



◇人物专访

2009年3月家具展会招商策划专刊

每年春秋两次家具展览会都会在广东四大展馆隆重登场。开展期间,来自广东本土及全国各地的近千家家具厂家品牌齐聚云集广东四大展馆,在展会上登台亮相。怎样做到在家具展会上获得巨额订单?怎样做到在家具展会上加盟商高朋满座?怎样做到在众多家具品牌中成为耀眼的明星?……带着这些问题,本刊记者采访了家具展会招商营销策划专家谢金杏先生,请他谈谈家具参展商怎样参展才会有明显的招商效果。

本刊记者:谢总,您做为一个资深的行业专家,亲自操盘了几十家家具企业的展会招商营销策划,请您谈谈您是依靠什么方式方法来确保您策划的参展企业取得招商成功的?

谢金杏:这主要得益于两个方面。第一,我和我的团队是严格按照科学流程来做的。我们和服务的参展企业定下合同后,首先要展开严谨的市场调查和分析。通过调研分析,我们帮助参展企业发现他们的优势和劣势,面临的机遇与挑战。在这个客观基础上,我们再规划整合参展企业的拳头产品及核心竞争力,制定参展企业招商流程及具有吸引力的成功招商政策。我们做展会招商策划时有一句口头禅,叫做“参展等于参战”。既然是商业战争,就应该知己知彼,才能百战不殆。所以,虽然我们长期做家具行业,但每一个具体的企业展开合作后,我们依然要先展开针对性的市场调研和分析。有了严谨科学的市场研究基础,并得到服务企业认同后,我们才开展参展整体方案的策划。这里面就包括产品竞争销售模式调整、品牌形象包装模式调整、渠道模式调整、价格体系调整、促销方式调整、专卖店营销政策调整、经销商接待方式调整,甚至有时还包括销售团队激励机制调整等等。整体参展方案的策

划,等同于给参展企业“上市”前做了一次全面的营销“体检”。光有这个还不够,我们接下来还会把整体方案给参展企业做一次深入细致的工

我们把整体招商策划的思路全面涵盖进去。而且整个工作的标准就是按上市公司募股的思路来进行把关。我们的团队通常称这叫做“吸引投资的宣传工

会的整体方案策划自然由我们团队来操办不说,绝大多数时候,商业模式的讲解和经销商“洗脑充电”培训都由我们来承担。我们对全国经销商以诚

倾力打造行业策划第一品牌 展会招商营销策划专家—谢金杏访谈录

本刊记者 禾子



图为:谢金杏先生在08年南都家具展会经销商招商会上做新商业模式内容专题演讲。

作指导培训。让大家了解当届展会的竞争环境,明白当届展会工作难点及解决方法,把握当届展会的工作重点以及规范的操作流程。同时,我们还会具体传授一些高效率接待客户的办法,促使签单量倍增的方法等。工作做到这个时候,通常我们就和参展企业的营销团队开始分工,他们开始完善整体参展方案中的具体商业模式调整内容,我们开始帮助参展企业做整体方案实施中“营销工具的系统化包装”工作。通过这个“系统化的包装”,我

具包装”。这跟一般单纯搞创意的服务性公司操作思路不一样。营销工具里就包括产品宣传册、投资招商报刊、经销商加盟手册、开店用的消费者宣传折页、POP海报、展馆现场用的X展架、手提袋以及在行业媒体上用的专题招商广告的策划设计等等。凡属于招商要用的营销工具都全方位进行策划、设计,不让参展企业再为此耗神费心。再接下来,如果有的参展企业条件成熟,通常我们还会为他们策划全国经销商的大型招商及培训会。招商

相待,绝不拿不成功的商业模式去“圈”他们。很多成功的经销商都认识了解我们,我们在经销商朋友中口碑很好。就这样通过市场调研、内部诊断、整体参展方案策划、团队培训、参展配套营销工具策划设计、经销商会议策划与主持实施等这样一个科学流程操作,确保参展企业的参展项目最大化成功。实践也多次证明,我们这样做,的确帮助了服务的参展企业化解了很多商业风险,确保了参展投入物超所值。(转下页)



◇人物专访

2009年3月家具展会招商策划专刊

第二,这跟我本人近十年的企业高管背景有关。在创办金言策划机构之前,我曾在三家大型家具企业担任过营销总监、营销副总、常务副总等职。之前最早我还在一家食品企业担任过企划部主任。而且这几家企业要么是当年的龙头老大,要么是当年的行业前几名。从营销到生产,到产品研发、市场推广、团队建设、财务管理等企业全面经营管理我都亲自操盘过,而且有极强的成功经验背景。只不过创办策划公司之后,根据行业市场需要整合为专注客户企业营销策划与品牌推广服务。但制造企业运作全景心里十分明白,自然不会像半路出家的少数策划人也来搞带企业经营性质的营销策划服务。厚积薄发!只有亲自运作过多个成功的真实的营销策划案例,你才有可能有这种天赋做这类高难度的项目。展会上多次实践也证明,像营销策划、招商策划这类挑战性很强的项目业务,不是随便什么公司都可以做的。搞得不好,风险极大。你可以经常看到,家具展会上有许多招商策划“闹得很凶,实际效果一根葱”。究其原因,你去查一查这些操盘公司的掌门人,大多是半路出家的“三脚猫工夫”。从这一点上看,也就要提醒参展企业物色展会招商策划合作伙伴时一定要看负责你这个项目的总策划师是谁,不要被一些所谓人数众多的假象所迷惑。挑选策划机构,一定要看项目总策划师这个人是谁,这非常重要。人数众多,是策划公司增设广告制作项目,有时候充人气用的。这一点,我们公司也会用。但真正做核心诊断和总体策划时,再忙再累,我也得亲自把关。这是对客户企业负责,也是对我们公司品牌信誉负责。因为我们是做行业策划,只有用心做出效果来,客户企业才会长期跟我们合作。

本刊记者:听了您的介绍,我明白金言策划机构展会招商策划项目能取得成功,主要依靠:一是按科学流程来操作,二是跟您本人做为公司项目总策划师的成功职业背景、个人专业天赋有关。那么我冒昧问一下,这会不会跟参展企业里面的营销总监、销售老总的职责重叠呢?

谢金杏:这不会的。因为这里面有明确的角色分工和职责划分。以前在制造企业里面,我本人是亲自操盘。现在创办策划公司,角色是客户企业的营销顾问和教练。策划公司有行业的高度,专业的深度,但职业经理人更有他工作企业运作的力度。我们策划出来的方案是双方智慧的结晶。一是要让他们真心的认可,二是要靠他们去认真执行实施。这样才能最终出效果。一个是军师角色,一个是将军角色。我们把自身的角色把握得较好。我们与合作过的企业营销高管、销售老总的关系都非常好,甚至有些还感谢我们的“知遇之恩”。因为我们经常辅导我们服务的企业老板一定要善待营销干将。我们知道做营销非常辛苦,我们自己也是过来人。我们经常会指导营销负责人他们如何与老板相处,如何与企业同患难,共发展。至于你说的个人天赋,这一点我也承认。事实上,不是随便什么人都可以从事这一行的,的确要有专业上特殊天赋。这一点就像企业里面聘请的职业总经理一样,不同的人,企业经营效果就是不一样。只不过策划公司项目运作时,我下面还有一个协助做事的项目团队。他们包括项目经理、市场调研、文案策划、美术设计、活动执行督导等。近年来我们还应客户服务的综合配套需求,增设了产品摄影、影视制作、明星代言与模特演绎等相关部门或职能人员。我们没有刻意去揽这些业务,只是在为

参展企业服务时,如果他们需要,同时也为了整体效果,我们才去做这些配套服务事情。我们的目标是打造中国家具展会招商策划服务第一品牌。今后参展家具企业只需与三种公司签约就一站办妥了。一是我们营销策划公司,二是产品设计公司,三是展览设计兼工程施工公司。我们也将最终与行业内的后两者高手公司达成战略合作伙伴,争取让大家服务一个企业,成功一个企业,形成良性的可持续性发展模式。

本刊记者:谢总,最后请您能不能谈谈2009年春季在全球金融危机大背景下家具企业参展的一些策略和思路。

谢金杏:金融危机爆发后,许多家具企业都有一种被动观望的消极心态,其实这里面要辩证的看待。金融危机前期对家具外贸出口企业影响很大,但中期对做国内市场的企业影响将更大。这到时候不一定是金融危机影响,主要是国内市场竞争加剧所致。大家都明白,国家为了对付金融危机,已经出台了4万亿的内需刺激政策。谁都知道,下一步,国内市场是发展的黄金时机。搞得不好,会成就一大批出口转内销的家具企业。当然,本来就在做内销的优势企业如

果抓住机遇,将会发展得更好。国内新一轮内需刺激计划将是今后十到二十年高速发展的黄金时期。因此可以这样说,危机,危机,就是危险里面有商机!大多数企业观望消极之时,对少部分优秀的企业来说就会是难得的商机!就像改革开放当初,谁先做生意,谁先发财一样。这是一方面,另一方面在金融危机背景下,尤其是明年上半年,大家都知道那是预计的最艰难时期。这个时候参展,更需要精心策划,谨慎操作。说白了,这之前找专业公司做参展招商策划服务,实质上是花一小部分钱买“参展保险”。宏观环境好的时候,“萝卜快了不洗泥”,随便找个什么广告公司,设计公司策划包装一下,就有效果:宏观环境不好的时候,“僧多粥少”,就有点考手艺,考功夫了。金言不是唯一能做展会招商策划服务的公司,但金言的确是家具行业中做展会招商策划服务成功案例最多的公司。这一点凡接触过金言的家具企业都深有体会。在最后,我通过本刊寄语那些在金融危机中发现商机的少数优秀参展企业,如果需要,金言策划愿助各位一臂之力!



图为:谢金杏先生在国内高校市场营销本科班讲授展会营销策划理论。



◇专家介绍

2009年3月家具展会招商策划专刊



热烈祝贺:

2008年金言策划总经理谢金杏先生被授予“中国最佳策划案例奖”获得者称号

谢金杏先生

- 深圳市谢金杏市场营销策划有限公司总经理
- 展会招商整体策划项目总策划师
- 企业战略策划理论WDSP创立者
- 2006年“中国十大企业策划专家”

曾先后历任四个大型企业的营销副总、常务副总、总经理等职。对家具行业理论见解科学务实，实战策略独到高超，亲自操盘家具展会整体招商项目企业三十多家，多次为客户企业创造招商奇迹，是国内家具行业资深的展会招商整体营销策划实战专家。

2006年金言策划总经理谢金杏先生荣获“中国十大企业策划专家”称号。

2008年金言策划总经理谢金杏先生被授予“中国最佳策划案例奖”获得者称号。

其案例被收录到中国策划协会主编的《推动中国策划业发展的专家—金牌策划师案例》一书中。目前该书在全国各大新华书店发行。

理论成果:

2004年8月10日在《经理日报》上发表了两个整版近3万字的专题研究文章《企业战略策划研究》一文。

文中首次提出企业战略策划的黄金四要素理论。即金言策划开展业务的指导性理论WDSP理论。

行业文章:

2003年11月 1日在《亚太家具报》上发表了两个整版近2万字的市场研究性文章《国内各大板式家具企业产品在市场上的竞争态势分析与未来发展趋势预测》。

2005年4月1日在《亚太家具报》上发表了三个整版近3万字的市场研究性文章《国内松木家具企业产品在市场上的竞争态势分析与未来发展趋势预测》

目前正筹划《中国家具行业整体营销战略策划实战攻略》一书，预计2009年出版。



谢金杏先生在颁奖活动现场