

社科奖第六届全国高校市场营销大赛

网络营销推广总结

参赛团队名称: Dream-Girls

参赛院校名称: 渭南师范学院

团队队长姓名: 赵晓艳

队长联系方式: 18292309087

指导教师姓名: 李富荣

教师联系方式: 13992388591

合作企业名称: 宜宾红楼梦酒业股份公司

作品完成时间: 2014年2月17日

目 录

一、网络营销概述及团队理念	2
(一) 网络营销含义	3
(二) 团队网络营销理念	3
二、网络营销基本内容	4
(一) 中国梦酒理财型产品	5
(二) 中国梦酒（金装）大礼包	6
(三) 梦酒定制产品	7
三、网络营销方法	8
(一) 微博营销	8
(二) 微信营销	9
(三) 论坛营销	10
(四) QQ 营销	11
(五) 病毒营销	11
(六) 软文营销	12
四、网店推广	13
(一) 店铺装修	13
(二) 产品促销	14
五、效果评估	16
(一) 预期目标	13
(二) 企业品牌效益	13
(三) 产品信息	13
六、参赛感言	18
(一) 理论与实践结合	13
(二) 综合能力的提升	13
(三) 自我评价与展望未来	20

一、网络营销概述及团队理念

（一）网络营销含义

网络营销，亦称做线上营销或者电子营销，指的是以互联网为核心平台，以网络用户为中心，以市场需求和认知为导向，利用各种网络应用手段去实现企业营销目的的一系列行为。网络营销具有成本低、效率高、传播广、效果好和及时性等特点，以其很强的实践性特征，自始至终贯穿于企业营销的全过程，极大限度的满足消费者的需求，以达到开拓市场、增加盈利的目的。

（二）团队网络营销理念

1. 团队介绍

活力青春，梦想女孩，为梦酒代言，为自己代言！我们是 Dream-Girls 团队，因大赛而聚在一起，为梦想而并肩作战！社科奖全国高校市场营销大赛是营销销售实践技能与创新创业能力竞赛活动，它作为一项全国性公益事业，已经成为国内高校界参与人数最多、影响力最广、规格最高的国家级营销类学科赛事。我们 Dream-Girls 团队怀揣着梦想，想通过这个大赛，锻炼我们的能力，挖掘我们的潜质，提高我们的技能。团队简介如表 1 所示、团队成员如图 1 所示。

表 1 团队简介

姓名	队员简介
赵晓艳	作为队长，拥有优秀的组织协调能力和掌握全局的能力，拥有开放的思想、公关推销能力，能够以人为本，民主决策。
梁娟	一位细心踏实、责任心强的女孩，拥有良好的心理素质和积极向上的生活态度，团队合作意识强，勇于接受挑战，挑战自己。
罗兰	多次参加社会实践活动，吃苦耐劳，责任心强，人际关系好，在营销策划方面有着出色表现，拥有很强的营销策略头脑。
辛瑾茹	担任院女生部部长，在校多次组织活动、开展讲座，拥有丰富的组织协调管理能力，思想独到，创新能力强，多才多艺。
张蕊	一位内敛文静、条理清晰的女孩，积极参与学校社会实践活动，责任心强，拥有很强的创新能力和组织协调能力。



图 1 团队成员

（左起：张蕊 辛瑾茹 赵晓艳 梁娟 罗兰）

我们以最好的姿态迎接每一个大赛环节，以最饱满的激情接受每一项挑战，不怕苦、不怕累，以最好的成绩回报社科奖全国市场营销大赛给我们提供的平台，同时也回报付出汗水的自己。

2. 网络营销理念

在营销策划里，我们团队 Dream-Girls（梦想女孩）提出了“本色营销”的策划方案，在网络营销部分，我们也本着“本色营销”的理念，充分发挥团队成员的才能，真诚合作、团结一致。

(1)“正能量”的本色精神。我们团队将营销理论在实际生活中灵活应用，充分发挥团队成员的真诚、团结、协同精神，在市场调研及寻找客户过程中不畏艰难险阻，以“不破楼兰终不还”的恒心与代理商沟通。与客户交谈时，本着“客户就是上帝”的理念，做到真诚以待。在团队之间，众志成城，用“人心齐，泰山移”的信心，为之努力和奋斗，充分体现了当代大学生“正能量”的本色精神。

(2)“梦酒”的健康生态。红楼梦酒生产基地位于岷江之畔，丹山岩下，青山郁郁，流水淙淙，空气湿润，土层丰厚，粘软适度，回潮性好，有“丹山碧水”的地下良泉，从而形成了其特有的自然条件。梦酒精选高粱、大米、糯米、小麦、玉米等五种粮食为原料，结合独特的酿造技术，汲取丹山碧水之地下良泉，综合历代传统工艺，采用现代高新技术精酿而成。红楼梦酒凭借其原始的环境、精选的原料、独特的工艺，酿制而成。健康生态，口感独特，在酒类行业独树一帜。

3. 网络营销思路

在网络营销这部分，我们团队通过对消费者的心里需求、兴趣爱好、行为习惯的分析，主要以宣传为主，在不同的网络平台进行推广，以不同的方法将其展示。最大程度上让群众了解到企业的品牌优势，关注企业信息，达到品牌推广，提升知名度，从而达到促进销售的目的。

(1) 利用有关红楼梦的故事情节、视频、图片和诗句等引起人们的关注，接着发布贵公司的信息以及所获得的荣誉，从而进行产品促销。

(2) 利用网络传播范围广、传播速度快、交互性强、受众群体多样化等优势，通过搜索引擎、网站广告，在博客、论坛等关注高的网民聚集区进行博文宣传、话题炒作。

(3) 利用 QQ、微信、微博等平台，与网友或粉丝进行交流，向更多的人推广产品。

(4) 利用网店平台进行产品展示，让客户了解到最新的优惠信息。

二、网络营销基本内容

在大赛期间，四川宜宾红楼梦酒业股份公司为我们提供了三款产品，第一款是（跨界营销

创意) 中国梦酒理财型产品、第二款是中国梦酒大礼包、第三款是(文化创意) 梦酒定制型产品。针对不同的产品, 我们将以不同的形式、不同的内容在网上进行宣传, 以获得更多的关注者、购买者。

(一) 中国梦酒理财型产品

中国梦酒(金装) 是宜宾红楼梦酒业股份公司为 2013 年荣获巴拿马金奖所推出的纪念酒, 也是公司通过四川联合酒类交易所挂牌发售, 倾力打造的一款集“存酒、卖酒、饮酒”于一体的高品质浓香型现货投资产品。针对这款产品, 我们主要以表格的形式进行宣传。

1. 未来中国梦酒的市场售价

我们对中国梦酒将来的市场售价做了预测, 预计中国梦酒的市场售价每年将有 15% 的上涨空间, 并将理财收益与银行收益做了对比。如表 2 所示:

表 2 未来中国梦酒的市场售价 单位: 瓶

时 间	年涨价比例	涨价后年度价格 (元)
第一年 (2014)	15%	$268 \times 115\% = 308$
第二年 (2015)	15%	355
第三年 (2016)	15%	408
第四年 (2017)	15%	469
第五年 (2018)	15%	539

2. 认购收益

四川宜宾红楼梦酒企业股份公司承诺存酒收益回报, 最大可达 50%, 如表 3 所示:

表 3 承诺收益与银行五年定期存款收益每套 (9984 元) 的比较 单位: 元

时间	年收益率	现金收益	银行五年定存收益
第一年	8%	798.72	500
第二年	9%	898.56	500
第三年	10%	998.40	500
第四年	11%	1098.24	500
第五年	12%	1198.08	500
合计	50%	4992	2500

3. 承诺回售计划

四川宜宾红楼梦酒企业股份公司郑重承诺的回收计划, 如表 4 所示:

表 4 承诺回售计划

回售期	回售价格	回售比例客户自选	回售时间
第一年	225 元/瓶	不超过持有产品 20%	每年 11 月的最后 5 个交易日
第二年	243 元/瓶	不超过持有产品 25%	
第三年	264 元/瓶	不超过持有产品 100%	
第四年	287 元/瓶		
第五年	312 元/瓶		

所列表格清晰明了, 一目了然。理财酒, 资金安全, 双重收益!

(二) 中国梦酒(金装)大礼包

梦酒是由著名勾调大师彭佑信先生选用 20 年以上的精华调味调酒制成, 酒界泰斗沈怡方品鉴“窖香幽雅、陈香怡人, 圆润丰满、绵柔恬静、多粮浓香、风格典型可称酒中珍品。”针对这款产品我们主要采用礼包促销和礼品赠送这两种方法进行宣传。

1. 礼包促销

体验好酒的滋味, 体验价值的超值感。大赛期间我们推出 4800 元购市场价值 6400 元的四箱中国梦酒(金装)。如表 5 所示:

表 5 价格表

品名	数量	礼包活动价	市场价
中国梦酒(金装)	24 瓶(4 箱)	200 元/瓶	268/瓶

2. 礼品赠送

名酒名人进名景。凡在大赛期间购买 4800 元和 6400 元大礼包的客户我们均赠送渭南旅游景点门票。即价值 50 元的处女泉门票, 价值 50 元的司马迁祠门票, 以及价值 100 华山门票。优惠多多, 让大家怦然心动! 景点门票如图 2、图 3 所示:



图 2 司马迁祠门票



图 3 华山门票

（三）梦酒定制产品

梦酒定制采用 15 年以上的调味酒调制而成，得到了当代泰斗级大师的肯定，酒体清澈透明，香气悠久，味醇香，入口甘绵。这款产品主要分为吉庆定制和企业定制。

1. 吉庆定制

为每个重要时刻留下专属印记。在辉煌时刻、在梦想成真时刻、在幸福美满时刻，人生点滴既是一份精彩，更是一份回忆和纪念。

2. 企业定制

将企业个性化元素融入包装，定制专属企业的产品，彰显企业实力，提升品牌形象，降低营销、接待成本。

针对这款产品，我们主要采用漫画的形式来宣传。在漫画中，一对情侣从相遇、相识到相知，梦酒记载着他们的点点滴滴。梦定制酒，不离不弃，伴您前行！如图 4 所示：



图 4 梦酒定制，不离不弃，伴您前行

三、网络营销方法

(一) 微博营销

微博营销是以微博作为营销平台，每一个听众（粉丝）都是企业的营销对象，每个企业利用更新自己的微型博客向网友传播企业、产品的信息，树立良好的企业形象和产品形象，以达到企业营销的目的。相对于传统媒体，微博的传播速度更快，关注的人更多，时效性更强。我们每天更新微博，与听众进行交流，讨论一些感兴趣的话题，发布一些有关大赛的事，得到大家的认可和支持。同时，将有关红楼梦酒公司的信息和相关产品信息散播给更多的人，以挖掘潜在客户。如图 5、图 6 所示：



图 5 微博宣传图片



图 6 微博宣传图片

(二) 微信营销

微信营销是伴随着微信的火热而产生的一种营销方式，企业们借助微信软件上的语音短信、视频、图片和文字微信等功能为自己的企业及产品做宣传，提高品牌知名度，增加产品销量，扩大市场份额。在大赛期间，我们所有成员灵活运用自己的微信。

1. 微信签名栏

微信用户中，除了显示用户姓名等基本信息外，我们还会显示用户签名档的内容，我们充分利用这个免费的广告位为梦酒产品做宣传，将自己的微信签名全部改为有关比赛的内容。在自己的微信签名栏里写上产品特点、低价促销、节日优惠活动等信息，让微信好友及时了解。

2. 微信朋友圈

我们晒一些比赛的照片和大赛官网的链接 (<http://dasai.cmat.org.cn/index.asp>) 让大家点赞，帮忙投票，以引起更多的人关注我们。如图 7 所示：

3. 微信漂流瓶

微信用户逐月增加，因此很多大品牌也在尝试利用微信推广，其中，漂流瓶也是商家看中的一个微信活动应用。我们将梦酒的相关信息写进漂流瓶里，让其随水漂流，让更多的人了解梦酒。

4. 微信二维码

二维码发展至今其商业用途越来越多，因此微信早就顺应潮流结合 O2O 展开商业活动。我们利用微信的二维码扫描功能，关注一些婚纱影楼和白酒经销商的微信，及时和他们聊天互动，互相宣传。如图 8 所示：



图 7 创意视频



图 8 与爱美丽婚纱摄影的互动

(三) 论坛营销

论坛营销就是企业利用论坛这种网络交流的平台，通过文字、图片、视频等方式发布企业的产品和服务的信息，从而让目标客户更加深刻地了解企业的产品和服务，最终达到企业宣传企业的品牌、加深市场认知度的网络营销活动。中国互联网络信息中心（CNNI）证明：43.2% 中国网民经常使用论坛、BBS、讨论组等，论坛社区应用首次超过即时通讯，成为仅次于收发 Email 的互联网基本应用，所以论坛营销不可忽略。我们团体成员申请了论坛号，例如天涯论坛、经济论坛、渭南论坛等，一边学习，一边成长。让队员专门负责在论坛发帖、更新信息，和大家互动。如图 9、图 10 所示：



图 9 天涯论坛漫画宣传



图 10 天涯论坛图片

（四）QQ 营销

QQ 营销又称即时通讯营销，指营销工作者们运用现有的网络通讯工具实现的及时的信息交流和收发从而产生效益的一种销售手段。在当今社会，每个人都有属于自己的 QQ 聊天工具，我们也充分利用利用自己的 QQ，具体做法如下。

1. QQ 群营销

创建交友群、梦酒交流群，并加入一些白酒交流群等，与他们聊天，将对自己有用的信息保存下来，把有关梦酒的信息传播出去。如图 11 所示。

2. 空间营销

在大赛期间，我们关注有关白酒的信息，在空间转载关于白酒的日志，并且发布梦酒的文章，吸引有关人士的阅读。如图 12 所示。

3. 邮件营销

在群邮件和群公告中发布一些有关梦酒的信息和有关广告新闻，并在压缩包中加入自己的博客链接，使得大家在下载资源的同时也会有一部分人访问我们的博客。



图 11 QQ 群图片



图 12 空间图片

（五）病毒营销

病毒式营销指发起人发出产品的最初信息到用户，再依靠用户自发的口碑宣传，是网络营销中的一种常见而又非常有效的方法。它描述的是一种信息传递战略，这种战略像病毒一样，利用快速复制的方式将信息传向数以千计、数以万计的受众。

对市场营销人士来说，最困难的是如何深入了解消费者的思维并将自己的信息传达到他们

的脑子里。而病毒营销的核心——走进消费者的内心，使其自发成为“病毒”的传播者。我们在自己的淘宝店铺里设置留言板和建立友情链接，实现“我为别人宣传，别人为我宣传”的目的。病毒式营销将令企业的网络客户、邮件订阅者成为其在线生意的传话筒，是企业在线业务量呈指数式爆炸增长。我们通过群发邮件，让同学朋友帮忙转发，让更多的人关注我们，关注梦酒。如图 13 所示：



图 13 邮件群发图

(六) 软文营销

软文营销是指通过特定的概念诉求、以摆事实讲道理的方式使消费者走进企业设定的“思维圈”，以强有力的针对性心理攻击迅速实现产品销售的文字模式。

我们抓住时事特点，经济信息，文化元素把自己想要表达的信息巧妙地和他们融合。把自己写好的相关文章发布到文化网、白酒网、论坛等和一些相关的网站和论坛，如：《名酒名人进名景》、《梦酒定制，不离不弃，伴您前行》、《爱的点滴，尽在梦酒》等；在百度贴吧网页上留言，如：《梦酒好滋味，礼包超值感》、《中国梦酒，资金安全，双重收益》、《企业定制酒，就来红楼梦》等；在渭南白酒论坛上留言，如：《白酒市场分析》、《梦酒市场调查》、《梦酒实践报告》等。之后就会有許多网站、很多人从这些网站上转载、采集我们的文章，通过与他们进行沟通、回帖，建立一定的联系。除此之外，我们还把自己的作品、写的文章、创意视频、创意图片、漫画等一系列宣传页面传到网上，免费供大家浏览。并且制作宣传页单，在渭南附近的旅游景点、婚纱摄影店、烟酒店、小区门口等地进行散发，宣传梦酒的资料及其订购方式，以增大梦酒的知名度。宣传单正反面分别如图 14、图 15 所示：



图 14 宣传单（正面）



图 15 宣传单（反面）

四、网店推广

随着网络技术的发展，网店具备着明显的优势。根据比赛要求，我们开设了属于自己的网店—MY 心梦。只要上网的人都有可能成为商品的浏览者或者购买者，所以只要网店的商品具有特色、宣传得当、价格合适，网店就会有不错的访问流量，继而有大大增加了销售机会，取得良好的收益。因此，我们不断地对店铺进行个性装修，以便吸引更多的买家来光顾，并且通过各种促销方式来激发顾客的购买欲望。在一定程度上增加顾客的停留时间，同时也增加成交概率，提高销量。

（一）店铺装修

为了使自己的网店得到大家的喜欢，我们对自己的店铺进行了装修，如图 16 所示。

1. 制作个性化的宝贝分类，使用个性化宝贝模板

制作宝贝分类可以使买家和卖家更加方便、快捷的查到自己需要的宝贝，而个性化的宝贝模板可以更加活泼地展示宝贝信息，并且美化版面。

2. 为店铺添加背景音乐、安装计数器

在店铺页面添加背景音乐也是我们店铺的一个特色之一，使顾客在挑选宝贝的同时有美妙的音乐享受。计数器的作用是统计店铺的访问量，我们通过计数器可以准确把握市场的发展，选择合适的商品，调整相应的经营策略，从而增加商品的交易量。

3. 善用宝贝推荐

设置店铺推荐位的宝贝，被推荐的宝贝不仅占据着店铺的显眼位置，而且是我们店内最具有竞争力的、性价比在同类商品中具有一定优势的产品。

4. 设置个人空间，进行友情链接

个人空间实际上就是个人博客，它是一个利用度非常高的宣传窗口。我们可以从多种角度为自己的店铺和宝贝做宣传。例如：进行友情链接，买家可以在浏览店铺页面时，单击友情链接，即可以直接访问相应的友情店铺，通过与交易量比较大、信用度比较高的卖家进行友情链接，可以提高我们店铺的点击率。



图 16 淘宝店铺图片

(二) 产品促销

我们不仅对店铺进行精美的装修，而且对产品进行各种促销活动，例如网上折价促销、赠品促销、抽奖促销、积分促销等活动。

1. 网上折价促销

网上折价促销是目前网上最常用的一种促销方式。目前网民在网上购物的热情还是低于商场超市等传统购物场所，而在网上购酒的人则更少，在加上网上销售酒不能给人全面、直观的

印象、也不可试饮、触摸等原因，而且配送成本和付款方式有点复杂，因此店铺必须针对某些产品进行打折，以吸引人们购买。如图 17、图 18 所示：



图 17 限时大促销



图 18 热卖商品

针对此种情况，我们采取了 3 种措施。

- (1) 礼包大赠送。设置 4800 元（24 瓶）和 6400 元（34 瓶）的大礼包，即每瓶 200 元。
- (2) 八折优惠。凡在每周一购买金装酒的客户，我么一律八折销售，即 214 元。
- (3) 节假日优惠。在节假日期间，凡在当日前 50 名订购定制酒的顾客，我们均按 8.5 折优惠。

2. 网上赠品促销

赠品促销目前在网上的应用不算太多，一般情况下，在新产品推出试用、产品更新、对抗竞争品牌、开辟新市场情况下利用赠品促销可以达到比较好的促销效果。我们借此提升品牌和网店的知名度，并且鼓励人们收藏店铺。此外，我们根据消费者索取赠品的热情程度，总结分析营销效果，并且不断改变促销方式。俗话说：“买的越多，优惠多多”，因此我们对销售额达到一定限度的客户，均有精美礼品相送。

- (1) 购买金装大礼包的客户我们赠送价值 100 元的华山旅游门票一张。
- (2) 凡购买婚庆定制酒 25 瓶以上的客户，我们赠送价值 50 元的处女泉门票 2 张，让您和心中的她有一个浪漫的蜜月之旅。
- (3) 凡购买定制酒 5 瓶以上，我们均赠送精美纪念册一份。

3. 网上抽奖促销

网上抽奖促销是网上应用较广泛的促销形式之一，是大部分网店乐意采用的促销方式。抽奖促销是以一个人或数人获得超出参加活动成本的奖品为手段进行商品或服务的促销。为了激发大家的兴趣，我们在网店里也采取了此种方法。奖品设置如表 6 所示：

表 6 奖品内容

奖项	奖品内容
一等奖	价值 100 元的华山门票一张
二等奖	价值 50 元的司马迁祠门票或处女泉门票一张
三等奖	精美纪念册一份

获得抽奖机会的方式为：

- (1) 只要购买本店任意一款商品，即可获得 3 次抽奖机会。
- (2) 填写问卷调查一份，即可获得 2 次抽奖机会。
- (3) 收藏本店铺，即可获得 1 次抽奖机会。
- (4) 每 10 个积分即可抽奖一次。

4. 积分促销

积分促销在网络上的应用比起传统营销方式要简单容易易操作，积分活动很容易通过编程和数据库等来实现，并且结果可信度很高。我们对于积分达到每一个标准的消费者赠送相应的奖品，积分越高，奖品价值越高，如表 7 示。

表 7 积分礼品表

积分数（个）	奖品内容
10	抽奖一次
150	价值 50 元的司马迁祠门票或者处女泉门票一张
300	价值 100 的华山门票一张
450	定制酒一瓶

五、效果评估

网络营销效果评估，是指网上营销活动实施以后，通过对营销活动过程的分析、评价及效果反馈，以检验营销活动是否取得了预期效果的行为。企业从开始确定目标，就要对网上营销活动的效果进行评价，而评价标准就是网上营销活动前所制定的目标。在整个网络营销过程中，我们用各种方法对企业文化和产品信息进行了宣传，整体效果较好，将从三个方面来说明。

（一）预期目标

网上宣传效果的客观标准是经济效益、社会效益和心理效益，以经济效益为主，同时兼顾社会效益和心理效益。通过以上各种宣传方法，我们达到了自己想要的效果。

(二) 企业品牌效益

企业品牌传达的是企业的经营理念、企业文化、企业价值观念及对消费者的态度等。通过我们一系列的宣传手段，在消费者心里形成了红楼梦品牌意识。

(三) 产品信息

产品的相关信息决定着顾客是否需要，是否应该购买。顾客只有了解了产品信息，才会产生购买欲望。让消费者参与到我们的宣传活动中，产生在线咨询，购买的欲望

我们通过以上方法，用各种手段传播信息，对我们的销售业绩产生了很大的帮助。在前2期的销售额排名榜上，我们均榜上有名。参赛学生销售实践情况表如图 19、图 20 所示：

The screenshot shows the website interface for the 6th National Social Science Award Marketing Contest of University. The main content area displays the title "销售实践排行榜及研究报告 (第一期)" and a detailed report. Below the report, there is a section titled "一、榜单公布：" followed by a table of sales rankings for January 2014. The table lists 12 teams from various provinces, including their sales amounts. The team from Shaanxi (渭南师范学院) is highlighted with a red box in the original image.

序号	省份	参赛院校	参赛团队	销售金额/元
1	江苏	苏州经贸职业技术学院	火生队	28800
2	河南	许昌学院	STYLE	8064
3	陕西	渭南师范学院	Dream-Girls	7736
4	浙江	宁波大红鹰学院	锐鹰团队	6984
5	吉林	吉林农业科技学院	king of marketing	6600
6	湖南	湖南工业大学科技学院	起飞队	6000
7	吉林	吉林农业科技学院	启航	5136
8	广东	广东机电职业技术学院	速度与激情	4800
9	浙江	宁波大红鹰学院	鹰扬团队	4600
10	广东	广东理工职业学院	Black Mamba	4500.5
11	浙江	宁波大红鹰学院高职院校	明鹰梦之队	2660
12	陕西	渭南师范学院	大风车	1608

图 19 2014 年 1 月份参赛学生销售实践情况表（部分）



- 大赛资讯
 - 大赛通知
 - 热点快讯
- 媒体报道
 - 视频新闻
 - 图文新闻

您当前位置: 社科奖-第六届全国高校市场营销大赛 >> 新闻中心 >> 大赛资讯 >> 热点快讯 >> 浏览文章

销售实践排行榜及研究报告 (第二期)

社科奖第六届全国高校市场营销大赛
销售实践排行榜及研究报告
(第二期)

同学们的寒假也即将结束!过去的一年中大家付出着、成长着、收获着!新年伊始,当大家看到这份销售报告时,感受如何?我们相信,进入榜单的团队所收获的不仅仅是销量的增加、能力得到磨练提升后的被认可,更是迈向成功的新希望!

第二期销售排行榜新鲜出炉,众多团队从无到有的转变,告诉我们希望就在眼前。亲们!收起你的沮丧、放下你的姿态,成功其实离我们并不遥远!

年假期间,Plan B团队不松懈,从第一期榜上无名到第二期荣登榜首的逆袭,所有经历的艰辛、所付出的努力、所贡献的时间,终无怨;谁说女子不如男,Dream-Girls团队的软妹子打破自己第一期销售的上限,再创佳绩,五朵京花团队同样榜上有名;怀揣梦想,坚定信仰,鹰勇团队有“自信”且“坚持”,克服各种阻碍,再创佳绩!

我们理解这份榜单上你们所付出的辛苦,我们欣慰你们为了自己的梦想所努力的奋斗,我们嘉奖你们这份敢于、甘于努力奋斗的精神,我们给予进入榜单的你们300元的现金奖励,是每支团队300元哦,我们期待更多的名字出现在咱们的销售榜单上,社科奖与你一起前行,扬帆远航!

销售实践排行榜及研究报告 (第二期)

一、榜单公布:

2014年1月份参赛学生销售实践情况表				
序号	省份	参赛院校	参赛团队	额度总计/元
1	陕西	西安邮电大学	Plan B	19200
2	北京	首钢工学院	明日之星	12816
3	江苏	苏州经贸职业技术学院	火生队	9600
4	湖南	湖南工业大学科技学院	起飞队	6000
5	陕西	陕西渭南师范学院	Dream_Girls	5136
6	浙江	杭州职业技术学院	dream catcher	5136
7	广西	广西交通职业技术学院	水到渠成	5068
8	福建	泉州医学高等专科学校	dream high	4800
9	吉林	吉林农业科技职业学院	启航	4800
10	陕西	西安邮电大学南校区	青年梦	4800

图 20 2014 年 1 月份参赛学生销售实践情况表 (部分)

通过我们团队的努力,2013 年 12 月的销售额是 7736 元,销售量是六箱金装酒再加两瓶金装酒,名列全国第三位;2014 年 1 月的销售额是 5136 元,销售量是四箱金装酒和两瓶定制酒。

六、参赛感言

每一次经历都是生活给予的宝贵经验,是成长的必然。这次参加 2013 年社科奖全国高校市场营销大赛,让我们在人生的道路上又迈进了一步,成长了许多。

(一) 理论与实践结合

在进行一系列的网络营销活动过程中,我们将学习到的理论知识用于实践,充分的发挥理

论知识所带给我们的效益。我们通过了解消费者媒体接触的习惯，选择合适的推广平台，然后小组进行讨论制定合理有效的推广策略，付诸行动，并且，我们的付出也取得了优异的成绩。区域复赛评比结果如图 21（部分）所示。

《营销策划项目》获奖名单				《网络营销项目》获奖名单			
区域复赛评比结果				区域复赛评比结果			
陕西省				陕西省			
本科组				本科组			
院校	团队	奖项	奖励内容	参赛院校	团队名字	奖项	奖励内容
渭南师范学院	Dream Girls	一等奖	荣誉证书	渭南师范学院	Dream Girls	一等奖	荣誉证书
渭南师范学院	野狼团	二等奖	荣誉证书	西安工业大学	鹰隼展翼	一等奖	荣誉证书
西安工业大学	鹰隼展翼	二等奖	荣誉证书	渭南师范学院	锵锵五行	二等奖	荣誉证书
西京学院	探路者	二等奖	荣誉证书	西安欧亚学院	欧亚蜗牛营销工作室	二等奖	荣誉证书
《销售实践项目》获奖名单				《品牌创意项目》获奖名单			
区域复赛评比结果				区域复赛评比结果			
陕西省				陕西省			
本科组				本科组			
院校	团队	奖项	奖励内容	参赛院校	团队名字	奖项	奖励内容
西安邮电大学	PlanB	一等奖	荣誉证书	西安邮电大学	温暖的茄子	一等奖	荣誉证书
渭南师范学院	Dream_Girls	一等奖	荣誉证书	西北政法大学经济管理学院	线粒体营销策划团队	一等奖	荣誉证书
西安邮电大学	青年梦	二等奖	荣誉证书	西安欧亚学院	营玖	一等奖	荣誉证书
西北政法大学	线粒体	二等奖	荣誉证书	渭南师范学院	Dream Girls	一等奖	荣誉证书
渭南师范学院	大风车	三等奖	荣誉证书				

图 21 区域复赛评比结果（部分）

1. 提升知名度及美誉度

在大赛期间，我们利用各种网络平台成功的推广了产品，提高了红楼梦酒产品的知名度和公司的美誉度。

2. 网店实现产品线上销售

我们成功的开设网店，实现产品的线上销售。利用各种促销活动吸引更多的人关注梦酒产品，挖掘潜在客户。在这期间，我们深切的感受到了媒体传播对产品宣传的重要性。

（二）综合能力的提升

在大赛中，我们不断的接受挑战，通过各种方式去宣传产品，寻找客户源，制定有效的策划方案，以达到销售业绩。在这个过程中，我们的能力不断地得到提升。

1. 组织协调、团队合作能力

团队是一个整体，我们必须有统一的思想、统一的目标，因此，我们团队之间必须经过有效良好的沟通，达成一致意见，分工明确，牺牲小我、成全大我，为同一个梦想而奋斗。

2. 营销、创新、应变能力

对于市场的差异性和风险性，我们需要对不同的地区不同的消费群体展开差异性市场营销策略，必须随着市场的变化进行策略改变，不断地扩展思维，迎合市场的脚步，而且精准的预测目标市场未来方向，不断创新，改变营销策略，稳定市场，提高销售业绩。

（三）自我评价与展望未来

1. 自我评价

在大赛期间，我们锻炼了自己能力的同时，也发现了自己的不足。通过向竞争对手、团队队员之间的取长补短，不断学习，弥补不足，不断进步，完善自我。同时，我们拥有十足的信心走向大赛的终点。

2. 展望未来

每一个成长的脚印都激励着我们努力向前，在比赛的中，我们通过不断努力，取得了很好的成绩，提升了自身的综合能力，增加了我们的自信心。这不仅为我们之后的比赛做好准备，更为我们自己以后的道路做好铺垫。我们拥有优秀的综合能力和良好的心理素质面对生活给予我们阻力。

倘若不是怀揣着梦想，不是拥有坚强的毅力，我们不会走到现在。青春活力，努力拼搏，我们为了梦酒的宣传和销售拼搏，为了自己的梦想而奋斗。我们始终坚信：风雨过后就会有彩虹！我们也一定会坚持到底，笑到最后！

Dream-Girls，梦想女孩，永不放弃！