

有需求,却难赢信任,  
防盗产品怎么建渠道?  
她成功的秘密是——

# 三种利器攻渠道 防丢器叫响大市场

□广东 钟元亮

终于成功了!小小的“失不了”饱含了多少心血啊!刘晓丹为研发出这种新型安防产品而兴奋,可新的问题又摆在了面前:资金有限,怎样花最少的钱达到最好的销售效果呢?

投入10多万元,历经半年,心血不能白费,一定要找对门路,把这种广泛应用于儿童、老人、宠物防丢,皮包、钱夹、手机等防盗的“失不了”卖好!

## 武器一:

### 现场宣传 众人信服知名度飙升

最初,刘晓丹对怎样开发市场不得要领。新产品上市,宣传很重要,而电视、广播、期刊的广告费用动辄数千上万,对于刚成立不久的“失不了”公司来说实在无力承担。可现在,她却是销售“失不了”的高手了,这个转变是她从分析“失不了”的优势开始的。

“失不了”由接收机(主机)、发射机(分机)两部分组成,其中接收机放在主人身上,发射机放在物品或儿童等防丢对象身上,两者采用数字信号传输,保密性强。当发射机与接收机离开规定距离时,接收机就会发出震动提示以及报警声,同时红灯闪烁,提醒主人注意保护对象是否遗失、被盗。其中报警距离可应实际需要自行设定,为1-30米(空旷距离);而且主机还可以智能识别不同的分机信号,只对与本机相配的分机信号做出反应,产品在使用性能上表现很稳定。而更重要的还有,防丢器产品的技术复杂性绝不亚于手机,因其外型不能太大,太大则不方便携带,而其所采用的元器件可不少,加上这个小产品包含了发射和接收功能,一旦这两个因素调试不准确,将出现误报、不报等故障,因此极少

有厂家能突破技术壁垒而成功研发生产。这也造就了“失不了”在市场上几乎没有竞争对手,彰显出其优势所在,商机所在,犹如给代理经销商吃了一颗定心丸。市场是由产品说了算,产品本身的功能和质量过硬,就有了开拓市场的巨大资本!而人们买防盗产品,无非是在买安全、买保障,消费者最关注的当然是防盗效果。

想通了这个理儿,刘晓丹决定通过现场演示推销“失不了”。现场演示可以验证产品在技术上的卓越性和先进性,以实际效果征服消费者,这是既省钱又有效的销售方法。

主意已定,刘晓丹将首场产品演示和促销活动安排在广州火车站旁边的一个大商场门前,并承诺对能挑出产品不报、误报等故障者予以1000元的现金奖励。当她简单介绍完产品性能后,马上吸引住很多不信邪和碰财运的人上前要求试验。

一位来自河南的郑先生将报警距离调为3-5米,然后将主机放在衣兜里,分机放在手提袋里。当刘晓丹将手提袋提到3米远时,郑先生衣兜里的主机立刻发出报警声,围观人群顿发出一片赞叹之声。她就向大家介绍:由于“失不了”防盗器体积小、携带方便,主机还不如名片的一半大,分机只有大拇指那么大,因此完全可以挂在手机上,用于手机等小型物品的装饰和防盗。

一位王先生前几天刚丢了一部手机,现在一上街就怕前怕后,担心又遇到小偷。听了刘晓丹的介绍,王先生马上要求试验,结果与前者一样响起警报声。产品换着试,人员不断上,直到20多个……刘晓丹最后宣布,“失不了”原价每套96元,现在搞促销才68元。王先生立刻掏钱要买,说:

“2000多块钱的手机都买了,还在乎这60多块钱?何况这个小东西真的很了不起,能用在许多方面,以后出差也不用再担心箱包被盗,值得!”台下,像王先生一样的消费者已经排起了长队,仅仅两个小时,就售出了近200套。

尝到了现场促销的甜头,刘晓丹又趁热打铁连续组织了5场。其中有一场设在一家大型通讯商城门口,一个上午热销了600多套。除了销量上的收益外,“失不了”的社会知名度也不断提升,当地几家知名媒体都关注到这个新奇小玩意,纷纷将其作为新闻热点报道,给“失不了”做了免费宣传。在媒体的支持和消费者的口碑传颂下,许多客商主动找上门来要求经销产品,就这样,刘晓丹在没做任何广告的情况下,凭这一招就打开了三分之一的广州市场。

## 武器二:

### 定向销售 销量说话制胜终端

下一步,为了做好更大规模的销售工作,刘晓丹招聘了11名业务员,经过系统培训,分别派向不同渠道。张强和其他两位业务员被指派专门跑火车站、汽车站等场所,采用直销和铺货到站前商场代销的方式,面向出门在外的旅客,推荐他们将其应用于旅行箱包、钱包等物品的防丢。由于目标消费群较为集中,销售效果十分理想。经过1个月多月的实战,张强渐渐摸清了门道,所带的小组排名第一,业绩达到了12.5万元。

张强越干越起劲,还在刘晓丹的建议下,与当地铁路客运部门合作,让列车员将“失不了”带到火车上现场销售,利润共享。对于张强来说,在不增加人手的前提下,销售量却大大增加,而且有了铁路部门的支

持,也为产品做了无形的宣传。对于铁路部门来说,一方面,治安问题一直是比较头疼的问题,而其中又以盗窃为最,有了“失不了”,小偷再也不敢轻举妄动了,为他们减轻了不少负担;另一方面,还可以为单位增加一些合理收益。一举两得,何乐而不为?

这一渠道干得红红火火,其他渠道也不甘示弱。杨灿带领另两名业务员专攻市内各大皮具、箱包店,推荐其将“失不了”作为旅行箱、皮包、钱包等附代品销售。近年来,许多高档手提包都增加了密码锁功能,看似安全,可一旦整包丢失,再高级的密码锁也不起作用。如果在包里放上一个“失不了”,一旦手提包离开主人设定距离就会发出报警,有备无患。箱包店的陈老板说:“自从增加了‘失不了’,店里的销售额不断上涨,有时防丢器的销量比箱包还多。”像陈老板这样欢迎“失不了”的还有很多,自然,杨灿小组的战果也很显著,一个月的销量近 1000 多个,做出了 8 万元的业绩。

王宇和张文娟被指派负责另一个特殊的渠道:预防儿童和老年痴呆症病人走失的市场,这也是发挥了“失不了”防丢的突出功能。她们一方面与儿童用品店合作,另一方面直接到幼儿园和老年人活动中心开展推广活动。儿童用品店的老板大多没有见过这种产品,很乐于试销一段时间,结果一两个星期就看出了效果,订货电话不断。在幼儿园和老年人活动中心,她们采取了义务讲座和演示兼促销活动相结合的推广方式。无论是面向儿童家长的儿童安全知识讲座,还是面向老年人的健康讲座都受到大家的热烈欢迎。产品销售情况自然也不错,这个特殊的渠道被她们做得有声有色。

如果用“一帆风顺”来形容前几个渠道开拓情况的话,那么,防盗器材市场的开拓就没有那么轻松了。因为这里的竞争对手云集,各式各样的防盗产品多得是。业务员刘思林刚被指派开拓这个渠道的时候很不情愿:这么多防盗产品相互竞争,这市场能做起来吗?刘晓丹就耐心引导他:“防盗产品再多,以‘失不了’这样优越的性能,一定能引起顾客的关注,而店主的推荐至关重要,如

果能跟他们打成一片,你还担心做不成?”刘思林将信将疑地试着跑了几个防盗器材店,果然赢得一片赞誉。一位徐老板对“失不了”赞不绝口:“近年来,防盗产品销售势头越来越旺,各种新产品层出不穷,但能像‘失不了’这样具有出色功能和广泛应用的实在不多见,我相信产品一定好卖。”徐老板首批就进了 1 万元的货,一部分放在广州销售,一部分拿到他在浙江的几家分店试销,如果销售情况理想,就签下整个浙江市场。

其他渠道,如手机店、宠物店和宠物用品店、饰品店和礼品店……销量也一路飙升。这招“定向销售”就像行军打仗运用“集中优势兵力,各个击破”的战术,既让有限的资源得到充分利用,也让产品迅速进入了终端市场。

### 武器三:

#### 大胆试销 先交朋友后做生意

进军全国市场的时机到了!当地方市场的热销逐渐带动全国市场后,开始有来

自全国各地的人咨询代理情况。刘晓丹知道时机成熟了,她马上着手制定出招商政策(首批进货量从 6 千元到 5 万元不等,免收加盟费,即可成为“失不了”在各县、市或省级的独家代理商,享受县级 45 元/套、市级 41 元/套的优惠进货价)。广告打出去后,结果并不如她预想的好,咨询的多,可真正签约的却很少。

通过与多位客户交流,刘晓丹发现大多数人由于没见过产品,因而对其性能、市场前景还不能完全相信,对自己的营销能力也有所怀疑。一位山西的投资者说,他有心到广州实地考察,但手头资

金有限,实在没有多余的钱搭在路费上。想到投资者的诸多顾虑,刘晓丹及时调整政策,推出试销举措,投资者只要投入 2500 元,就可以拿到 50 套产品在当地试销,试销成功后,再签订代理协议。

辽宁的张海涛今年 28 岁,大学毕业后一直在一家软件公司打工,要住房,要养活自己,还要接济家里,实在很吃力。他就

想利用业余时间做点小生意,可手头只有 4000 多元,连在繁华路段租个小店面都不够。2004 年 6 月,他在网上看到关于“失不了”的介绍,马上打电话,听说可以试销,张海涛松了一口气。拿到产品后,他先对当地市场做了一番调查,选择几家经营比较好的儿童用品店、手机商城、饰品店、皮具中心洽谈合作,许多老板都没见过这个新奇产品,觉得是个不错的盈利点,很乐意代销一段时间。一个星期后,张海涛陆续接到订货电话,先前铺货的几家店 90% 都表示愿意继续合作,而且需要补货了。张海涛再订了 200 套产品,与他合作的网点一个月以来也拓展到了 30 家,赚了上万元。

任先生是海口一家贸易公司的老板,到广州出差时见到了“失不了”,觉得很有意思。朋友说:“这产品还真管用,前天我到商场买东西,试衣服时手提包被小偷拎走,幸亏是它及时发出报警声,才没让小偷得逞。我这包里除了有 2000 多元现金,手机、身份证、信用卡、银行卡、驾驶证都在里面,万一丢了得耽误多少事儿啊!”听了朋友的介绍,任先生预感到其中蕴藏的巨大商机,马上放下手边的事,来到失不了商贸有限公司考察。在亲自验证了产品性能和公司实力后,任先生当即要了 6000 元的货,半个月后,又加订 500 套产品,第一个月就获利两万余元。目前,任先生正在筹措资金,准备拿下整个广西省的代理权。他说:“我身边已经有几位朋友跃跃欲试了,这个好产品是我先发现的,可不能让别人抢了先机。”

经过一番努力,“失不了”已经与 20 多个经销商合作,取得了初步成功。成功后的刘晓丹并没有忘记完善、改进产品功能,新近又成功研发出主机和分机相互寻找探测报警功能,价格不变。还有新开发的门把感应报警器,把产品置于门把上,打开开关,门外如果有贼欲撬锁而触近锁面,感应器立即发出警报声,零售仅 32 元,相信也会成为抢手货。

三个武器让“失不了”防盗器顺利打开了国内市场,刘晓丹的防盗事业也越来越大。

地址:510000 广州市白云区机场路 137 号 1603 室 广州市失不了商贸有限公司

电话:020-80571595 34210309 (传真) 13202047063

