



## 十里香 919 敬酒节暨建厂 74 周年大典圆满闭幕



9月19日早，泊头十里香工业园内，红装艳丽，彩旗招展，喜气洋洋，每一名十里香人的脸上都洋溢着幸福的笑容。因为今天上午十里香 919 敬酒节暨建厂 74 周年大典将在这里隆重开幕，这是一场十里香股份公司向家乡父老及消费者致以崇高敬意的盛事，更是十里香人“酿一品酒做一品人”的传承践行。整场活动分为“敬天”和“敬人”两

时来自沧州各区县的近 300 名知名企业家也莅临大典见证了祭天敬酒的全过程，并参与封坛仪式。

### 一、祭酒敬天

10点9分，随着庄重古朴的礼乐声起，祭酒敬天篇章正式拉开帷幕，36位身着宫廷汉服的献舞仕女在两名宫灯仕女的引领下翩跹入场，一场《敬酒舞》拉开祭天序章。隆重的仪仗阵势

让人目不暇接，深感震撼，经典鼓乐、翟羽翩翩、宫灯华服，古风古韵，营造出浓重的盛事仪式感。

10点19分，十里香股份公司董事长祁建发携四名公司高层分别手持方尊礼器、五谷、曲药、大运河水，爵在主祭的引领下进行祭天仪式，向四羊方尊内注入新酿原浆，随着原浆徐徐注入，这座亚洲最大的四羊方尊溢出象征着“天顺人丰”的澄净之水，至此，祭酒敬天圆满礼成。

众多宾客在观礼席全神观看，纷纷感叹环节设计之精巧，并不时掏出手手机录视频。用独特的礼器完美的衔接行祭酒礼，纵跨时空，将酒礼文化、十里香敬畏天地、祈礼文化贯穿起来。

### 二、敬人篇章

观礼人潮随仪仗步入会场，十里香众干部员工以热烈掌声

夹道欢迎。嘉宾于舞台前次序落座。泊头市市长张荣霞同志为 919 敬酒节大典致开幕词，张市长在致辞中表达了对十里香近年来经营发展所取得的成绩和在推动家乡经济建设中发挥的重要作用表示高度认可，希望企业再接再厉，勇创辉煌，同时祝愿 919 敬酒节圆满成功。董事长祁建发继张市长致辞后上台发表讲话，他在讲话中“为了发展好酒，为了酿造好酒，为了极致好酒”的真情流露赢得了全场嘉宾的热烈掌声。

董事长讲话结束，霎时礼乐大振，古典祭舞《醉亭记》随之惊艳亮相，柔美典雅的群舞过后，古典音乐《象王行》气势恢宏，荡气回肠，震撼人心，随着《兰陵王入阵曲》战鼓声大作，18位酒匠步履铿锵，将9坛2020封藏原浆抬上舞台，历经长达140天盛夏酷暑的发酵，金秋的第一排十里香封藏原浆已经酿就，一声洪亮的“开坛喽”拉开了封坛礼的序章，在侍女的引领下，9位特邀嘉宾上台为2020封藏原浆加封，此仪式让与会嘉宾们亲身感受到了封坛酒礼这一传承酒礼文化的神秘。现场掌声雷动，气氛热烈，整个封坛礼盛况空前，气势壮观，赢得了盛典来宾的广泛好评。

仪式进行至尾声也迎来了高潮环节——为全场嘉宾敬献黄丝巾，敬献封藏原浆。“飞黄腾达，伟业恒兴。前程坦途，……”，主持人真情祝词全场回荡，十里香全体干部在董事长带领下为全场嘉宾敬献黄丝巾，并斟满原浆佳酿，主敬宾陪，献酬逾洽，在一片和谐祥和的氛围中，十里香 919 敬酒节暨建厂 74 周年大典落下帷幕，圆满礼成。随后全体

嘉宾共进午宴。

本次 919 敬酒节特别准备的 919 坛限量版 2020 封藏原浆，成为本次活动的主角，敬人仪式一结束，宾客们就迫不及待的纷纷开始认购。短短几分钟的时间现场摆放的坛酒被认购一空。参加活动的来宾纷纷表示此

敬重匠心；“做一品人”，敬重自身，敬重他人，并借助 919 敬酒节这一文化载体，实现对敬天爱人，知行合一的深刻践行。同时“敬”是一种态度，更是一种姿态，是十里香矢志不移的一种待人之礼和感恩之心，而 919 敬酒节便是这种文化的凝聚。秉承着



次活动凸显出十足的文化底蕴，舞台表演震撼人心，愿明年此时此地再相聚。

十里香以 919 敬酒节为文化载体，“酿一品酒”，敬重传承，

这种文化传承，十里香也必然会百尺竿头，更进一步，为家乡父老和广大消费者持续敬奉匠心好酒。

杜少锋



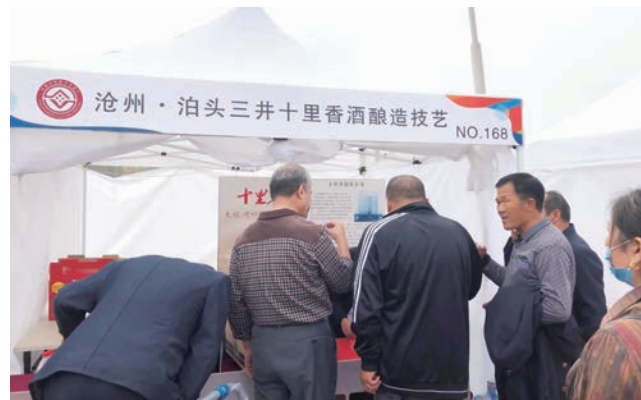
大版块，通过大气磅礴的古礼演绎为来访嘉宾展示了酒礼文化的历史传承，给全场嘉宾带来一场场面宏大、别具一格的视觉盛宴，同时也再现了厚重的酿酒文化，体现出十里香人对大自然的敬畏，对酿酒先祖前贤的崇敬以及对消费者和家乡父老的感恩。

泊头市市委书记刘志明同志、市长张荣霞同志带领泊头市各级政府领导出席大壮观礼，同





## 大运河湾品大运河酒 十里香亮相大运河非遗大展暨第六届京津冀非遗联展



9月的大运河湾公园，风清气爽，碧空如洗。由河北省文化和旅游厅、北京市文化和旅游局、天津市文化和旅游局、沧州市人民政府主办，京津冀三地非物质文化遗产保护中心、沧州市文化广电和旅游局、沧州市大运河文化发展建设办公室承办的“大运河非遗大展暨第六届京津冀非遗联展”活动，于9月24日在沧州市大运河生态修复展示区隆重开幕，此次展会将持续3天。

京津冀地区各非遗品牌云集亮相，品类涵盖中医中药、肉食制品、糖酒茶、手工艺品等，十里香作为沧州酒类知名非遗品牌应邀参展，保定槐茂、承德杏仁露、乐仁堂、天津糕点等众多知名非遗品牌也在参展序列。在食品类2000多平米展区，60多个展位中，十里香大运河酒以其独特精致的包装和绵柔醇厚的口感在众多参展酒类品牌中脱颖而出，引起众多参观消费者浓厚兴趣。“喔，十里香，沧州酒！”“大运河这个名字真的亲切！”

“大运河湾品大运河酒，景美酒更美！”更有消费者连干三盅仍意犹未尽，一直在询问能不能现场订货。自2012年被省文化厅认定为“省级非物质文化遗产”以来，十里香多次代表沧州酒类于国家级、省级展会参展亮相，让全国各地的消费者品味了沧州白酒的绵甜醇厚，领略了沧州风土的侠骨柔肠，十里香深谙非遗品牌拥有世代传承的独特产品、精湛技艺和服务理念，承载着中华民族工匠精神和优秀传统文化，这

是十里香的品牌动力，更是前行航标。一瓶好酒不只是消费者口中的口感好韵味悠长，也不是水好粮食好的简单回答，更不是酿造与勾调的叠加，而是这一切再加上精湛的工艺品质、酿造者的初心、酒企的文化内涵历史沉淀等等，一瓶好酒，悠长韵味与历史内涵方显品质绝佳。几代十里香人矢志坚定秉承“酿一品酒，做一品人”的企业理念，用工道匠心和永恒传承让“非物质文化遗产”这一深邃内涵在岁月中发光，在历史中永兴。 杜少锋

## 公司组织召开10月份“酒事论事”演讲会活动



员工自主组建“筛选委员会”并通过民主决策，制定出本次选拔活动规则。

为了保证了参赛人员与课程的匹配度，又能提高学习自主意识，从而提升学习效果，“筛选委员会”根据各系统半年度考核得分及本年度酒事论事积分筛选出符合学习条件的人员范围，并通过自愿报名的形式，产生了6位选手参与角逐，现场由所有人员投票产生一位获奖者，此外，为丰富活动内容，现场还会随机抽取4位演讲者，按照酒事论事原有规则进行，并不参与最佳人气奖评比。

随着本期主持人叶海鹏的精彩开场，此次活动拉开了序幕，首先现场随机抽取演讲者依次开展精彩演讲，特别是本次参会人员增加了十余位十里香销售事业部的“金种子”选手，沧州办事

处的王丙晓作为这一群体的一员被幸运的抽取，虽然是第一次参加活动，仍表现出精彩的演讲水平，展现了销售一线同事的风采。接下来，参与“最佳人气奖”角逐的6位选手，经过抽签依次开展，各位同事演讲内容丰富详实，或讲述实际工作改进，或分享工作学习方法，演讲风格也精彩纷呈，有的语言幽默风趣，有的从容大气，引人入胜。

随着最后一名演讲者也是活动主要策划者王恒的演讲结束，全程响起热烈掌声，最后经评委打分，市场科李鹏和孟村办王恒分别获得干部级和职员第一名的好成绩；通过全场人员的投票，沧西办经理乔彦辉摘得“最佳人气奖”的桂冠，同时荣获此次赴泰山管理学院学习的机会。

活动最后，董事长祁建发发表重要总结讲话，祁总首先恭喜了获奖人员，并肯定了此次活动的举办，祁总指出，酒事论事活动的目的就是要发挥员工的主动性和参与性，希望今后的活动从策划组织上吸收更多的人参与进来，并预祝酒事论事活动越来越好。 邵竟川

10月8日下午，公司“酒事论事”演讲会活动在生产厂区小礼堂如期召开，本次活动主题较以往不同，评选环节增设“最佳人气奖”，获奖者将获得价值一万元的泰山管理学院学习名额。此次参与角逐这一学习名额的人员，是由董事长在“酒事论事”群内提议，本着民主决策，大家自己当家作主的形式进行选拔；公告一出，许多同事在群里展开讨论，纷纷抛出自己的观点，最后由群内

## 销售事业部公开课圆满完成

为加深营销人员对白酒生产知识的理解，提升工作人员的专业办公技能，解决工作中遇到的难题，销售事业部于8月17日在十里香大厦16楼培训室举办公开课培训活动，课程主要包括《酿酒知识》、《白酒品评》、《白酒知识》、《办公技能》。当天的倾盆暴雨挡不住学员的热情，参训人员如约而至，无一迟到，公开课按时开课。

本次公开课由培训科负责，科长范学峰在部署活动时着重强调“课程安排上一定要贴近实际，办实事，倾听大家最迫切的需求，重点解决实际工作中遇到的困难，高质量的把课程办好。力求通过本次培训，让参会人员的专业技能得到提升，团队凝聚力得到增

强，让掌握这些白酒专业知识的精英们更加积极自信、高效、专业地为顾客答疑解惑。只要能为大家日后工作顺利进行增加动力，只要有助于销售团队更好地适应日益激烈的市场竞争，我们的培训就是成功的！”公开课采用自愿报名的形式，不论职级，不谈司年限，只要想学，都可以报名参加。开课当天培训室爆满，讲师们倾力教学，耐心解答；学员们积极互动，收获满满。

洗却闷夏尘与土，还君朗霁一丰秋。经过一天的培训，学员们又回到了工作岗位上，普遍表示收获颇丰，通过学习加深了对白酒知识的理解，对今

后理论联系实际来解决问题有很好的指导意义，受益匪浅，不虚此行。秋日已至，期待最美的收获。 王芳



### 高标准 严要求 强塑造 悟成长

——S200 培训感悟

我有幸参加十里香销售事业部举办的第二期S200销售技能培训。在此次培训过程中，各位讲师对渠道管理、客情关系的管理、源头开发、销量提升、时间管理、团队管理以及领导力的提升进行了详细介绍。几位讲师认真授课，耐心答疑，为我们讲述了很多实用性和操作性非常强的重点知识，包括营销技巧策略，如何开拓市场，如何提升销量，客情关系如何建立和维护等。并用大量生动的案例和现场问答等方式互动教学，生动易懂，使我们在轻松地学习中掌握更多的方法和技能。本次培训最主要的是给我带来了思维方式的转变，要想做好一名出色的业务员，必须始终以一名优秀组长的标准要求自己，提高自己的执行力。同样作为一名渠道组长，必须时刻以一名办事处经理的标准来要求自己，要站到经理的角度思考和分析市场问题，从一名执行力强的组长到一名会思考、善判断，能决策的办事处经理。通过这次培训，让我深刻认识到自己的工作上的不足，学习能力的薄弱。同时我也收益良多，从五位讲师的工作经验总结之中学习到很多以往不具备的知识与技能。这次培训让我学到了很多，感悟到了很多，成长了很多。希望我能把以上的这些理论都用于工作和生活当中，并时刻提醒自己、激励自己、不断前进！ 王丙晓

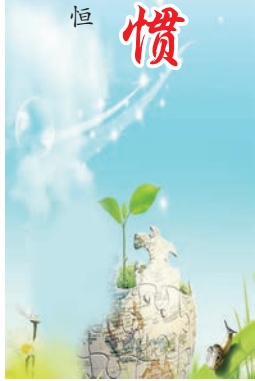


# 用经营的思维做好营销财务工作

文/崔德才

## 习惯

文/王恒



第二点我们来说方法:说到习惯养成,除了要

百度上说,习惯就是在长期的过程中逐渐养成的,一时不容易改变的行为。它分两种,一种是无意识多次重复的结果,比如饭前洗手,早起刷牙,还有一种是通过自己有意意识的反复实践形成的,比如健身,读书。俗话说习惯影响性格,性格决定命运,习惯的力量是巨大的,人一旦养成一个习惯,就会不自觉地在这个轨道上运行,如果是好习惯,将会受益终身。

对于我自己来说,感觉真的从中受益匪浅,所以我今天想说一下习惯以及习惯的养成,如果你去看百度,搜索习惯是怎么养成的你会看到很多步骤,很麻烦很繁琐,其实从我自己的实践来看,只需要简单的三步6个字即可,那就是:坚持,方法,信念。

我们首先来说坚持,有我微信好友的应该知道,从两年前开始,我每天坚持读书1个小时,并且把每天的读书感受发到朋友圈,有的人说了,读书就读书呗,天天发朋友圈干啥,我想说真的不是为了炫耀什么,开始的时候怕自己坚持不下来,事实证明也真的坚持不下来,自己总给自己找理由,今天太累了不看书了,今天没时间不看了,甚至今天心情不好不看了,结果就是三天打鱼两天晒网,这时候我在网上看到了关于坚持和形成习惯的一个方法,那就是让别人监督你,他讲的是如果你要想坚持下去做某件事,那你就把这件事告诉你认为你生命中最重要的人,让别人监督你督促你去坚持从而形成习惯。受此启发我开始了发朋友圈之路,一发就是2年。这期间除了读书,减肥还用这个办法,坚持每晚锻炼和节食,体重从157斤减到最轻时候139斤,减去18斤,近期又用此方法练习练字,到此已经坚持了100多天了,效果有,但是不大,毕竟想把写了30多年的字体和习惯改过来实在是太难了,但我绝不放弃,我的练字目标是一年把字练规范,三年把字练好看。

第三点就是信念,这里也分两点,一个是不要期望速成,比如读书,你看一本两本是改变不了什么的,又比如练字,像网上说的7天速成是绝对不可能的。但是,第二点信念就是你一定要有必胜的信念,相信自己一定能成功,相信通过正确的方法和不懈的坚持,最终一定会量变引起质变。

业务负责,不为领导负责,只为真实性负责的原则,保持独立性。

用经营的思维做好营销财务工作,这就要求我们不仅要埋头拉车,更要抬头看路。看经营之道,辅核算之路。不断学习各领域所长,用竞争的心态鞭策自我,用差距的紧迫感鼓励自我,在不断精选中做好经营的好帮手。



企业经营的目的盈利。企业经营的核心是比别人过得好。首先我们要知道自己活得怎么样,其次我们要知道别人活得怎么样,最后我们要做一下比较,看竞争、看自己、看差距。以此来确定下一步的目标。营销财务在企业的使命就是服务于经营的,传统的财务会计倾向于职能化和专业化,多数时候只能反映企业的整体经营状况;管理会计,亦较多的强调系统性,缺乏系统和企业各个经营环节的连接桥梁对经营决策的参与度依然不够。因此,经营财务不管是数据的核算、统计、分析及方法导向应当真正意义上地立足于经营,以经营目标为核心,用经营的思维建立各个环节的数据通道和导向,成为企业整体以及各个经营环节的决策导向依据。  
企业的经营目标不只是

一个总体指标,而是要分解到各个经营环节直至最小核算单元,要做到人人头上有指标,只有这样才能尽可能的降低目标实现的不确定性。而经营财务,正是这一个桥梁。如何做好这个桥梁?

1.民主集中制原则,规则导向。走向市场,倾听一线的声音,了解最真实的情况。同时对标战略,深入了解战略意图,而后形成政策与规则,大家共同执行。修订再执行,循环往复。

2.项目核算为本,流程导向。经营的结果就是增加投入产出比,如何算清楚、说清楚这个投入产出比,最好的方法是以项目核算为本,科目核算为辅。一个项目从调研、立项到预算产出到最终项目完结核算最终经营成果是一个完整的过程。坚持项目核算就能彻底分清产品利润、客户利润、活动效

果。辅以科目核算可以有效地和财务会计对接。同时要设计项目过程中的整个流程,使每个关键节点如同水滴一样顺利的在河道中流淌。秩序井然不凌乱。同时减少人为干预因素。

3.价值整合,保持独立性。经营财务要做价值的整合者,我们要以销售为核心,通过数据优化流程,提示风险。要逐步建立起一整套集成系统的解决方案,融控制于业务之中,做到润物细无声。同时要守住风险的底线,遇到问题与风险要敢于举手。数据帐务要坚持不为

级,战术表现的不可复试并不断升级。  
其实不管如何变化,唯有顾客导向的本质是不变的,对于我们区域品牌而言,竞争不断升级,能够直面顾客其实是恰恰遵循了我们的长处,可以说我们现在做的源点拜访、源点品鉴、定制服务等,这些源点开发工作可以说是所有变化中的不变。企业的发展根本离不开源点资产,源点资产并不是我们每天填的源点档案,它应该是每年有多少源点购买,每年又有多少源点新增,又有多少源点脱离,它应该是动态的。

彼得德鲁克说过“企业最重要的两件事,是创新和营销。”而惠普创始人戴维帕卡德也说过“营销太重要了,以至于我不能把它交给一个部门”。营和销,是企业实现市场竞争成功的有力工具,它们随着时间的不断变化、竞争环境不断升级,而变化着。不管是“创新变得越来越难了”,还是“有效的营销战术越来越少了”,我们的“围绕顾客、全员营销”不单单是为了卖酒消费,而是在座的各位需要尽一切可能在直面顾客的时候去尽最大可能传播我们的差异

化价值。  
什么是差异化价值?我可能讲的不对,“本地大牌酒、70多年坚持酿酒、销售市场的商务领导地位”等等都是我们的差异化价值,简单来说就是需要我们作为载体,从一个员工变成一个扩散者,让我们的企业形象被更多人去感知,工作、生活中不断扩散我们的“好”,不管是亲朋好友的聚会,还是本职工作,只要是在沧州地区、只要是和酒有关的话题,我们便有着我们的责任。我经常干的一件事,在酒店门口经常能碰见带咱们酒的消费者,很多时候,我都会上前问“大哥这酒喝着挺好了,您多少钱买的”,一般情况下,消费者会非常乐意回答你的问题,因为他会觉得和你有共同喜好,有的同事笑话过我,但是我们多说一句话,有可能又加深了一遍对我们品牌、对我们产品的好。

围绕顾客只是我们给到企业、消费者的一个承诺,他还需要不管是从我们的服务意识、产品品质、营销策略,还有我们一致对外的传播价值,需要我们所有人整合所有资源与行为来去持续不断的实现它。

围绕顾客只是我们给到企业、消费者的一个承诺,他还需要不管是从我们的服务意识、产品品质、营销策略,还有我们一致对外的传播价值,需要我们所有人整合所有资源与行为来去持续不断的实现它。

# 围绕顾客 全员营销

文/李鹏



区域白酒的当下,除了产品策略、组织策略、营销策略、传播策略,营销制胜的关键最核心的依然是“人”,所以今天我主要想分享的一点感悟可以叫做:围绕顾客,全员营销。

一提到全员营销,大家可能会联想到都要让大家去做销售,去卖酒,那大家理解错了,我想说的“围绕顾客,全员营销”,这个销并不是销售的销,而是消费者的消,是希望我们每个人都有市场意识,以顾客为导向去开展工作,我们每个人都是企业品牌的载体,都是企业与顾客之间的沟通媒体,对于我们区域品牌来说,这一点更加重要,我们的一举一动都或大或小的影响到企业的品牌、形象与发展。  
我们十里香走过来的最近十年来,白酒行业可谓发生了天翻地覆的变化。第一点变化“创新变得越来越难”,我们经历了鸡尾酒潮流一锐欧、青春小酒湖一江小白、酒仙与1919的TOB和TOC,伴随着找创新、蹭热点,但实话实说,创新变得越来越难了。第二点变化“有效营销战术越来越少”,随着时间的不断变化,从酒店“盘中盘”到目前酒店渠道的萎靡,从团购后备箱到政府的严格管控,从致力于打造终端主场化到与竞品争先占领全屋定制,以及我们今年开始布局的核心酒店品鉴厅,从业务员的驻店动销到竞品开始投放专职促销人员,从线下的场景体验升级到了线上的直播体验,竞争不断升

级,战术表现的不可复试并不断升级。  
其实不管如何变化,唯有顾客导向的本质是不变的,对于我们区域品牌而言,竞争不断升级,能够直面顾客其实是恰恰遵循了我们的长处,可以说我们现在做的源点拜访、源点品鉴、定制服务等,这些源点开发工作可以说是所有变化中的不变。企业的发展根本离不开源点资产,源点资产并不是我们每天填的源点档案,它应该是每年有多少源点购买,每年又有多少源点新增,又有多少源点脱离,它应该是动态的。  
彼得德鲁克说过“企业最重要的两件事,是创新和营销。”而惠普创始人戴维帕卡德也说过“营销太重要了,以至于我不能把它交给一个部门”。营和销,是企业实现市场竞争成功的有力工具,它们随着时间的不断变化、竞争环境不断升级,而变化着。不管是“创新变得越来越难了”,还是“有效的营销战术越来越少了”,我们的“围绕顾客、全员营销”不单单是为了卖酒消费,而是在座的各位需要尽一切可能在直面顾客的时候去尽最大可能传播我们的差异

六项精进,是每个人一生中最重要的修炼,是企业员工做好自己本职工作必须具备的最基本素养,也是收获美好人生所必须遵守的最基本条件。短短六条,稻盛先生对京瓷的员工,苦口婆心地说过无数遍。修炼人生的“六项精进”中的头条,便是“付出不应亚于任何人的努力”,就是持续以百米冲刺的速度跑完马拉松。有道是努力者自有天助,这是稻盛先生八十年人生不变的信条。但凡是在事业上有所成就的人,他们无不在拼命地工作。就像稻盛先生所说的,当你全身心专注于自己从事的工作,达至忘我的状态,那么你的这种强烈的愿望就会潜移默化地渗透到你身体里的每一个细胞,而往往伟大的创造力也都来自于这努力之后的灵感一闪。反映在我们平时的工作中也就是每天专注于自己的工作,达到忘我的投入。

第二条就是要谦虚,不要骄傲。人容易骄傲自满,这是人自身的一种劣根性,特别是在取得一些成绩的时候。可是,古往今来,最后的胜利者总是那些虚怀若谷的人,他们很智慧,懂得学无止境,他们很智慧,懂得学无止境,他们很智慧,懂得学无止境,人外有人,他们怀有广大的

人孔子每日都要三省吾身,更何况是我们呢。只有每天对于自己的言行进行反省,不断总结反思才能够每天精进自己,这样通过时间的积累,小精进积累多了就能大进,小成功积累多了就是大成功。来到现在的岗位,关于

谢。常怀一颗感恩之心很重要,很多人会说,但很少人能够做到。举例子来说,当一个朋友每次都帮我们的时候,我们不懂得感恩,把它当成是一种习惯,然而如果突然有一天那个朋友确实也是有难处而帮不了我们的时候,

感谢父母给予生命,感谢有难时身边朋友的鼎力相助,感谢老师曾经的悉心教导等等,总之,要感谢出现在我们生命中所有的人和事。

第五条是积善行,思利他。这一点,我个人认为,在当下的社会里很多人还是很

多读书、多实践、多与好人交往,在工作与生活中要经常尝试换位思考,经常思考如何平衡自己与他人的利益,不断改变自己,最终做到积善行,思利他。

《六项精进》中最后一条就是不要有感性的烦恼。其实这一点我更多的理解为不要被过去的事情所牵绊,不管是开心还是不开心的事,过去只是人生的一种经历而不应该是负担,人生需要向前看。

风雨多经人不老,关山初度路尤长。作为年轻人,我们要相信美好的人生才刚刚开始,同时我们也要清醒地认识到我们要迎接的挑战与考验也还很多很多。让我们常怀谦虚之心、反省之心、感恩之心、利他之心,让我们全身心地投入到工作与生活中去多磨砺自己,让我们历经世事苍苍,体味人情冷暖,让我们在阳光与风霜的交织中不断精进和前行。

# 六项精进

文/王强

胸襟格局,在他们看来,眼前所取得的所谓成就根本就微不足道。其实,我们中国自古就有满招损,谦受益的传统美德,所以不管是我们做人做事都要怀着一种谦虚敬畏的心态,才能不断进步。  
第三条是要每天反省。圣

这一点我觉得自己还是改变很多,现在的我,在每天工作结束回家的路上我就会想想今天发生了什么,自己做了些什么,有些人和事我没有处理好的,以期于后续的改善和精进。  
第四条就是活着就要感

这时往往在我们心里的那种习惯可能就被打破了,会埋怨。其实殊不知别人帮我们是情分,不帮是本分。可能起初的时候我们也会感谢,但是久而久之就忘了初心。试想我们生于天地间,须要感恩的人太多太多,如我们要

难做到的,甚至很多人走向邪恶,甚至树立一种强盗逻辑,他们总是盘算着如何把自己的利益最大化而根本不顾及是否伤及他人的权益。而每每出现问题的時候,又总是绞尽脑汁要怎么撇清关系、回避责任。因此,我们要



# 《销售圣经》读后感

文/孔凡刚

“销售是一门科学。”销售大师杰弗里在本书中阐述的一句话,对我感触很深。销售是一门科学也是一门学科,大师把这门学科比作科学,用科学的眼光看待销售,用科学的方法去研究,用科学的技巧去实施和行动。

杰弗里是从一美元到百万千万美元从事销售几十年,他爱销售。自己从事白酒销售15年,没获得大的成就,从最基层做起,从一两瓶酒一件酒,重复的铺货开网点做起,从年销售几十万到年销售几百万上千万,从基层业务到经理。我还是深爱着销售这门学科。并想一如既往的把这门科学学好,把销售,把自己负责的市场销售做到最大最好。本书通过十二个部分一百零五个章节,以及棒棒糖、打印机、摄像机、销售圣经这本书、T恤、宠物狗等案例,诠释讲述怎么把这门学科做好,怎么达成最终交易。

杰弗里善于讲故事,整本书读起来轻松幽默,富含哲理,给人无限思索。并且举例总结较多,让我们在例子中想答案,他在结合自己的总结,给予我们总结,也就是具体遇到什么事,什么问题,该怎么解决。由于时间紧,自己理解能力有限,这里我只对销售成功的10条戒律,销售技巧。做个自己的解读和心得。

## 一、想,思维决定销售。

一个人对销售的思维方式,能决定销售的最终结果。书中举例了,销售前的两种想法,对待潜在客户,一种是,不是大单,可能不成功,浪费时间也试试吧。一种是,是一个潜在的大客户。他们需要我的物品,喜欢我的物品,而且他们也喜欢我。这笔交易将稳操胜券。同样的客户两种不同的想法,奠定不同结果。相信我们做销售都遇到过类似情况,例如我们跑企业做定制做团购,往往我们有准备有信心的想法,再付诸行动,会换来我们意想不到的收获。我们要记住,成功是建立在自信基础之上的,而自信又是建立在我们的准备工作之上的。要有必胜的信念,要让自己的思想指导成功之道,并持之以恒坚持,坚持在杰弗里身上体现,在众多伟人和普通人身上体现,也在自己身上体现。借用书中一句话,我想我能,我一定能。

## 二、信念,四部分信念体系。

相信公司、相信产品、相信自己、相信顾客愿意购买。信念体系决定命运。大多数销售员没有销售信念,只关注完成多少销售挣多少钱。然而,如果你想事业上取得成功,就一定要相信你所在的公司,我们公司是沧州最大最强的酒企。相信公司的销售产品品质最好。虽然我们不是地方品牌,但

是我们品质一直和全国一线品牌对标,完全沿用五粮液古法酿造,拥有全沧州仅有的国家白酒评委3名。相信公司的经营理念、经营模式。酿一品酒做一品人,永远追求一流品质。相信同事,团结就是力量。更相信公司提供的产品将创造顾客忠诚度。我们不光有一流品质,还有一流团队、一流服务,亲民的价格。帮助客户实现共赢。信念的树立需要时间。创建信念体系是一个庞大的工程,这涉及到感想、公司的执行力和产品的性能。随着成功经历不断增加,整个信念体系也会不断深化。顾客越喜欢我们,就越喜欢我们的产品,越喜欢我们公司,那我们就会越喜欢销售,而且销售也会随之水涨船高。那些喜欢我们顾客,将帮助我们进一步深化的信念体系,并最终达到牢不可破的境地。

## 三、参与,发展良好的个人关系,切忌率先谈及销售话题。

我们常说的一句话,要想做好销售,先要交好朋友。要让顾客对我们所说的话感兴趣,让他们围着我们转。首先切入有趣的话题,设法让他们笑起来,和他们交朋友,并建立一定的信任关系。另外就是,做好每次沟通交流的记录,包括成功和失败的,经验教训,学会总结。沟通交流时切忌,首先谈产品多么好,什么政策,需要进多少货等。小技巧,可以先问问户籍,生意状况,生产经营状况等,多谈及顾客感兴趣的话题,认识熟悉后也要谈顾客感兴趣的话题,例如爱好,家庭等。尽可能多的寻找共同爱好,或者顾客了解专长,你也专长的。如果沟通约见时,都能开怀大笑,那就抓住了个人交往和建立信任关系的关键。这样做的目的不仅仅是为了销售,而是为了建立个人关系和友谊。这种个人关系和友谊将会为我们带来更多的销售和顾客。

## 四、发现,要首先找出他们进行购买的理由。

顾客为什么购买,比我们的销售技巧,重要10亿倍。要从顾客的购买需求角度,而不是我们的销售需求角度来考虑问题。他们想知道的是如何实现他们所需的品质价格和服务、以及怎么获利和成功。不会关心我们做什么,除非他们认为这会对他们有所帮助。我们对业务和产品的解释方式将决定我们所创造的购买兴趣,而这种兴趣是从潜在顾客的角度而非我们的角度上来讲的。之所以要找出顾客的“购买原因”,是因为这是将我们和其他销售对手区分开来的最重要因素。而我们需要做的,就是学会倾听和更多的提问。提问也有技巧,也要

会提问。多提一些他们的过去史、经验、成功智慧、所有权和使用状况等。他们的故事会随着所提问的动机而逐渐呈现出来。而通过他们的故事,可以了解他们的喜好,了解如何建立真正的关系。销售先是情感上的,然后才是逻辑上的。你越能焕发他们的激情,他们就越愿意与你分享他们的激情,从而也就越容易促成交易。例如我们的品鉴会,回厂游等,与顾客的开怀畅饮,谈笑风生,促成交易的概率就会提高。他们更愿意和一个充满激情,信心十足的人交往。掌握购买动机需要长时间的积累。而且动机也会随着市场的变化而变化。我们的工作就是了解这些动机以及与动机相关的各种风险。要做的就是确定并打消顾客内心的风险顾虑。风险管理并不仅仅是一种技巧,而且还是一种销售技巧。

## 五、问,错误的问题导致错误的答案。

在设置和提问问题时,既要让潜在客户表达他们自己的想法,又要让他们给出我们想要的答案。让他们去评估新的信息。了解他们对我们所提供产品或服务的使用方法或具体看法。提问方式将决定我们的销售方式。每周或每月都要对提问的问题进行改进,直到销售业绩出现大幅增长为止。如果潜在的顾客说:“这个问题问得好。先前从没有人问过我。”那么,表示我们已经掌握了提问的技巧。书中有很多关于提问的内容,我们要去了解它在销售和购买转化过程中所发挥的重要作用。

## 六、观察。观察能力同销售能力和倾听能力同样重要。

观察的力量并不在于观察本身,而在于建立在观察基础上的看、想、思考和行动。观察也会创造洞察力。这是一种直觉优势。察他人所不察,想他人所未想,这就是我们优于别人的表现,例如观察企业厂区建设,办公室陈设,照片,营业执照,从中分析企业规模,顾客性格爱好等,找到切入点或共同爱好。随身携带一个小的记事本,开始记录观察结果。不仅要记下所看到的,而且还要记下所想到的、反应以及可能产生的想法。要想具备敏锐的观察力,就要养成记录、思考和寻求对策的习惯,三者一脉相承。持之以恒。时刻保持警惕。时刻保持关注。掌握观察技巧需要日常实践和自我训练。有时候要仔细寻找线索、思路 and 话题。厂区、照片和执照不仅是观察的对象,同时也是思考的对象。而在思考过程中,关键是能否把它们联系起来。并切实用到我们和顾客的拜访沟通中。

## 七、勇气,要有虎刺怕的冒险精神。

虎刺怕的意思是勇气、魄力、胆量、表

示伟大的冒险精神。面对顾客、面对销售,大胆尝试,全力以赴。销售中的每一天都是一个“虎刺怕日”。每天,不管是推销电话、面对面约见、降低销售壁垒、价格谈判、随访还是当面推销,都要充满信心。要有勇气付诸行动。要有“虎刺怕”承担风险。从小事做起,从风险小的开始,一步步进入最佳状态。不仅要有勇气绕过门卫,更要有胆量直接向决策者推销,尝试的越多,成功的就越多。在现实中,可能会不断遭遇挫折或经常被拒人拒绝,但要有信心、有决心、不气馁,要有“虎刺怕”,继续去尝试,巧妙一点,努力一点,一定会成功。尝试一种方法、一种策略、一种销售方式。每天都要坚持尝试新事物。要有必胜的勇气。

## 八、反省,反思销售失败的原因所在。

遇到因品牌力,价格,品质等问题,不能指责他人,也没必要指责自己。而是负起责任,学习改进,努力找到解决问题的关键点。从顾客那里汲取经验教训。基于他们的原因,他们的“为什么”,创造更好的思路和方法。相较于想法,方法和战略更为重要。想法是暂时性的,而方法论和战略则是长久的;想法倾向于人为操纵,而方法论和战略则趋向于关系导向。销售中没有谁对谁错,也没有孰是孰非,我们要做的就是负起责任,抓住眼前的和长远的机遇。

## 九、目的,销售赚取的是关系而非佣金。

做成交易得到佣金,交个朋友获得财富。销售是帮助顾客,而不是单纯地完成销售指标。帮助顾客发展、取胜、获利,这样我们就会赢得销售。所以最重要的是,和顾客建立关系,建立密切的关系。在建立关系过程中,付出的越多,就越容易赢得忠实的顾客,就越容易实现销售。

## 十、证明,一份证明资料胜过100种销售方式

书中讲到,证明资料在克服拒绝方面要好于销售员100万倍。我理解的证明资料就是,怎么证明我们的产品好,无论是平面的立体的,照片还是视频,根据自己的公司,产品特点,制定相应的资料,至关重要。例如我们在谈定制企业时,一定要准备图片,照片、宣传册甚至实物。便于顾客直观了解。证明资料要有专业性和针对性,使用的目的并不仅仅是为了促成销售,还要挫败竞争对手。把一件事做到极致,做到无法复制。

销售并不是一个简单交易的问题。它甚至还不是产品质量或服务响应的问题。销售是一个关于身份、态度和成功的问题。是一个关于在多大程度上愿意承担责任、愿意帮助他人的问题,而这种对他人的帮助最终也对自己的帮助。这并不是一种理念或策略,而是一种人生哲学。坚持抱以积极的心态是成功的关键。相信公司、相信我们的产品,相信自己,保持职业素养咬紧牙关,竭尽全力不断学习,走向成功。

## 十里香酒“码上有惊喜”

# 喝大运河酒,5000辆雅迪电动车 600000瓶大运河小酒等您拿!

十里香大运河酒作为十里香的主打明星产品,靠优异酒质与广大消费者品位不谋而合,受到了家乡父老的青睐与钟爱,十里香为答谢消费者们的厚爱,将自己的真情和诚意融进这一

小小的二维码中,锦鲤金秋季,“码上”有豪礼,惊喜大回馈,5000辆雅迪电动车,600000瓶大运河小酒坐等您拿。

这次“喝大运河酒赢电动车”活动绝对让您惊喜连连。自即日起,您只需购买带有“喝大运河酒赢电动车”特定标识的十里香大运河及黑盒产品,打开包装后微信扫描瓶盖上的二维码,就可轻松扫取小酒,更有多多机会扫取价值2000元的雅迪电动车。

情重礼更重,十里香更是想通过此次向关注支持十里香酒的广大消费者表达一份谢意。金秋佳节,锦鲤来到,“喝大运河酒赢电动车”,全新产品体验,呈现给您不一样的精彩,惊喜不容错过,还等什么,快来扫码吧!

为丰富员工业余生活,加强“共学、齐创、同享”的企业文化阵地建设,打造学习型组织,进一步提高职工知识水平,为成立一支充满学习热情的高素质队伍奠定基础,事业部在1605培训室设置图书角并面向全体员工开放。精致的图书角有着精彩的书单,现有书目包含企业文化类、通用类、管理类、营销类四大类书目。

“半亩方塘一鉴开”,图书角实行工作日开放式管理,大家工作之余前来浏览,室内可随意翻阅自己喜欢的书籍,享受阅读带来的便利和乐趣。带出须办理图书登记借阅手续,为确保读书活动长久持续进行,每次借

阅1本,借阅期限为1个月,超期最多可办理1次续借手续。

“一枝独秀不是春,百花齐放春满园”,培训科单独设置图书中转站,员工有暂时不用的书籍,可存放图书角供他人借阅,本人享受优先借阅权;也可进行物物交换,拿二手书在图书角换取其他相似价值的他人书籍,后期图书会不断增加,每半月更新一次可借书目。

阅读及借书事项请联系培训科,欲借从速,先约先得!请大家掀起“书香”风,让书籍不再“束之高阁”,让阅读成为一种习惯,让图书角成为学习充电温馨的一角吧。

王芳

十里香事业部图书角开放啦

好消息  
好消息

