

如何召开大农户新产品订货会

石云翔¹ 王丽娟² 赵方彬¹ 封晓磊¹

(¹ 山东顺鑫京科种业有限公司, 济南 250100; ² 三北种业有限公司, 河北承德 067000)

摘要:随着种植结构调整和土地流转的加速,面对大农户对集约化多抗型优势新品种的强烈需求,生产企业和渠道商新产品推广困难。系统分析总结了大农户新产品订货会的实践经验,重点分析冬季大农户新产品订货会的类型,详细讲解了大农户新产品订货会对生产企业、渠道商和大农户方面的积极作用和意义,讲述大农户新产品订货会的会前策划准备的重要性的和注意事项,对会议成功召开的关键点进行了详细阐述,就如何快速达成订单以及二次追单方面进行经验分享,为新品种快速向大农户群体推广提供了路径,为业内同类型会议成功召开和新产品快速推广提供参考经验。

关键词:大农户;订货会;渠道商;消费者;关键点;订单

近年来,随着种植结构调整和品种审定制度的改革,品种井喷,渠道大幅度增加,家庭农场、大农户、合作社越来越多,种植者的变化带来对产品需求的升级。当前需求端大农户对早熟、多抗、优质、高产、易机收的新品种有强烈需求,而在推广端很多生产企业和渠道商的优势新品种推广困难,这就导致很多优秀的品种在渠道中拥堵,无法进入大田生产发挥作用,而大农户群体则面临着产品更新慢的处境,尤其是适合气候变化的多抗稳定型品种选择太窄,种植效益得不到快速提升。面对此种供给需求矛盾现状,分析主要原因是由于企业端与消费端之间缺乏有效沟通平台。对市场上一些集约化优势新产品在大农户中的推广成功案例进行总结分析,召开大农户新产品订货会是解决这一现状的有效措施之一,能使优势新品种快速向大农户群体推广,提高种植者效益,促进种业振兴,确保“把中国人的饭碗牢牢端在自己手中”。

1 大农户新产品订货会的概念

生产企业、渠道商将大农户、合作社或家庭农场主等土地种植者组织到一起,通过产品观摩、优点介绍、特性展示、种植分享、技术培训、提供方案、核心带动和一定的优惠政策以及促销拉动措施,让大农户种植群体增加对新产品的了解和认知,从而产生购买达成订单的过程。大农户新产品订货会一般分为两种,有秋季观摩大农户新产品订货会和冬季促销大农户新产品订货会。本文针对冬季促销大农户新产品订货会进行综合分析。大农户新产品订

货会可在短时间内使大量的大农户聚集,为双方的沟通提供便利的条件,具有较强的广告宣传和销售拉动效应。

2 大农户新产品订货会的作用和意义

2.1 对生产企业和渠道商的作用

2.1.1 把握市场动态,抢占市场先机 随着土地流转加剧,种植者逐渐由小农户向大农户、合作社和家庭农场过渡,消费者的转变带来消费升级和品种结构的变革,种业终端市场正在悄无声息地发生巨大的变化。对于大农户的争夺是生产企业和渠道商的成败所在,大农户新产品订货会的成功召开可以把握市场动态,抢占市场先机,加快新品种的推广,从而促进企业快速发展。

2.1.2 降低经营风险,转移资金压力 随着种业发展步入新常态,品种井喷、渠道大增导致玉米种子市场供大于求,大部分生产开发企业都有一定数量的库存,现金流受到较大影响。成功召开大农户新产品订货会,可实现终端端口直接拿单,降低企业和渠道经营风险,缓解资金压力,推动企业和渠道商良性发展。

2.1.3 扩大产品影响力,提升品牌知名度 大农户群体一般都是新型职业农民,是当地种子消费的风向标,种植管理水平比较高,接受新技术、新产品和新成果能力比较强。通过召开成功的大农户新产品订货会能够扩大产品在当地的影响力,带动中小农户的跟风消费,提升品牌的知名度。

2.1.4 增强感情沟通,开发增量顾客 大农户对生

产资料质量高度重视,采购非常谨慎,通过大农户新产品订货会的召开可综合性地传递产品信息,促进大农户决策购买。同时还能影响其他大农户和种植者,为厂商获得增量顾客,提升产品销量。成功的大农户新产品订货会可通过面对面交流和综合的培训传输,培育良好的客情关系,提升消费者黏性和认同感,增强感情沟通,赢得客户的信赖,有利于长期友好合作。

2.1.5 展示优势达成订单,快速传播提升业绩 大农户新产品订货会不但是订单达成的重要方式,也是市场调研和产品优势传播的过程^[1]。大农户新产品订货会受众群体多、覆盖面大、影响力广,集中对大农户群体进行产品优势展示,提高宣传效率,快速传播品种特点,有利于获得消费者的认知共鸣。大农户新产品订货会的召开需要以前期观摩、宣传和回访等具体工作为基础,以科学组织系统开展为依托,从而影响大农户决策,促进销售订单达成,有利于产品短时间快速推广,较大幅度提升销售业绩。

2.2 对种植户的作用

2.2.1 获得新产品、新技术前沿信息 大农户新产品订货会并非局限于厂商产品推广,而是一个综合性的培训会,会议组织者向参会者提供前沿的新产品、新技术,发布解读行业最新政策与发展方向,参会者可以获得有价值、有深度的实用信息资源,指导自身种植结构调整以符合市场发展需要,有利于提升种植者经济效益。

2.2.2 咨询产品知识解决种植困惑 很多种植户对产品类型、密度、品质、适宜土壤、病虫害防治管理措施等配套技术并不完全了解,通过大农户新产品订货会可以向种植专家团队咨询解惑,获得高产栽培管理技术,提升集约化种植管理水平、方法策略等,为高产高效栽培管理提供保障,指导日后大田生产获得高产^[1]。

2.2.3 获得同业群体沟通交流的机会 大农户新产品订货会参会者以当地大农户群体为主,通过大农户新产品订货会平台可以与同类群体进行沟通交流,对种植管理问题进行深度探讨,学习先进经验提升管理水平,从而在种植管理中解决实际困难,获得更高的收益。

2.2.4 优先获得高性价比优势新产品 大农户群体喜欢种植的新产品表现较好,市场零售价格相对较

高,种子购买费用是笔较大的资金支出;而在大农户新产品订货会上订购产品相对来说价格更优惠,质量更有保障,还会有一定的赠品或者奖品。例如山东顺鑫京科种业有限公司在京农玉 658 推广上针对大农户群体推出的“大户壹号”牌桶装京农玉 658,不但在数量上每桶增加 500 粒,在质量和种衣剂选择上更高端,会上订购性价比更高。

2.2.5 获得种植栽培管理综合解决方案 大农户新产品订货会是以技术为引导、产品为载体、品牌为基础、服务为手段的综合性会议,有技术方面实战经验的专家进行种植栽培管理培训,并对实际问题进行答疑解惑,会议组织者为参会大农户提供多套“种肥药防”一体化综合解决方案,让大农户群体能有更多的选择。为保障产品优势表现和增加收益,厂家和渠道商一般会对全生长季进行跟踪和技术指导,帮助大农户解决实际种植管理中出现的各种问题。

3 召开大农户新产品订货会的流程

大农户新产品订货会不是简单的聚人卖货,而是一场完整的策划性营销事件,因此需要完善的准备工作。大农户新产品订货会要做到前期准备、会中控制、会后追单、效果扩大等环环把控^[2]。

3.1 会议策划与准备

3.1.1 确定会议基本要素 一般包括会议主题、会议目的、会议时间、会场地点和就餐酒店、主推新品以及要达成的目标等。会议时间可选择大农户卖粮接近尾声时,这时大农户闲暇时间更充裕,宜早不宜晚。根据邀请的人数、规模、会议影响选定订货会会址,会场地点选择参会者交通方便、易于停车、容易找到的核心位置。会场(或酒店大餐厅)要方便布置、电子设备齐全。还可采取同步线上直播的形式来扩大影响力。主推新品方面可提供多规格、多包装款式,最好设置大农户新产品订货会专用款,比如山东顺鑫京科种业有限公司针对大农户新产品订货会推出专供款“大户壹号”牌京农玉 658 和“农场专稼”牌京农玉 658^[3]。也可选择以优势新品为载体实施“种肥药防”“种管收服”一体化的套餐服务,对部分参会者有较大的吸引力。

3.1.2 成立会议筹备组 “凡事预则立,不预则废”,大农户新产品订货会是一个系统的综合培训会,要打造成一个高度影响力的营销事件,会议准备和组织工作要充分具体。成立以代理商为主体、生

产企业为引领、零售渠道密切配合、村级联络人和消费商积极参与的筹备小组。科学分工各司其职,对大农户新产品订货会的细节进行推敲,对流程进行科学设置,对会场布置进行氛围烘托,对会议内容进行把关,与邀请的讲师嘉宾做好沟通,对会场秩序严格把控,对会议结果和费用预算进行预估等。

3.1.3 确定邀约对象 大农户新产品订货会邀请的对象主要是本年度合作过的大农户、核心种植户转介绍的大农户、终端渠道掌握的大农户合作社、回访或宣传中影响的大农户、从行政部门获得资料信息的大农户合作社等,尤其注意核心种植大农户务必参会。进行参会邀约要注意一是要提前和邀约对象做好沟通;二是确定好订货带头人并给予一定的政策;三是确保参会人员有潜在需求;四是要尽量保证参会者是能够做购买决策的人。

3.1.4 会前宣传造势 根据会议的需要最少提前3天通知邀约的大农户群体,对核心种植大农户要进行拜访沟通,并利用宣传车、宣传海报、微信群、朋友圈以及企业公众号、APP等形式进行广泛宣传,通过转发奖励、集赞赠送和砍价零元购等方式进行宣传造势,采取线上直播要提前一周左右进行预告,让活动氛围“热”起来。

3.1.5 制定订货政策 订货政策的制定要考虑如下几个方面:明确公司要达成的目标,科学测算评估成本与费用、优惠幅度、定金数额与订购数量,确保有利、有量并带来后期增值;了解参会者土地面积以及实际购买比例;掌握参会者对产品需求点;了解并挖掘参会者种植管理痛点;调查参会者心理价格接受幅度范围;避免进行同质化比拼^[2];推广产品的对比优势以及竞品的价格;会议主推品种特供款的差异化、对比优势以及给大农户带来的效益。

3.1.6 会场布置 大农户新产品订货会会场布置要突出订货会主题,例如会场门口设置欢迎词板,摆放好彩虹门、气球、大旗、展架等,陈列样品如样品穗、样品籽粒、样品植株、成品种子样品,会场内安排布置产品各地优势表现展板、条幅、喷绘布、宣传画、彩页、手册和政策明白纸等宣传品,还要准备订货收据、必备药品、茶歇、企业统一标识的矿泉水、统一纸杯、促销道具和奖品等,确保会场外引人有亮点,会场内入胜有氛围,让参会者产生新鲜感、认同感和购买欲望。

3.1.7 会议安全保障 组织召开会议务必做到安全第一,一是组织者要管理好参会人员提高安全意识,比如遵守交通规则禁止酒后驾车;二是会议召开过程中一定要准备好突发事件预案;三是做好疫情防控安全措施,严格按照属地疫情管控要求落实;四是按照参会人数及属地对集会规模的要求及时向相关行政管理部门备案。采取多方面措施确保会议在安全高效中进行。

3.2 会中控制

3.2.1 科学设置会议流程 一个有逻辑、有层次的会议流程会将参会者引入良好的氛围中,为会议签单打下良好的基础。订货会要营造足够的购买气氛,让大农户积极参与其中,调动参会者订货的积极性,消除参会者的防范心理。会议流程遵循几个原则,一是从栽培技术开篇,粮食行情领路;二是行业动态分析,发展方向带动;三是品牌简单叙述,产品特点详解;四是核心农户助力,榜样力量无穷;五是答疑解惑增信,优惠政策熏陶;六是文娱节目穿插,有奖问答互动;七是把握购买信号,及时签下订单;八是关键农户先订购,消费商带动大农户;九是大单带动气氛,大奖掀起高潮;十是安全防疫放心间,保障措施要周全^[2]。

3.2.2 做好参会者引导 大农户新产品订货会一般在酒店大厅召开,通常10人左右一组,会议组织者要做到:一是每组至少有1名固定的工作人员维持好会场秩序,随时了解参会者需求和心态变化,进行优惠政策解读传达,及时和组织管理人员反馈参会者动态;二是每组要有最少1名核心高黏性种植户做领头羊协助讲解产品,促进参会者订货有事半功倍的效果;三是出现购买信号时要掌握必要的订购话术,促进订单更快更多达成;四是参会者有了初步订购想法时抓紧开单促进决策,对部分订单资金不足的大农户备好预案,可安排终端商、联络人或核心关键农户代垫付。

3.2.3 抓住购买信号 在会议中要围绕签单牢牢抓住消费者购买信号,如下情况就是购买信号的出现:参会者开始计算所需产品数量;参会者寻求种植方案帮助;参会者针对某个优势特点进行询问;参会者询问核心农户品种具体表现和种植过程注意事项;参会者作出正面的积极陈述;参会者的肢体语言、行动(如记下政策);参会者询问价格和产品优缺点以

杂交水稻新品种在巴基斯坦的筛选试验

马晓春 范凌 钱波浪 姜成彬 郭阳 高前宝

(安徽隆平高科(新桥)种业有限公司,合肥 230088)

摘要:水稻是巴基斯坦第二大粮食作物,种植面积约为 279.6 万 hm^2 ,杂交水稻种植面积约占 18.5%。中国杂交水稻品种在巴基斯坦表现优异,巴基斯坦市场对中国杂交水稻新品种的需求越来越大。通过在巴基斯坦开展中国杂交水稻新品种筛选和示范试验,以期推选新品种到巴基斯坦市场,结果显示 40 个参试杂交水稻品种中有 7 个品种,即梦两优丝苗、安两优 989、隆两优晶占、08S/49 占、隆两优黄占、泰丰 A/R8612 和广两优 1813 综合表现优异,产量较高且生育期适宜,可以在巴基斯坦进行推广种植。

关键词:杂交水稻;巴基斯坦;新品种;筛选试验

巴基斯坦位于南亚次大陆的西北部,东临印度,西临伊朗,东北与中国接壤,西北与阿富汗毗邻,南濒阿拉伯海,海岸线长 980km。国土面积 79.6

万 km^2 ,人口 2.17 亿(2019 年)^[1-2]。南部属热带气候,其余属亚热带气候,气温普遍较高,年平均气温 27℃,降水比较稀少,年降水量少于 250mm 的地

及订购政策;参会者在和自己今年种植的产品进行对比^[2]。会议中当购买信号出现时要善于捕捉,并利用头羊带动、预定奖品激励、大额订单抽奖、价格优惠保障、订单数量把控、技术服务承诺等措施力争达成订单。

3.3 会议效果的扩大与利用 大农户在订购新产品时一般只订总需求的一部分,且参会人员范围毕竟有限,所以要及时在会后通过回访,力争二次拉动再拿新订单。一般采取如下方法:加强对订单农户回访,追加二次订单;利用大额订单农户影响发展周围订单;对有影响力的订单农户出台发展订单政策即发展消费商;设定阶段订单促销活动,出台激励政策;对参会未下订单农户进行拜访,解除疑虑、达成订单^[2]。

会议效果的扩大与传播一般有 8 种方式:利用会议资料与素材,制作地方宣传品在大农户聚集区张贴悬挂宣传效果好;利用会议材料与订购场面的视频等制作小视频、文档在新媒体上传播;通过对视频、图片剪辑,制作视频新闻材料传播更真实可靠;评选“种植工匠”并对多年种植订购的大农户进行奖励,形成口碑传播更有影响力;对会议进行总结,形成样板案例共享更有说服力;通过线上直播链接和新媒体进行广泛传播,让未参会者回看,感受订购

氛围^[2];订单送货时组织订购大农户产品兑现仪式;征得订购农户同意,有针对性传播部分大农户订购资料,影响周边农户购买倾向和决策。

4 大农户新产品订货会成功关键点

大农户新产品订货会要做到准备充分、预案全面,抓住关键点:会场布置气氛浓,细节之处动人心;科学设置分小组,责任到人目标明;流程设计有逻辑,环节把控层次强;进场扫码建新群,深度挖掘创意新;讲师科技含量高,课件内容不枯燥;抓好种植带头人,优惠带动好榜样;样品材料利用好,优势特点最直观;商消互动样式多,奖品设置分量足;打包套餐吸引人,综合解决好方案;政策发布找火候,一鼓作气把单签;适时唱出大订单,应时颁出特大奖;线上直播聚人气,会后追单效益高。

参考文献

- [1] 石云翔,王丽娟,赵方彬,尹继军. 如何做好收获后种植回访. 中国种业,2021(12): 67-69
- [2] 石云翔,孙志友,赵方彬,吕延亮,刘立名. 如何召开玉米品种田间观摩测产会. 中国种业,2019(11): 35-37
- [3] 石云翔,赵方彬,崔明,武小娟. 种业营销中商品名品牌策略的应用. 中国种业,2021(9): 40-42

(收稿日期: 2022-02-23)