

助力泸州老窖冲刺前三

文/赵明利 付寒

推广。于是在那一年，吴一伏找到了当时的泸州老窖浙江片区经理，双方洽谈后一拍即合，开始在浙江片区以经销商运作的方式大面积推广国窖1573。

2011年，吴一伏开始经营百年泸州老窖窖龄酒，这款商务精英气质的产品深得吴一伏的喜爱。

如何让窖龄酒在消费者心中留下深刻的印象呢？

百年泸州老窖窖龄酒作为泸州老窖五大战略单品之一，拥有不可复制的窖龄资源，这是窖龄酒能够直接驻扎在消费者内心的诉求点。

把准了市场的“脉搏”后，他们举行了多场品鉴会、消费者旅游等活动，吴一伏表示，“虽然当时不会有立竿见影的效果，但坚持下去，把发展过程中一些固定的品牌活动坚持做下去，再融入当地的地方特色，这样结合起来，品牌的发展就会有一定的高度。”

与此同时，吴一伏还为自己的努力做了三点总结：坚持团队建设、坚持渠道推广、坚持消费者培育。在三个坚持的过程中，他们始终把符合当地市场，接地气的内容放在首位，而非一些空泛的东西。

从一名普通的销售成长为几百名员工的领导者，团队和执行力是他“以不变应万变”的制胜法宝。吴一伏始终认为，不管遇到多少困难，只要有团队、有高效的执行力和具体的执行目标，一切问题都可以迎刃而解。

作为泸州老窖在新千年发展的第一批经销商，吴一伏一直对泸州老窖有着很深的感情，他说，现在泸州老窖发展越来越好，希望和大家一起努力，尽快实现泸州老窖提出的“前三甲”目标。

专业、专心、专注，只卖好这一瓶酒

——杭州浩之帆贸易有限公司总经理 徐寒秋

近几年，“工匠精神”一词经常出现在我们所能接触到的信息平台上，我们推崇“工匠精神”，因为它要求我们精益求精地去做好一件事。

“专心做好一件事”，不止出现在技术领域，同样应用于营销领域。

徐寒秋最初在一家四星级酒店做财务工作，经常会同酒水供应商打交道，于是他开始接触酒水行业、熟悉酒水业务。

年轻时的徐寒秋向往自由，觉得财务工作每天都是朝九晚五，在接触酒水业务人员的过程中，发现这是一份能够自由支配时间的工作，便产生了踏入酒水行业的想法。他确实这么做了，一开始，他选择进入酒水公司打工，一干就是10年。

谈到他为什么成为了泸州老窖的经销商，一

是因为他当年打工的酒水公司正好是国窖1573的代理商，所以他跟泸州老窖销售人员交往密切，对泸州老窖的品牌认知度高；另一个原因则是因为，徐寒秋深知打工跟创业是

两码事，既然要创业，必然要做市场调查，在调查过程中他了解到消费者对泸州老窖的接受度较高。徐寒秋由此步入了他进入酒水行业的第二个阶段——自主创业阶段。

任何创新都是艰难的，创业一定也伴随着挑战。当初在酒水公司打工时，作为区域经理的徐寒秋与另一个区域的经理一同出来自主创业，创业前的想法都非常美好——准备从培养新人开始，于是他们一口气招了几十个大学生。但实际情况跟理想差距很大，刚毕业的大学生无论是对企业文化还是对市场运行都不太熟悉，将他们放到市场上，半年过去了依然没有什么业绩。他跟创业伙伴寻思着必须做出改变了。于是辞退了大学生，两个人回过头就像当初打工时一样，一个人做一个市场，一步一个脚印，两个人就这样辛苦打拼了整整一年时间，创业慢慢有了起色。

成功的道路千千万万，每个人都有自己总结出来的一套方法，在徐寒秋看来，“专业、专心、专注”，是他成功的秘诀。他连续三年成为头曲品牌全国经销商第一名，靠的便是——只卖好这一瓶酒，不卖其他产品。

徐寒秋对泸州老窖这个品牌十分认可，他认为泸州老窖冲刺行业前三只是时间的问题，作为一个“浓香正宗”的品牌，成为行业前三只是一个起点，未来成为世界级的品牌都是有可能的。

依靠规范化管理，应对多变的白酒市场

——四川瑞祥星商贸有限公司董事长 杨小东

跨界，是一个风险与机遇并存的举动。风险的是你要进入一个全新的领域，所有的信息、资源都要重新去获取；而机遇是只要你善于将原有领域的成功经验加以运用，你就拥有在多个领域成功的可能性，并且极有挑战性和成就感。

杨小东最初是从事IT行业的，可以说他在泸州IT界做到了塔尖的位置，往上再没有太多发展空间了。但是生性爱拼搏的他满足于止步不前，于是他选择向其它行业涉足，梦想开辟一片新天地。正好他身边有朋友是做白酒的，杨

小东因此开始了向白酒经销商身份的转换。

泸州老窖是全国性的品牌，杨小东自己也是泸州人，加之他对市场进行了广泛的调查，最后在众多白酒企业中，他毅然决然地选择做泸州老窖。

从IT跨界到白酒行业，身边没有客户，没有团队，手里也没有资源、资金，2002年的白酒市场也是一片混乱，市场竞争十分无序，一系列不利因素摆在他的面前……

杨小东在市场调查中看到了自己的不足，同时也看到了商机。在2002年，白酒经销商大多都是坐商，没有做动销、建立团队意识，由此他看到了竞争的机会。他给自己的定位是行商——招专职业务员跑市场、拿订单，一步一步夺得市场主动权。在当时，专门的白酒业务人员非常少，为了建立自己的团队，他们不得不去饮料、快消品行业寻找业务员，然后一步一步将他们培养成为白酒业务人员。

跨界，需要重新去认识一个行业。开拓市场，需要去面对一个新的环境，克服新的困难。那么将市场做大做强需要具备怎样的素质？

由于杨小东是从银行辞职下海而来，并且曾经从事IT行业，所以做任何事喜欢讲究“规范化”，会在事前做大量市场调查，根据调查结果制定战略计划，再根据计划一步一步去实施，这种“系统化”的做法会让他哪怕身处变幻莫测的市场，也能使事情的发展具有可控性。所以，如何将市场做大做强，在他看来，还是需要依靠规范化的管理。

目前，泸州老窖正在向着冲刺行业前三的目标砥砺前行，杨小东坦言，泸州老窖冲刺行业前三还有很多路要走，但是他对泸州老窖做好、做大、做强非常有信心，如果每个经销商、每个市场都依靠规范化的管理，用心卖好每一瓶酒，凭借泸州老窖酒上乘的质量和优秀的企业文化，成为行业前三甲指日可待。

