

# 如何做好收获后种植户回访

石云翔<sup>1</sup> 王丽娟<sup>2</sup> 赵方彬<sup>1</sup> 尹继军<sup>1</sup>

(<sup>1</sup> 山东顺鑫京科种业有限公司, 济南 250100; <sup>2</sup> 三北种业有限公司, 承德 067000)

**摘要:**通过对收获后种植户回访的概念和必要性介绍,对种植户回访的作用进行详细阐述,从种植户角度和生产企业渠道角度进行综合分析,对品种调查、优势传播、核心农户建立以及消费商体系打造和订单拉动等多维度进行论述,并从种植农户回访目的、农户回访的准备、农户回访的过程以及注意事项和回访后跟踪等环节讲述如何做好收获后种植户回访工作,为生产企业和渠道商新品种推广和营销规划制定提供参考。

**关键词:**种植户;回访;新农民;订单;技术服务;消费商

随着土地流转政策的实施和种植结构调整,大农户、合作社、家庭农场如雨后春笋般多了起来,玉米种业行业的发展伴随着零散农户到家庭农场的消费者升级必然会带来消费的升级,“早矮密”“稳抗高”“专精特新”等新类型玉米品种需求逐渐提升。品种更新换代必然会带来技术服务的革新升级,技术指导与优质服务将成为集约化种植时代产品推广的核心竞争力。技术服务的精准化推进需要科学的调查与分析,需要对产品精准的定位,需要对消费者进行周密的调研总结,需要对推广产品清晰的认知和对消费者充分的了解。要做到这些精准调研总结分析,做好收获后种植户回访对于推广者来说是至关重要的一环。由于多年来一直在推广一线,十分注重收获后种植户回访工作,深感该项工作的重要性以及对产品推广和技术服务指导的基础作用,特总结相关经验方法以供种业推广者借鉴。

## 1 收获后种植户回访的概念

收获后种植户回访即收后回访也叫农户回访。一般是指生产企业、渠道商针对当地有代表性的农民或者种植本企业推广产品的种植户,在收获后进行一对一的拜访、沟通交流与调查,了解农民对品种、技术和服务等方面的需求,获取种植户对产品、市场、企业的认识和反馈,从而获得第一手调研资料并通过系统整理具体分析,指导生产企业、渠道商科学制定近期推广方案和技术服务指导方略,从而达到提升产品认知、宣传产品特点、获得产品订单、扩大品牌影响、提升技术服务能力和加快产品推广的目的。

## 2 收获后种植户回访的必要性

在以往的产品推广中,无论是生产企业还是推广渠道更看重田间长势表现,因此田间会议尤其是穗期观摩会是产品宣传展示的重中之重,普遍认为,田间长势好的品种就一定会创造高产,对比优势明显的品种就一定会获得消费者认可,部分企业和渠道商忽略了收获后对种植农户回访的过程,导致在销售产品或者在商务活动开展时经常发现很多种植户和观摩者并没有选择曾经种植的产品或者观摩的产品,使很多营销方案脱离实际无法实施,技术服务无法兑现,浪费了人力与财力,甚至产生大量存货、退货的不良后果。究其根源主要是收获后回访不到位,对产品了解不清晰,很多产品收获后出现缩水严重、颜色泛白品质差、籽粒容重低、甚至有的易产生霉变,从而导致产量低、商品性差乃至粮价低、卖粮难的现象发生。很多种植户放弃购买,更有甚者田间没问题收获后发生投诉的现象,在一定程度上影响了前期观摩者和后期计划跟进者,对产品推广产生负面影响。所以开展收获后种植户回访非常有必要,一是可以获得产品实际表现的第一手资料,例如脱水情况、产品品质与容重、抗霉变能力和实际产量等;二是了解农民对品种的需求、获悉种植户对产品的评价,从而可以预估供求关系;三是为产品推广价格体系的完善、营销活动方案的销售规划的制定和执行以及技术服务的实施提供依据<sup>[1]</sup>。

## 3 收获后种植户回访的作用

在种业新常态下要快速推进种业新品种、获得详实的调研资料<sup>[2]</sup>,要赢得消费者信赖,收获后种植

户回访是非常重要的环节,也是对产品定位的重要依据,具有重要的实际意义和作用。

### 3.1 对种植户的作用

**3.1.1 获得栽培管理知识** 被访种植农户可以通过生产企业和渠道商的回访获得高产栽培管理技术以及集约化种植管理水平提升的方法策略等,有利于指导日后大田生产获得高产。

**3.1.2 解决产品认知困惑** 很多种植户对自己种植的产品并不是完全了解,对产品类型、密度、品质、适宜土壤、病虫害防治管理措施等存在认知不足或者对配套技术存有困惑,通过生产企业和推广渠道回访答疑解惑,从而全面了解产品,为以后种植栽培获得高产提供保障。

**3.1.3 反馈品种实际问题** 很多产品在种植过程中或者收获后会出现一些问题乃至造成一定损失,通过回访可以向生产企业和推广渠道如实反映产品问题,分析问题产生的原因和解决方案,避免问题发生或减轻损害,并力争获得生产企业和渠道商一定的政策优惠扶持。

### 3.2 对生产企业和推广渠道的作用

**3.2.1 获得农户购买心理动态** 通过对农户回访沟通,可以获得消费者的购买心理动态以及对产品选择、价格、技术服务需求和期望等方面的具体要求,为推广团队的销售策略制定打下基础。

**3.2.2 收集推广产品真实信息** 真实了解部分种植户对产品表现的综合反馈,从田间长势、综合抗性、栽培技术、收获后的脱水速度、籽粒品质、实际产量水平以及卖粮价格等方面搜集真实的产品调研资料,为产品定位、价格制定、商务活动、推广规划、繁种面积等提供真实可靠信息,为新产品高质量推广提供综合保障。

**3.2.3 转变农户对产品的片面认识** 农作物种植除了品种自身特性外还受到温、光、水、肥、气等综合外界环境影响,很多消费者在种植新品种时如果表现不尽人意往往是“先找种子再找药,实在不行赖肥料”。如果一个新的品种推广表现不好,种植者一般会认为品种有问题,这时候一个恰当的收获后回访,通过和种植户面对面沟通交流,找到问题所在,不仅可以转变农户对产品的片面认识,避免负面传播影响,还可能获得再次合作的机会。

**3.2.4 打造品种核心种植群体** 新品种的推广、新

技术的应用需要发挥头羊效应,一些具有求新求异的消费群体率先示范,会在周围形成良好的带动作用。通过收获后对种植户回访,根据种植管理水平、土地数量、个人能力素质、当地影响力、对产品和品牌认知等条件建立品种核心种植户群体,例如山东顺鑫京科种业有限公司实施的“种植工匠”项目,打造了一批优秀的科技种植新农民群体,对于产品推广起到事半功倍的引领作用。

**3.2.5 扩大影响产生购买订单** 推广渠道对代理区域内农户回访会提升企业影响力,获得消费者的认可和信赖,农户回访沟通既是产品 and 市场调研的途径,也是产品优势传播的过程,还是潜在订单达成的机会,在科学预定政策优惠的指引下一般会达成一定的购买订单。

**3.2.6 发展产品推广消费商** 消费商主导的是“花本来就该花的钱,赚本来赚不到的钱”,带来的是一种全新的利润分配规则。种业新常态下渠道发生变革,购买途径日益丰富,传统的终端零售商和种子经纪人模式逐步弱化,大农户、合作社等新农民群体与代理商渠道甚至生产企业直接对接逐步成为趋势,在核心种植户群体中选择适合人员,给予科学的激励扶持政策发展消费商<sup>[3]</sup>,让消费者影响并引导消费者,是当前抓住新农民客户群有效的方式之一。

**3.2.7 提升品牌影响力和合作黏性** 收获后对种植户回访这种行为本身就是企业高度负责的体现,会获得消费者的好评和欢迎,无论是对产品综合表现的调研,还是对问题的回馈解决,乃至对产品优势的宣讲与销售拉动,消费者都比较容易接受,可以较大幅度地提升品牌口碑和影响力,提升忠诚消费者的黏性。

## 4 如何做好收获后种植户回访

**4.1 确定回访的目的** 在回访前生产企业和推广渠道要有具体完整的回访规划、主要目的以及要达成的目标,从而确定被访范围和群体。比如有的主要目的就是市场调研获取营销分析素材,除需要拜访推广产品种植户外,还要进行更多随机农户拜访;有的是为了解推广产品种植中、收获后的优缺点,需要拜访销售时登记档案中购买量较大的农户,抓典型重点拜访;有的主要为了销售增量和发展订单,则需要回访田间种植过程反馈比较好的农户进行跟踪

了解,扩大产品优势影响,达成订单;有的主要为了发展消费商,则需要重点回访有影响力、认可产品和品牌的核心种植户和新农民群体。种植户回访目的很多时候是多种兼顾的,这就要提前做好规划和周密的准备工作。

## 4.2 收获后农户回访的准备

**4.2.1 农户回访的时间** 一般来说种植户回访在收获后都可以进行,但是为了保证回访效果,尤其是保证消费者提供的信息更加清晰准确,一般选择收获后一个礼拜到大面积卖籽粒结束这段时间相对更好,这个时期消费者对产品的印象深刻,反馈信息清晰、沟通更加通畅。在黄淮海夏播区有部分卖果穗和收获后公路晾晒提前卖粮的农户,要根据回访目的提前沟通掌握动态,在回访时间上进行调整。回访时间选择 10:00 后至午饭前、14:00 后至晚饭前以及晚饭后 1~2h,这些时间段容易找到种植户。尽量提前一天进行电话预约回访,简单了解基本情况,对反馈的问题拿出解决方案,便于回访时有针对性地沟通回馈。

**4.2.2 农户回访的物品准备** 收获后种植户回访一定要准备随手礼,随手礼从物品选择、款式设计、传递信息、纪念意义等方面都要用心谋划,确保随手礼精致实用、具有公司特色或者与主推产品相应,比如公司的工作服、保温杯、小型电器、新品示范种等。要提前准备农户销售档案、调查表、问题反馈及解决方案、订单政策及赠品、促销活动海报、大农户名单、样品棒、卷尺、小称、测水仪、容重测量器、宣传单、样品种子成品、记录本、预定本、下乡回访条幅、本地高产海报、宣传彩旗及回访宣传车装饰等。

**4.2.3 农户回访的过程准备** 生产企业和渠道商在回访前根据回访主要目的确定具体人群,提前通过电话预约回访,了解基本信息和存在问题,准备好回访的具体内容和沟通方式,准备可能出现的临时咨询和突发事情与问题的处理方案。比如以获得产品订单为主,根据农户反馈信息,采取截取正面不理负面信息的沟通方式,从优点入手封闭式问话沟通更有利于订单达成;要获得产品表现真实信息的,需要采取与种植户开放式沟通问答调研更准确;如果要获得消费者消费习惯、消费观念以及购买行为趋势和地方特点的调查,要更多采用随机调研和问卷调查的方式,搜集的信息利用价值更高。所以要提前

根据回访目的做好调查问卷、开放问题、选择型问题的设计。根据电话预约回访对农民咨询问题进行预测罗列,准备必要的解决方案。精准出台促销活动内容和订单政策的介绍。分成若干回访小组,分配回访任务,提前对回访人员进行统一的培训,提高回访效果和效率。

**4.3 农户回访的注意事项** 农户回访是获得第一手资料的主要手段,高效的农户回访对提升品牌影响力、品种知名度和促进产品推广会起到非常大的促进作用。因此要做到以下几点:一是品种表现好的农户多回访,突出品种优势与特点,树立高产典型多存档,当下签订订单扩影响;二是表现不好不回避,分析问题找原因,提出解决新方案,帮助农户促高产,力争发展新订单;三是遇到问题冷处理,积极面对抓时机,小步快走有时限,口碑传播大宣传;四是技术服务要产量,邻居种植好榜样,择机发展消费商,政策激励挖增量;五是回访带好随手礼,根据目标设阶梯,农户心中有惊喜,树立品牌黏性提。

**4.4 农户回访后分析与跟踪** 做好农户回访后要根据回访目的、获取的资料内容和信息等进行综合分析,并做好后续跟踪工作。一是农户回访后要根据调查问卷、调查记录和农户信息等做好农户回访档案的整理。二是及时统计汇总调查问卷和调查资料,进行系统整理和科学分析,找出共性、有价值的信息,为制定战略决策和活动规划以及营销方案等提供科学依据。三是针对回访中农户反映的关于企业、推广商和产品问题分清轻重缓急、分出类别,拿出解决方案,制定时间表进行反馈与解决,提升服务能力和品牌影响力。四是根据农户回访中高产案例和低产原因追根溯源,科学整理制定产品高产栽培技术指导方案和注意事项,提升技术服务指导能力,为良种良法配套和种植户高产高效保驾护航。五是根据调查信息、农户实际需求、购买心理并结合品种特点优势等进一步完善产品商务活动方案,确保营销活动策略有的放矢,符合市场和消费者需求。六是通过农户回访针对高产典型、榜样农户自身特点、当地的影响力、服务推广能力等综合考量,发展核心种植户,培养“消费优惠+利润分享+二度人脉返利”模式的消费商<sup>[3]</sup>,让大农户去影响小农户,用消费者去引导消费者,效果会事半功倍。七是完善高



# 山东莒县农作物种质资源普查与 收集工作探索与实践

付艳东 李爱科 姚红燕 门庆永 李晓倩 林 雪 何美娟

(山东省日照市莒县农业农村局,莒县 276500)

**摘要:**在第三次全国农作物种质资源普查与收集行动中,莒县通过宣传发动、组织培训等多种创新工作方法,普查了全县各类农作物种质资源,征集了59种优质种质资源,基本摸清了全县农作物种质资源家底,不仅保护了本地稀有、特有种质资源,也激发了种业企业的育种热情,为下一步做好种质资源保护利用和开发研究工作奠定了坚实基础。

**关键词:**农作物;种质资源;普查;收集;莒县

习近平总书记高度重视种业问题,要求“立志打一场种业翻身仗”。开展农业种质资源普查,是打好种业翻身仗的首要任务。山东莒县是农业大县,地貌、气候、生态类型多样,属暖温带亚湿润季风气候,四季分明,寒暑适中,常年平均气温 12.1℃,降水量 750mm 左右,日照 2450h,无霜期 182d,农作物种类繁多,种质资源丰富<sup>[1]</sup>。全县主要粮食作物有小麦、玉米、水稻,主要经济作物有花生、中药材、茶叶和桑蚕,主要瓜菜有芦笋、西葫芦、西红柿和大姜等,主要水果有苹果、桃(油桃)、葡萄、草莓<sup>[2]</sup>。

2020年以来,莒县认真贯彻落实习总书记讲话精神,按照中央和省、市开展种质资源普查的部署要求,加快农作物种质资源收集保存进程和繁育速度,确保种质资源高质量入库。在全面开展普查工作中探索出4项工作创新措施。

## 1 主要工作创新方法

### 1.1 凝聚思想共识,强化组织领导

**1.1.1 统一思想认识,凝聚普查力量** 动员全县普查人员把本次普查工作作为一次摸清种质资源家底、提升种业科技创新能力、维护农业可持续发展的机会,全县各级各部门都充分认识到这次普查的重要意义,切实增强了责任感和使命感。

产栽培技术方案、细化商务活动规划,对核心种植户和消费商进行初选。根据产品推广规划及时组织相关核心农户群体、消费商以及增量新农民群体进行分阶段、分期的提升培训,提升合作黏性和品牌忠诚度,从而提升品牌影响力和产品推广速度,加速农业新成果高质量转化,使新产品和新技术更好地服务现代农业。

**1.1.2 成立领导小组,加强组织保障** 成立莒县农作物种质资源普查与征集行动领导小组,县农业农村局局长任组长,各乡镇街道有关负责人为成员,全面负责本次普查与收集行动的政策协调、方案制定、经费保障和检查督导<sup>[3]</sup>。

**1.1.3 成立专家组,提供技术保障** 成立由粮食、经济、果树、茶叶、食用菌、中药材等栽培作物专业技术人员组成的专家组,负责制定技术路线,开展技术培训,提供技术咨询等。采取县、乡、村3级联动,组织相关行业专家开展工作,县农业农村局承担莒县农作物种质资源的全面普查和征集,制定具体工作方案,组织普查人员进行普查,做好原始记录,健全文字、照片、影像等普查档案,及时将数据录入数据库。各乡镇街道承担各辖区内农作物种质资源的全面普查和征集,完善相关调查数据及信息。

## 参考文献

- [1] 石云翔. 如何制定种业新产品运营推广规划. 中国种业, 2020(9): 24-26
- [2] 孙志友, 石云翔, 张伟. 认识种业新常态 赢在拐点分水岭. 农业科技通讯, 2019(3): 4-6, 35
- [3] 石云翔. 黄淮海种业市场渠道大退货下的思考. 中国种业, 2020(11): 60-62

(收稿日期: 2021-09-24)