

田间现场会具体筹备指南

张奇伟

(黑龙江臻邦科技有限公司, 哈尔滨 150028)

摘要:对于农资经销商,每年的田间现场会是最重要而且有效的宣传、推广和销售手段之一。近些年来东北各地很多经销商召开的田间现场会结果往往是投入和产出比不尽如人意,对产品推广销售所起的作用也非常有限。通过多年来参加和组织田间现场会,对田间现场会的目的、确定会议时间和会前各种准备事项有一些深刻的认识,并积累了一定的操作经验,总结出一套行之有效地召开田间现场会的方法和流程,以供参考。

关键词:田间现场会;农民会;经销商;经纪人;种植户;品种;业务经理;种业

对于农资销售从业者而言,每年召开规模不同的作物田间现场会是最重要的宣传、推广和销售手段之一,大家对此都很重视。但是,同在一个农资大市场卖种子,各家开会的效果竟有天壤之别。不少经销商对召开田间现场会存在着一些困惑,如为什么劳民伤财的,却没订出多少货;开会之前应该做哪些准备工作;为什么招不上人等等。下面仅以在黑龙江召开的种植户玉米田间现场会为例,探讨应如何筹备才能开好一场种植户田间现场会。

1 召开田间现场会的目的

1.1 让种植户看到品种的表现 东北秋季开田间现场会观摩、推广拉动的种子,往往都是处于产品生命周期中的导入期或成长期。种植户参加这种会通过眼见为实,可以打消对品种的顾虑,甚至直接在会上交钱订种。有条件的经销商一定要开田间现场会,每位业务经理也应尽可能多地邀请种植户来参会,通过开会说服种植户的效果肯定要比直接上门拿订单容易得多。

1.2 用老种植户带动新种植户 老种植户常年从某经销商处购买种子,积累了一定的信任度;而新种植户往年都是在别的经销商处购种,邀请新种植户参会,通过老种植户的带动影响,来说服新种植户改换经销商。从多年销售经验可以看出,让老种植户说服邻近的新种植户,比业务经理说服的效果要强很多。

1.3 抢先锁定部分订单 每年秋季,各经销商都集中召开田间现场会,部分种植大户,有时一天能参加两三场会,等这个阶段过后,可能当地总用种量的

四五成就已被各家经销商瓜分了,因此,随着时间的推移,订单会更难获得。分析种植户的消费心理,其后续订单更倾向于给之前已下过订单的经销商,而不是给那些连品种表现都没有看到,且没有订过货的经销商。

1.4 增强推广销售人员信心 对业务经理和经纪人来说,在田间现场会上看到代理的品种表现好,就能打消对种子种植效果的顾虑,更有信心推广该品种,并持续加强推广力度。

1.5 考察经纪人 召开田间现场会也是考察经纪人非常好的机会,主要考察3点,即经纪人能否拉来种植大户,能否带头签单,能否帮助经销商对种植户进行催单。

2 开会时间的确定

2.1 秋季田间现场会开会时间确定 秋季田间现场会召开时间一般都要抢早,以抢占先机。此时经销商都扎堆抢着开会,种植户刚开始还能有些新鲜感,但参加几场后就乏了,变得麻木。如果在后期开会,效果会大打折扣。开会时间还取决于品种的积温,如在高积温区种早熟品种,经销商应早点开会;如种的是比当地积温更晚熟的品种,则要晚开会。

2.2 在品种表现出相对优势时开会 在黑龙江省并非只能每年9月中下旬召开田间现场会,当种植的品种比主要竞争品种表现出相对优势时,就要抓住时机,召开田间现场会。如2012年黑龙江东部一些地区在布拉万台风过境后,有个别品种基本没有倒伏,而其他品种均倒伏,此时召开田间现场会就会非常有说服力。

3 会前如何准备

3.1 选地 选地的标准是“宁缺毋滥”,地不行,坚决不能用于开田间现场会^[1]。最后所确定的用于召开田间现场会的地块基本来源于两大类:(1)大范围筛选而来;(2)早有规划,经过实施玉米高产栽培植保技术的地块。选地标准有如下几方面:要优先考虑旁边有主要竞争品种的地块,而且品种还要明显超过对方的表现^[2];有一定面积的好地,应优先选多垄且短垄地,一般垄数应不少于20条;对选定地块在会前实测1~2遍产量,并按保守的数据估算产量;所选地块应考虑距离适中且交通方便。

3.2 制定方案 如会议当天流程、物料准备、人员分工、倒计时行动日程安排、对业务经理的签单考核和奖惩、制定会场的优惠政策、制定邀约话术和如何做经纪人工作等诸多内容。

3.3 邀约

3.3.1 对业务经理进行邀约话术培训 各地业务经理邀约能力参差不齐,大多邀约结果不尽如人意。对于没有完全掌握邀约话术技巧,不会进行邀约的业务经理,老板或店长最好对其进行邀约话术考试,何时业务经理把话术记住了,话能说顺畅了,才能允许其给种植户打电话和下乡邀约。

3.3.2 邀约的目标人群 经销商邀请开会的目标人群应是经纪人、对种植户购种有影响力的人、老种植户、种植此品种表现好的种植户和种植大户。还要请两个在附近地区有威望且种过此品种的种植户,让他们在会上发言,这样会进一步增强其他种植户对此品种的信心。不要邀请刺头、竞争对手的铁杆种植户或经纪人,以及对经销商有怨言怨气的种植户等。业务经理要重点关注签单率,不要太在意邀约人数的多少。

3.3.3 哪些邀约理由具有吸引力 例如,在此次田间现场会上能解决上年种植户普遍遭受的痛点,推介新品种或高产品种,请来了权威的指导专家和老师,能学到高产技术或方案等,这些邀约理由对种植户是普遍具有吸引力的。

3.3.4 邀约进度持续跟进 很多经销商仅仅统计答应参会种植户的数量,但并没去深究数量背后的原因,这么做是不够的。需要老板或店长每天主持开会,或工作群中进行分享,及时总结邀约经验和教训,才能持续改进业务经理的邀约水平。

3.3.5 业务经理对经纪人的工作要求 因种植户从众效应非常明显,经销商业务经理必须要求经纪人能在关键时刻带头签单,做好表率,如果经纪人自己不签,只催领来的种植户签单,后者是不会签的。还要强调经纪人必要时要推种植户一把,督促带来的种植户能当场签单。业务经理还要提醒经纪人和种植户带足够多的钱,以免因交不上款而跑单。

3.3.6 开会找人的线索 除了找经纪人或熟悉的种植户带人过来开会外,还可以从平常下乡拜访收集的种植户资料中寻找目标人群,或者把近两三年的购种名单找出来,挨个打电话,并做好通话备忘录,以便能更好地进行后续跟踪服务。

3.4 物料准备 物料准备包括宣传类、促销类、测产类、收款类、其他类等各项。物料准备的有效方法是将《物料准备表》打印后贴到墙上,检查人按时追查准备进程,大家也能对此一目了然。物料准备的重点是每项工作具体落实到个人。

3.5 动员预备会 田间现场会之前的动员预备会非常重要,能起到查漏补缺的作用,使大家对开会当天的任务和流程更加明晰。会议内容包括:明确当天流程、反复推演各项用时、明确各自任务分工。物料在会上要全部过一遍,并叮嘱每人要负责管理物料始终。而且要强化团队意识,让大家认识到当遇到工作疏漏时主动补位的重要性。还需进行业务经理的培训和模拟答疑。培训如何开单,做开单示范版本的培训。会上大家要集思广益,互相提问模拟答疑,使大家更有信心面对可能来自种植户的疑问。

3.6 场地布置 玉米品种在召开田间现场会之前,要进行削尖扒皮,且要有一定面积,至少削20~30条垄,不少于15m纵深。进行扒皮晾晒的时间距召开田间现场会的时间不要太长,否则果穗的颜色容易变浅,建议在开会前2~3d即可。场地的布置要让来宾感受到开会的氛围和经销商的实力,建议在参观路线上铺上红毯。

参考文献

- [1] 徐建平. 如何才能开好有“个性”的田间地头体验会. 中国种业, 2017(11): 36-37
- [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): 36-37

(收稿日期: 2020-08-20)