

哈慈双效茶

市场操作手册

内部资料 禁止复印

实
战
篇



职业经理 MBA 整套实战教程

MBA 经理教材**免费**下载



美华论坛
www.mhjy.net

网址: www.mhjy.net

全国Mini-MBA职业经理双证班



精品课程 权威双证 全国招生 请速充电

十五年品牌教育机构 教委批准正规办学单位 (教证: 0000154160 号)

美华管理人才学校携手中国经济管理大学面向全国举办迷你 MBA 职业经理双证书班, 毕业颁发双证书。

招生专业及其颁发证书

认证项目	颁发双证	学费
全国《职业经理》MBA 高等教育双证书班	高级职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《人力资源总监》MBA 双证书班	高级人力资源总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《生产经理》MBA 高等教育双证班	高级生产管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《品质经理》MBA 高等教育双证班	高级品质管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销经理》MBA 高等教育双证班	高级营销经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《物流经理》MBA 高等教育双证班	高级物流管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《项目经理》MBA 高等教育双证班	高级项目管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《市场总监》MBA 高等教育双证书班	高级市场总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《酒店经理》MBA 高等教育双证班	高级酒店管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《企业培训师》MBA 高等教育双证班	企业培训师高级资格认证毕业证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《财务总监》MBA 高等教育双证班	高级财务总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销策划师》MBA 双证书班	高级营销策划师高级资格认证证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《企业总经理》MBA 高等教育双证班	全国企业总经理高级资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《行政总监》MBA 高等教育双证班	高级行政总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《采购经理》MBA 高等教育双证班	高级采购管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《医院管理》MBA 高等教育双证班	高级医院管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《IE 工业工程管理》MBA 双证班	高级 IE 工业工程师职业资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《企业管理咨询师》MBA 双证班	高级企业管理咨询师资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《工厂管理》MBA 高等教育双证班	高级工厂管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元



【授课方式】 全国招生、函授学习、权威双证

我校采用国际通用3结合的先进教育方式授课：远程函授+视频光盘+网络学院在线辅导（集中面授）



【颁发证书】 学员毕业后可以获取权威双证书与全套学员学籍档案

- 1、毕业后可以获取相应专业钢印《高级职业经理资格证书》；
- 2、毕业后可以获取2年制的《MBA研究生课程高等教育研修结业证书》；



【证书说明】

- 1、证书加盖中国经济管理大学钢印和公章（学校官方网站电子注册查询、随证书带整套学籍档案）；
- 2、毕业获取的证书与面授学员完全一致，无“函授”字样，与面授学员享有同等待遇，证书是学员求职、提干、晋级的有效证明。



【学习期限】 3个月（允许有工作经验学员提前毕业，毕业获取证书后学校仍持续辅导2年）



【收费标准】 全部费用1280元（含教材光盘、认证辅导、注册证书、学籍注册等全部费用）

函授学习为你节省了大量的宝贵的学习时间以及昂贵的MBA导师的面授费用，是经理人首选的学习方式。



【招生对象】

- 1、对管理知识感兴趣，具有简单电脑操作能力（有2年以上相应工作经验者可以申请提前毕业）。
- 2、年龄在20—55岁之间的各界管理知识需求者均可报名学习。



【教程特点】

- 1、完全实战教材，注重企业实战管理方法与中国管理背景完美融合，关注学员实际执行能力的培养；
- 2、对学员采用1对1顾问式教学指导，确保学员顺利完成学业、胸有成竹的走向领导岗位；
- 3、互动学习：专家、顾问24小时接受在线教学辅导+每年度集中面授辅导



【考试说明】

1. 卷面考核：毕业试卷是一套完整的情景模拟试卷（与工作相关联的基础问卷）
2. 论文考核：毕业需要提交2000字的论文（学员不需要参加毕业论文答辩但论文中必修体现出5点独特的企业管理心得）
3. 综合心理测评等问卷。



【颁证单位】

中国经济管理大学经中华人民共和国香港特别行政区批准注册成立。目前中国经济管理大学课程涉及国际学位教育、国际职业教育等。学院教学方式灵活多样，注重人才的实际技能的培养，向学员传授先进的管理思想和实际工作技能，学院会永远遵循“科技兴国、严谨办学”的原则不断的向社会提供优秀的管理人才。



【主办单位】

美华管理人才学校是中国最早由教委批准成立的“工商管理MBA实战教育机构”之一，由资深MBA教育培训专家、教育协会常务理事徐传有老师担任学校理事长。迄今为止，已为社会培养各类“能力型”管理人才近10万余人，并为多家企业提供了整合策划和企业内训，连续13年被教委评选为《优秀成人教育学校》《甲级先进办学单位》。办学多年来，美华人独特的教学方法，先进的教学理念赢得了社会各界的高度赞誉和认可。



【咨询电话】 13684609885 0451--88342620

【咨询教师】 王海涛 郑毅

【学校网站】 <http://www.mh.jy.net>

【咨询邮箱】 xchy007@163.com



【报名须知】

- 1、报名登记表格下载后详细填写并发送邮件至 xchy007@163.com (入学时不需要提交相片，毕业提交试卷同时邮寄4张2寸相片和一张身份证复印件即可)
- 2、交费后请及时电话通知招生办确认，以便于收费当日学校为你办理教材邮寄等入学手续。



【证书样本】(全国招生 函授学习 权威双证 请速充电)

(高级职业经理资格证书样本)

(两年制研究生课程高等教育结业证书样本)



【学费缴纳方式】(请携带本人身份证到银行办理交费手续，部分银行需要查验办理者身份证)

方式一	学校地址	<p>邮寄地址：哈尔滨市道外区南马路 120 号职工大学 109 室</p> <p>邮政编码：150020 收件人：王海涛</p>
方式二	学校帐号 (企业账户)	<p>学校帐号：184080723702015 账号户名：哈尔滨市道外区美华管理人才学校</p> <p>开户银行：哈尔滨银行中大支行 支付系统行号：313261018034</p>
方式三	交通银行 (太平洋卡)	<p>帐号：40551220360141505 户名：王海涛</p> <p>开户行：交通银行哈尔滨分行信用卡中心</p>
方式四	邮政储蓄 (存折)	<p>帐号：602610301201201234 户名：王海涛</p> <p>开户行：哈尔滨道外储蓄中心</p>
方式五	中国工商银行 (存折)	<p>帐号：3500016701101298023 户名：王海涛</p> <p>开户行：哈尔滨市道外区靖宇支行</p>
方式六	建设银行帐户 (存折)	<p>中国人民建设银行帐户(存折)： 1141449980130106399</p> <p>用户名：王海涛</p>
方式七	农业银行帐户 (卡号)	<p>农业银行帐户(卡号)： 6228480170232416918 用户名：王海涛</p> <p>农行卡开户银行：中国农业银行黑龙江分行营业部道外支行景阳支行</p>
方式八	招商银行 (卡号)	<p>招商银行帐户(卡号)： 6225884517313071 用户名：王海涛</p> <p>招商银行卡开户银行：招商银行哈尔滨分行马迭尔支行</p>

可以选择任意一种方式缴纳学费，收到学费当天，学校就会用邮政特快的方式为你邮寄教材、考试问卷以及收费票据。

“八天启动，八周热销”——八步必胜法

目 录

一、实战篇	1
“八天启动，八周热销”——八步必胜法	2
第一步：哈慈阳光行动——万名哈慈客户大赠送	2
第二步：哈慈怀旧电影专场	4
第三步：信息特攻队	5
第四步：建立全国糖尿病健康教育指导中心，开展哈慈阳光会员俱乐部	6
第五步：哈慈专家大巡讲	9
第六步：哈慈老年幸福快车	10
第七步：亲情营销，服务巩固	11
第八步：立体引爆，联合动销	12
二、基础篇	13
第一部分 活动营销模式	14
第一节 概 述	14
第二节 顾客联谊活动的实施	16
第三节 户外促销活动	19
第四节 健康讲座活动	20
第五节 社区活动	23
第六节 活动成功的影响因素	24
第七节 营销活动的沟通技巧	25
第二部分 联谊活动营销人员操作规范	28
第一节 联谊活动中服务的概念	28
第二节 联谊会前的顾客服务	30
第三节 联谊会中的顾客服务	31
第四节：联谊会后的顾客服务	36
第三部分 哈慈双效茶社区活动促销规范	39

（一）准备阶段	39
（二）活动现场	40
第四部分 健康教育指导中心服务营销规范	44
第一节 产品陈列标准	44
第二节 员工管理规范	45
第二节 考 核	49

引子：中国保健品泰斗——哈慈集团，与营销界新贵——龙人集团康宏公司，强强联手进军中国降糖降脂保健品市场，以哈慈双效茶为核心产品推向市场，在中国健康教育协会的支持下在全国建立 5000 家“糖尿病健康教育指导中心。依靠强大的产品优势、品牌优势、营销优势和政策扶持，打造中国降糖降脂保健品市场第一品牌。

营销基础：

1. 产品：哈慈双效茶降糖调脂双效合一，自然疗法，远离五高
2. 品牌：哈慈品牌极高市场认可度
3. 营销：龙人集团康宏公司强大营销实力
4. 政策平台：中国健康教育协会鼎力支持

核心操作：

八天启动，八周热销

营销目标：

1. 提高哈慈双效茶产品知名度；
2. 确定产品的消费人群，形成初步营销；
3. 培养哈慈双效茶忠诚客户；
4. 炒热市场，拉动销售

第一步：哈慈阳光行动——万名哈慈客户大赠送

核心口诀：劈——集中一点，迅速突破

活动目的：

利用哈慈的品牌认识度强势进入市场，迅速让客户回忆起哈慈品牌，利用哈慈品牌获得更大的产品认识范围，通过试用、赠送和折扣，让患者体验产品疗效，树立优质产品形象。

每次活动赠送 1000 人，实现动销 800 盒。

时 间：以周六、周日为起点，持续一周

具体操作：

1. 联系媒体单位：

A. 媒体选择：以当地广播、报纸和电视辅以 DM 直投为主；要求选择当地覆盖面广、收听（视、看）率高的媒体为主，在中老年人爱看的时段多频次刊出，增强记忆力。

B. 形式：采用广播播报、报纸预告、电视飞字的形式结合起来发布“哈慈阳光行动——万名哈慈老客户大赠送”活动信息，要增强推动力和可信度。

C. 媒体频次表

媒体	时段及版面	形式	频次	时间
广播	生活频道,老年人收听率高的节目	活动告知	10 次/天	一周
电视	白天,戏曲、曲艺节目频道	活动飞字	5 分钟	一周
报纸	老年人健康版	活动启事	隔天一次	一周
DM 投放	单页	活动告知和产品宣传(在老年人经常出入的公众场所)	1000 份/天	五天

2. 确定活动的场地：选择目标人流量大的公园，小区门口，经常有老年人出现的公众场所，但是不要引起其他管理部门的争议，事前和有关部门联系好；

3. 活动开始前准备好展板以及张贴的 POP 海报，展板以介绍公司，介绍治疗糖尿病知识，介绍产品知识为主，海报主要是产品的宣传广告语；

A. 展板 4 块：①介绍哈慈品牌； ②介绍哈慈双效茶；
③糖尿病治疗知识；④营销系列活动宣讲

B. POP 海报：①产品宣传广告；②产品促销预告

C. 活动主题语是“哈慈回报用户，万人大赠送，体验疗效”。

4. 现场散发产品单页，产品单页主要是介绍产品功效，作用机理，优惠

5. 活动以每天上午和下午各赠送 1000 份试用装为标准，每份为一袋装“双效茶”根据实际情况可调整；

6. 赠送对象为有糖尿病和高血脂的中老年朋友；

7. 患者凭本人的病例、身份证复印件领取试用装的同时须填写个人资料，作为后续回访以及购买正式产品获得优惠的凭证用。

1) 受赠患者的信息登记表，包括编号、姓名、性别、年龄、电话、地址、邮编及简单病况。

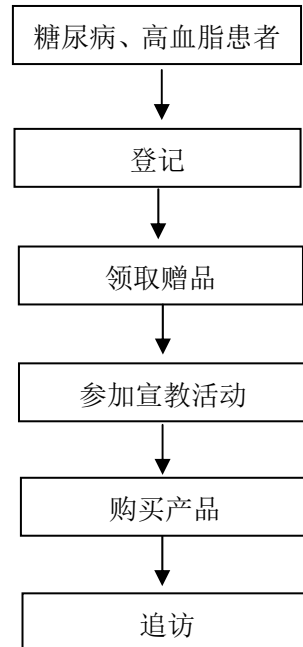
2) 所设置的用户登记卡应注意：

①登记卡的形式：卡片分为两个部分，上部分经销商保留，下半部分用户保留

作为购买产品的凭证

②登记内容：姓名，年龄，性别，家庭住址，电话，职业，病史，曾使用的产品以及对该产品的评价，希望产品的效果，对于哈慈的认识等。

8、活动流程。



第二步：哈慈怀旧电影专场

核心口诀：网——广开网络，打好基础

活动目的：

通过怀旧电影结合礼品、康复手册的免费赠送这一比较有效的传播手段，大量网络目标群体，并实现初步动销。

时 间：三到五周，以周六、周日为佳

具体操作：

1. 确定电影的放映形式：电影院的专场放映；同时根据具体情况，比如说社区规模比较大，可以和居民委员会联系，在社区选择老年人活动中心进行放映；
2. 选择放映影院原则：最好离目标客户群近的影院，如大型小区或公园附近，电影院环境要好，必须能容纳至少 200 人，过道宽敞，适合开展活动；
3. 电影票的设计：正面为哈慈免费电影券及片名、放映时间；反面设计成个人

资料登记表，便于收集有效名单；

4. 发放形式：在小区张贴宣传“哈慈免费电影专场”宣传海报，把电影入场票交给居民委员会发放（年龄要求必须为 55 岁以上的老人，第一次普遍赠送，第二次以及后续活动只向会员发放）；

5. 影片选择：战争历史题材《高山上的花环》、《上甘岭》，怀旧温馨题材《卖花姑娘》，老年戏曲题材；

6. 电影放映前向观众赠送小礼品，发放康复手册；

7. 电影放映前放 5 分钟 PPT 产品知识介绍片（若没有条件准备 PPT，则应选择一位极具亲和力、普通话标准的主持人简单介绍产品）；

8. 在电影散场后进行患者资料登记，要求：有糖尿病或高血脂的老年人在登记后，可享受 8.8 折一疗程产品和 10 次双调仪免费治疗。

准备事项：

1. 影院选择、确定：离目标人群较近，便于老年人参加活动

2. 影片的选择、确定：老年人喜欢的电影或戏剧

3. 宣传预告海报的准备（文字、设计等）及张贴，电影票；

4. 礼品的准备：老年人较实用但价格又不太高，显示出关爱有温情的礼品。

5. 哈慈双效茶的三折页或患者康复手册。

第三步：信息特攻队

核心口诀：搜

活动目的：

通过多种渠道搜集有效的客户名单，使我们用最小的成本寻找到目标客户，为销售打下基础。同时培养一批直接面对终端客户的信息特攻员，能掌握第一手的客户信息，快速而准确。通过信息特攻员的反馈及时准确地对终端进行宣传教育活动，提高产品的知名度，激发目标客户的购买。每月搜集 200 名糖尿病患者新名单。

具体操作：

1. **成立信息搜集专家组**，要求：20 岁左右小女孩，能吃苦耐劳，口齿伶俐。

2. 信息搜集：

1) 利用中国健康教育协会的名义与各省市区健康教育所、各社区居民委员会、老年干部局、老龄委员会联系，掌握中老年人糖尿病患者的健康状态，搜集糖尿病患者资料；

2) 走访医院、药店、超市药品专柜，通过小礼品或其它利益方式，加紧对医生、营业员的情感沟通，使其成为我们的情报提供员。

医院：糖尿病专科医生，询问糖尿病人的信息，包括病史，用药情况等，最好中午请医生吃饭，增进与医生的感情（具体情况具体对待）

药店：询问药店营业人员，咨询糖尿病药品的销售情况，是否对糖尿病人的资料有记录，如果有记录怎么样获得的

药品专柜：询问销售人员糖尿病产品的销售情况，怎么样的产品销售最好，需要采取哪些方式提高销售等。

注意：走访时灵活选择方式，不能让走访对象反感。走访了之后要进行汇总和分析

3) 在老年人聚集的地方及时间段，如乘早晨老人在公园晨练时、或老年人活动中心等进行资料的发放，收集信息名单。

3. 培养发展信息特攻队员，成为意见领袖

通过前面和社区居委会、老干局、老龄委培养起来的关系，重点选择目标对象，培养典型病例，使其成为意见领袖。

原则：糖尿病患者；有社会地位或者有一定影响力

(1) 对于信息特攻员，采取赠送产品或购买产品享受优惠的鼓励措施。

(2) 通过信息特攻员收集目标区域（建议将整个市场划分为若干个区域）的客户信息，信息包括糖尿病人的地址，联系方式，病史和使用药品的情况

(3) 通过意见领袖的传递效应及权威性，增强哈慈双联双效自然疗法在中老年人中的口碑传播。

4. 在搜集信息的同时，对终端的市场进行教育

(1) 在目标区域市场张贴 POP 海报

(2) 通过信息特攻员向潜在客户送产品宣传单页和康复知识手册，提高产品在客户心目中的美誉度

(3) 根据信息特攻员提供的情况，随时准备赠送试用装产品到客户手中，迅速在目标客户中传播产品知名度，扩大影响

操作关键词：信息搜集、走访、信息特攻员、反馈、市场宣教

第四步：建立全国糖尿病健康教育指导中心， 开展哈慈阳光会员俱乐部

核心口诀：诱——层层奖励，步步诱惑

活动目的：

通过固定的场所“全国糖尿病健康教育指导中心”+店面的形式开展活动和进行营销。“免费体验，体验疗效”的活动手段，把目标人群吸引到销售点，从而达到销售产品的目的。

具体操作：

1. 依据统一的 VI 标识在全国建立全国糖尿病健康教育指导中心，给目标客户以视觉冲击，显示其公益性，值得信任。

2. 开展糖尿病人、高血脂患者免费检测血糖、血脂或糖化血清白蛋白

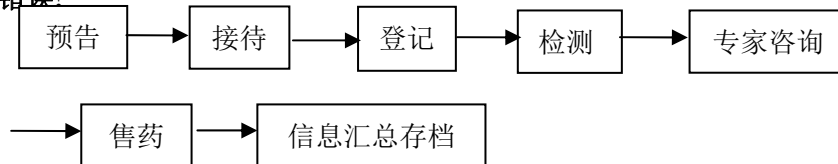
(1) 媒体预告：

媒体选择：在当地覆盖面广的广播（针对老年人的节目）和报纸（收看率要高）上做预告

预告内容：糖尿病免费检测

(2) 活动流程

错误！



(3) 注意事项：

①确定人员：接待、登记人员 2-3 名；检测人员（最好是护士）1-2 名；专家 1-2 名；售药人员 1-2 名。

②活动组织；

③信息收集：填写详细的患者档案，对购药和没有购药的客户分别建档，便于回访。

④后续营销：对购药用户的回访主要是用产品效果的反馈及生活注意事项的提示及关心；对没有购药的客户则要体现出生活细节的关心，然后才是劝购及问题的回答。

3. 开展免费疗效体验活动

(1) 选择在当地报纸和广播媒体上进行活动预告；

(2) 在活动开展前准备好相关物品：

①展板（内容同前面的）

②POP 宣传海报

③产品单页

④康复手册

⑤试用装

(3) 活动的开展：

①各项工作安排就绪，例如接待、资料的发放、试用品的发放等都由专门的人负责到位；

②客户持相关证件和病历，并填写客户登记表

③领取试用产品

(4) 根据客户留下的资料，定期进行回访

回访内容：

①您使用哈慈双联双效自然疗法以后感觉怎么样？

②您有什么需要尽管告诉我们

③你对产品有什么建议和意见？

④你平时的饮食和运动怎么样？

注意事项：

语气要温和，语速适中，从关爱老年人身体健康出发，聊天式的进行，注意回访时间不能太长，根据访问者的情况而提，对于疑问对象我们要尽可能的让他们满意，言辞过激的礼貌地挂断电话，不可与其发生冲突。

4. 建立哈慈阳光会员俱乐部

（1）会员资格的取得：通过先前开展的一系列活动收集的资料，信息特攻员提供的客户资料，开展血糖免费检测收集的资料，开展免费疗效试用收集的资料以及走访时其它渠道获得的资料，经过电话或者到家探询，把哈慈阳光会员俱乐部介绍给他们，如使用哈慈双效茶多少疗程可以取得会员的资格（具体资格的取得请见《会员手册》），重点介绍加入该俱乐部会获得哪些奖励和优惠。

（2）会员的实惠（详见《会员手册》）：

①免费检测血糖、血脂或糖化血清白蛋白；

②购买产品获得 9 折优惠；

③定期参加患者体验及交流活动（如联谊会等）；

④专家 24 小时热线提供解答

（3）会员的资料：

①会员登记卡

全国糖尿病健康教育指导中心会员登记卡

编号：

姓 名		年 龄	
性 别		职 业（可不填）	
联系电话		邮 编	
家庭住址			
糖尿病史（年）			
血糖水平			
并发症症状			
曾用过的产品及使用效果			
哈慈双联双效自然疗法的使用	购买时间	专家建议	使用情况

对哈慈双效茶的意见及建议			

②会员卡：客户参加活动，购买产品优惠的凭证



第五步：哈慈专家大巡讲

核心口诀：销——树立权威，拉动市场

活动目的：

把市场从动销拉升到热销，大量收集糖尿病患者的典型病例，宣传其使用哈慈双效茶的显著效果，通过权威专家的广播热线、专题讲座以及义诊等三种形式结合起来，从而掀起销售高潮。

具体操作：

1. 宣传预告哈慈专家讲座活动信息

传播途径：广播、报纸、海报

①在广播和报纸上预告哈慈专家讲座的信息

②将哈慈专家讲座的信息以 POP 海报的形式在各个社区，老年活动中心，公园张贴

注意事项：海报要详细写明时间、地点、讲座内容

2. 讲座形式：

①广播设立专家热线：当地广播中选择在老年人收听率比较高，收听时段比较集中的时候设立专家热线，广播以文艺频道为主，时段选择在早上 6：00—8：00、中午 11：00—12：00 左右或晚 17：00—20：00 左右（具体要根据老年人听广播比较频繁的时间段来确定），持续一周时间

②专家专场：通过媒体预告、海报宣传介绍，告诉目标客户何时何地什么主题

的专家讲座，同时要注重参加该活动可以获得哪些好处和实惠

3. 宣教

①通过广播、报纸上的媒体宣传预告和各个社区、目标人群流量比较大的场所张贴宣教预告海报，告知某著名专家的大型巡讲活动，让更多的人知道活动的信息

②在宣传预告的过程中要特别提出宣教中，客户可以得到哪些实惠和好处

③宣教的准备：

展板；海报；产品单页；康复手册；客户资料登记；人员职责的分工

④宣教的实施：工作人员各司其职（现场布置，接待，发送宣传资料等等）；专家现场诊断；收集患者资料；客户回访

第六步：哈慈中老年人幸福快车

核心口诀：炒——现身说法，扩散信息

活动目的：

利用大量哈慈康复明星的典型病例，通过他们的现身说法，达到吸引更多客户的效果，使得市场的销售达到沸点

具体操作：

1. 为典型病例客户和意见领袖组织旅游活动

（1）活动预告：

①广播、报纸预告

②社区、老年活动中心、老龄委员会等的海报预告

③专业渠道如医院、药店、药品专柜等粘贴海报，发送相关通知

（2）名单确定：

①哈慈阳光会员俱乐部成员筛选

②反馈有效病例筛选

③区域市场较有影响力和权威性的人员

（3）活动的组织：

①人员的组织安排，职责的划分。带一名专职随护医生，整个活动的主持，随团维持秩序、做好接待的人员及相关讲座专家等。

②旅游事宜：路线、吃住、导游公司等等，一切以安全为原则，旅游路线远近相宜，旅途中组织与哈慈相关的各种娱乐节目，增强互动性。

③充分考虑在活动中可能发生的意外情况，做好前期预防，带好相关的药品。

（4）后续工作：整理旅游中的素材，例如录像、照片等，以新闻形式在报纸上发布相关活动报道，扩大影响，引起社会广泛关注，提升形象效应。

2. 哈慈康复明星巡讲活动

（1）活动预热：

①广播、报纸预告

②社区、老年活动中心、老龄委员会等的海报预告

③专业渠道如医院、药店、药品专柜等粘贴海报

(2) 活动组织:

①确定巡讲康复明星: 电话回访, 患者反馈, 信息特攻人员提供, 其他专业渠道。人数以 5 人左右为宜

②活动组织方人员的安排分工: 会场布置, 接待, 登记, 照相等

③巡讲康复明星的讲演安排: 专门由人整理讲演稿, 事前做好沟通工作, 以便顺利进行。

④广播中连续播报“哈慈康复明星谈哈慈”, 达到宣传这次活动, 炒作哈慈产品的目的

第七步: 亲情营销, 服务巩固

核心口诀: 粘——情感沟通, 以情动人

活动目的:

巩固产品的老客户, 培养他们的对哈慈双效茶的忠诚度, 使老客户成为长期客户群体, 形成忠诚的购买群体。

具体操作:

1. 哈慈双效茶老客户档案

(1) 哈慈双效茶老客户的确定:

①购买哈慈双效茶的用户。

② 哈慈双效茶的潜在客户。

(2) 哈慈老客户档案内容:

①客户基本资料: 姓名、年龄、联系方式等

②客户病史: 客户的身体状况, 曾经使用的产品, 对该产品的评价

③客户回访资料: 客户通过电话或者信件的反馈, 工作人员上门走访, 哈慈专家诊断, 患者服用哈慈双效茶的阶段性状况, 患者对产品以及服务、促销的意见和建议的记录

(3) 建立哈慈双效茶老客户档案的作用:

①及时和患者沟通, 亲情关怀, 让患者对哈慈双效茶更有感情;

②掌握最新的患者情况, 及时对患者的病况进行咨询指导;

③收集客户的意见和建议, 为以后的活动做改进的基础;

④通过这些的贴身服务让患者更深体会到哈慈对患者的细心关怀, 培养其对产品的忠诚度

2. 老客户定期回访

(1) 根据建立的老客户档案整理回访的名单

(2) 制订回访的制度:

①回访的频率: 一周 2-3 次为宜。

②回访的内容: 以身体健康状况的关心切入, 体现亲情和关爱。

③回访记录: 每次都必须详细记载回访的每一句和细节, 便于下次沟通有针对性。

(3) 根据回访的情况及时调整营销方法

3. 定期为老年人主办联谊活动

(1) 联谊活动的通知:

①在社区张贴海报

②客户档案电话邀请

(2) 地点选择: 社区居委会、老年人活动中心、全国糖尿病健康指导中心社区工作站或大礼堂

(3) 联谊活动的组织:

①人员安排: 接待, 登记, 组织引导、照相

②场地布置: 现场的桌椅摆放、场地清理、鲜花茶水拼盘等的准备, 必须清洁、整齐、充足。

③联谊内容: 联谊中以座谈会、联谊会的形式或者晚会的形式进行组织, 在中间穿插有奖问答、节目表演等形式, 让现场气氛活跃。

第八步: 立体引爆, 联合动销

核心口诀: 爆——广告拉动, 狂轰市场

活动目的:

在市场比较成熟的时期进行立体媒体攻势, 再烧一把火, 把市场的销售拉升到最高点。

具体操作:

1. 当地强势报纸媒体上做广告宣传

(1) 联系媒体单位, 以阅读率高的都市主流报纸为主要载体;

(2) 广告内容实行软文报道和硬广告结合, 主要以软文为主; 后期宣传将采取更为新颖的形式: 漫画

(3) 软文内容要求: 连续性, 可读性, 有噱头

(4) 软文形式: 科普软文、新闻炒作软文、活动报道软文

(5) 软文内容: 专家推荐篇、患者现身篇、市场反响篇、权威验证篇

2. 电视台播放哈慈专题片

(1) 联系当地收视率较高的电视台, 选择好播放的时段

（2）哈慈短片主要以介绍糖尿病知识，重塑哈慈品牌，宣传哈慈产品功效为主

（3）专题短片要求是连贯的整体，具有很强的观赏性、知识性和趣味性

3. 结合高空的媒体宣传举行大型的促销活动