目标

明确整个项目的业务目标

2

需求目的

明确需求的来源和想达到的效果

3

需求分析

明确需求的合理性和价值

4

设计执行

遵循设计规范保证用户体验一致性

5

设计验证

回顾目标，沉淀经验总结

# 2019中国农资百强乡镇千万财富暴增八步

- 第一步：卖自己 目的：做《唯一》
- 第二步：卖马鞍 目的：做《王子》
- 第三步：卖代言 目的：做《明星》
- 第四步：卖示范 目的：做《镜子》
- 第五步：卖引流 目的：做《粉丝》
- 第六步：卖嘴巴 目的：做《流程》
- 第七步：卖标本 目的：做《古董》
- 第八步：卖梦想 目的：做《领袖》



# 目录/COMPANY



- 01 会前营销
- 02 会中营销
- 03 会后营销

只要结果 拒绝借口 ◀ ◀ ◀

## 第一个阶段：会前营销

### 主要板块

1、会前策划

2、数据收集

3、会前邀请

4、预热与调查

5、会场布置

6、会前动员

7、会前模拟

8、签到与迎宾

9、引导入场



## 第二阶段：会中营销



### 主要板块

1、会前造场	8、顾客发言
2、推荐专家	9、宣布喜讯
3、情绪调动	10、专家咨询
4、游戏互动	11、区分客户
5、专家讲座	12、销售产品
6、产品讲解	13、主题升华
7、有奖问答	14、结束送宾

只要结果 拒绝借口 ◀ ◀ ◀

## 二：新会销九大底层逻辑

- 农资会销到底还有没有生命力？
- 1、会销目的重新定义；
- 2、会销价值重新评估；
- 3、会销形式、内容创新；
- 4、会销如何链接线上线下客户用户；
- 5、会销体验之“性”、“暴力”、“金钱”；
- 6、会销底层逻辑之认知、情感、行动；
- 7、会销顶层设计之价值信仰、十八罗汉、星星之火；
- 8、会销团建对标：阿里铁军、华为狼师、江小白豹团；
- 9、会销核心中轴线：“断”、“舍”、“离”！

只要结果 拒绝借口 ◀ ◀ ◀

# 01

## 会销目的重新定义



# 会议营销的终极目的

- 1、开发客户
- 2、产生订单
- 3、消化库存

**终极目的：帮助下一级经销商解决其最头疼的问题，树立企业品牌。**



# 《为什么企业还要做会销？》

答：

## 一、《一维解读》：卖货

为了发布新产品、开发新渠道、为了让客户增量；

## 二、《二维解读》：练兵

为了提升士气、打造团队、提高综合运用能力，储备干部；

## 三、《三维解读》：同欲

为了行为一统，上下齐心，降低渠道隐形损耗，提高资源利用率；

## 四、《四维解读》：系统

为了打造全员动销系统，将流程+标准进行演练、总结、优化、沉淀；

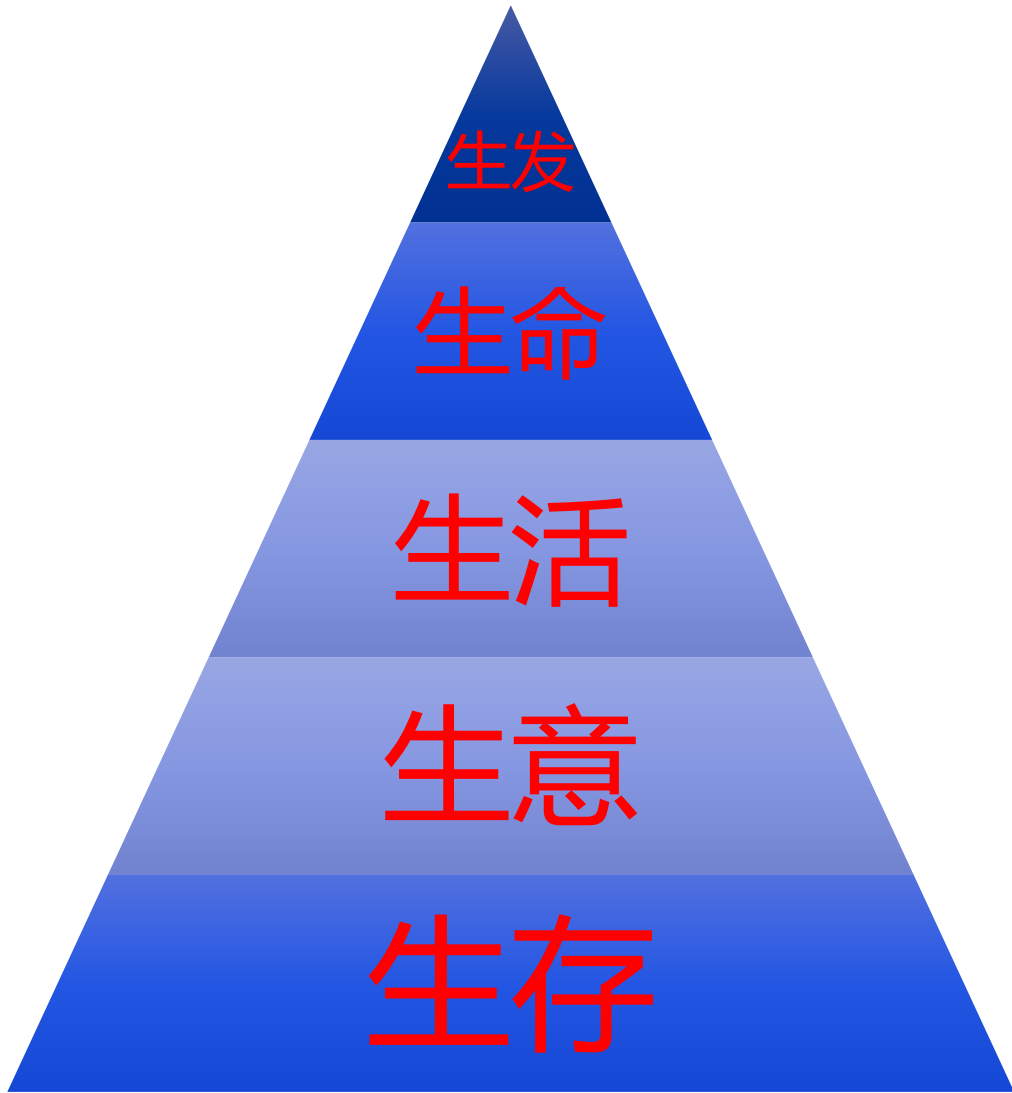
## 五、《五维解读》：品牌

为了差异化品牌竞争助力，做强关系，做大粉丝，做好品牌！

**小结：出发时，结果止！**  
只要结果 拒绝借口 ◀ ◀ ◀

# 02

## 会销价值重新评估



完整人生的五个层次:

第一个层次：《生存》

第二个层次：《生意》

第三个层次：《生活》

第四个层次：《生命》

第五个层次：《生发》

站在生死生命的角度，  
所有的问题就迎刃而解了。  
生意的目的地不是赚取金钱，  
而是让生活变得更加美好，  
让生命更有意义。

——携手乐行，同乐同行！

# 03

## 会销形式、内容创新

# 2019年度农资品牌塑造三部曲



第一步:系统化会议营销

**针对对象：代理商、零售商、农户，如招商会、观摩预定会、兑现会。**

第二步：创新型会议营销

**针对对象：零售商、农户，如体验式示范田。**

第三步：定制型会议营销

**针对对象：重点代理商+代理商团队，如华为、阿里巴巴游学。**

只要结果 拒绝借口 ◀ ◀ ◀

# 04

## 会销如何链接线上线下客户用户





只要结果 拒绝借口 ◀ ◀ ◀

# 05

## 会销体验之“性”、“暴力”、“金钱”

# 品种春播示范田！

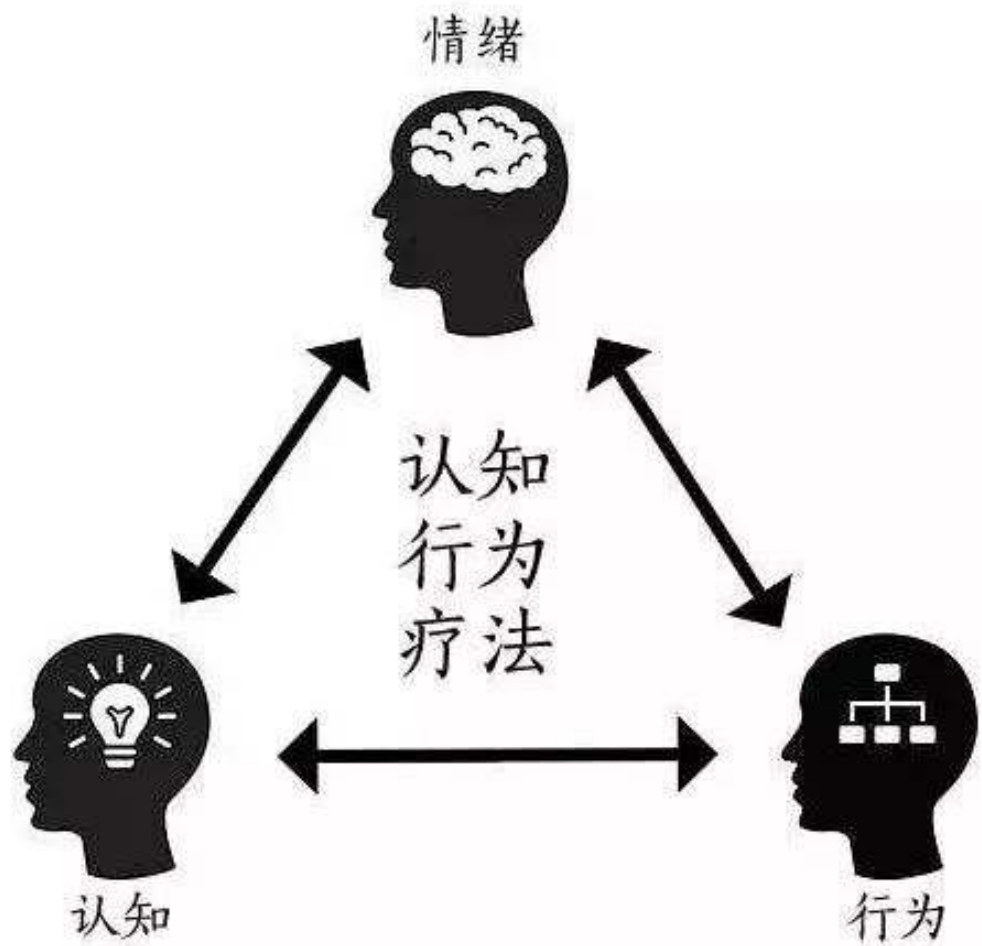
---做农民喜欢看的示范田



只要结果 拒绝借口 ◀ ◀ ◀

# 06

## 会销底层逻辑之认知、情感、行动



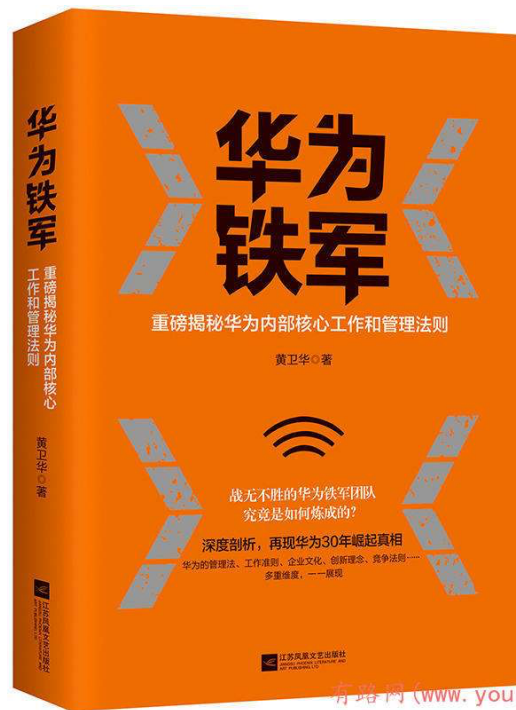
# 07

## 会销顶层设计之价值信仰、十八罗汉、 星星之火



# 08

会销团建对标：阿里铁军、华为狼师、江小白豹团



有路网 (www.youlu.net)



网易号 | 水芒芒

只要结果 拒绝借口 ◀ ◀ ◀



# 2019农资新会销狼性团队打造九大机制

- 1、文化机制
- 2、人才机制
- 3、营销机制
- 4、会议机制
- 5、Pk机制
- 6、执行机制
- 7、考核机制
- 8、晋升机制
- 9、薪酬机制



只要结果 拒绝借口

# 09

会销核心中轴线：“断”、“舍”、“离”



只要结果 拒绝借口

## 三、力量源泉

[ 01 ]

爱

发出力量

[ 02 ]

借

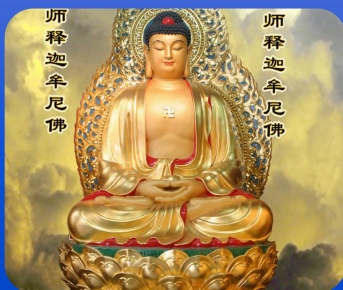
借助力量

[ 03 ]

感

体验力量





## 佛祖的《爱》

- 普渡众生



## 孙中山先生的《爱》

- 三民主义：民族、民权、民生



## 马云先生的《爱》

- 让天下没有难做的生意



只要结果 拒绝借口



行业内：种子、农药、化肥、农机、

行业外：家电、服装、房地产、汽车、保险、医疗、  
摄影、金融



政府借势：大农业、大健康、田园综合体、精准扶  
贫等



智囊团借：商业模式、思维模型、案例解析等



只要结果 拒绝借口



# THANKS

只要结果 拒绝借口

乐行·大结果会销