

<<铁观音销售技巧>>

图书基本信息

书名：<<铁观音销售技巧>>

13位ISBN编号：9787561537749

10位ISBN编号：7561537743

出版时间：2010-12

出版时间：厦门大学

作者：凌文斌//李瑞章//吴荣山

页数：283

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<铁观音销售技巧>>

### 内容概要

中国是茶树的原产地、茶叶的起源地，是世界产茶、饮茶最早的国家，制茶、饮茶至今已有几千年的历史。

“寒夜客来茶当酒”，茶作为中华国饮，早已成为中国人日常生活中必不可少、密不可分的一部分，也是百姓生活的七大必需品之一。

随着中国经济社会的快速发展，人们的收入水平越来越高，温饱问题解决后就开始关注生活质量，开始关注健康，而茶作为一种世人公认的健康饮品，尤其是其具备的抗癌、减肥、降血压血脂的作用，使茶在高端人士中得到越来越多的青睐。

茶叶作为一种商品进行经营，在我国已有很长的一段历史。

1000多年来，茶叶经销成为一个经久不衰的行业，历史上不知造就了多少的晋商、徽商。

改革开放以来，在30多年来的商品市场上，茶叶经营不仅面临不同茶叶品牌之间的竞争，还前后三次受过跨行业冲击：第一次是20世纪80年代城市市场“咖啡的冲击”，第二次是20世纪90年代初全国性“碳酸饮料、果汁、啤酒的冲击”，第三次也是全国性“矿泉水的冲击”。

面对冲击，中国的茶产业仍然呈现着积极向上的发展势头，从业人员已达1.5亿人，并随着人们生活水平的不断提高，茶叶出口量及国内市场销量均呈现出逐年上升态势。

## <<铁观音销售技巧>>

### 作者简介

凌文斌，20世纪60年代出生于福建安溪。

国家二级评茶师。

现任福建省地方志编纂委员会志书编辑处副处长。

是《中国安溪乌龙茶》、《安溪铁观音制作与品评》、《安溪铁观音200问》的编著者。

对安溪茶文化、铁观音品评、茶叶营销技巧研究颇深。

李瑞章，1970年生，福建安溪人，高级讲师、高级评茶师，现任福建省安溪茶业职业技术学校校长，福建省优秀教师、泉州市茶业十大贡献人物、泉州市中青年优秀校长。

近年在省级以上刊物发表专业论文50多篇。

多次受邀到上海、广东等地为安溪茶商作茶叶营销等专题培训，对安溪茶文化、铁观音品牌运作、茶叶营销技巧等有较深入的研究。

吴荣山，1973年生，福建安溪人，福建三和茶业有限公司董事长。

多年来从事茶叶营销工作，在铁观音销售及茶企品牌建设、推广上颇有心得。

为“福建省青年五四奖章”获得者，先后获得“福建省十大杰出青年农民”等多项表彰。

## <<铁观音销售技巧>>

### 书籍目录

前言第一章 开店第一节 基本商业知识一、开业应知常识二、营销基本知识三、资金管理知识四、经营行业知识五、其他相关知识第二节 市场目标定位一、主要内容二、基本要求第三节 类别一、茶店二、品牌直营店三、连锁加盟店四、茶叶专柜五、茶艺馆第四节 选址一、繁华商业中心二、饭店宾馆周边三、交通要道四、居民区五、专业市场及专营街区六、机关单位及院校周边七、旅游景点第五节 租店一、注意事项二、合同签订第六节 装修一、原则要求二、基本要素第二章 采购与审评第一节 茶叶采购一、采购方式二、采购原则和方法第二节 审评一、评茶环境及设备二、审评内容及方法三、审评技术及要点四、业余品评的主要方法五、影响茶叶审评的人为因素六、注意事项第三章 加工与贮藏第一节 毛茶拣剔一、拣剔方式二、工作要求三、拣剔标准第二节 拼配一、茶叶品质差异二、拼配基本准则三、拼配技术要点四、拼配时间控制五、拼配基本程序六、常用拼配方法七、茶王赛茶样拼配第三节 烘焙一、炭灶烘焙.....第四章 商品第五章 销售基本知识第六章 茶店销售技巧第七章 品牌茶企营销技巧第八章 网络销售技巧第九章 电话销售技巧第十章 上门推销技巧第十一章 连锁加盟经营技巧第十二章 经营与管理后记

## <<铁观音销售技巧>>

### 章节摘录

版权页：6.产品细归类产品归类是一个很重要的方面。

一些卖具体实物的网站，尤其是卖同一类实物的网站，如茶叶，可做一个搜索功能，并要做得比较人性化。

可以通过征求一些普通用户搜索习惯的建议，对搜索条件进行分类，比如按产地、香型、茶季、价格分，甚至是按生产商分。

分类做得越好，结果越匹配，客人购买的意向就越大。

如果搜了半天没搜到他想要的，你想他还会愿意一页一页地去找产品吗？

7.做意见领袖如果你的网站是专营铁观音的品牌专属网站，那么它还有一个很重要的功能，就是做好对品牌的宣传，首先要承担起教育市场的责任，成为意见领袖。

要从铁观音的种植采摘，到制作、贮藏、品饮和保健，整个行业的相关知识都介绍给访问者，这时你的网站就像一个介绍铁观音茶叶的百科全书，大家有不懂的都上这个网站去查资料。

如果能做到这种程度，那你的网站在顾客的脑海中就根深蒂固了。

当然，即使是个人开辟的茶叶资讯网站，如果你对该行业了解得够多，也完全可以做到这一点，那你就是这个行业的泰山北斗了。

8.巧选广告商如果你的网站做得有足够名气，自然会有广告商找上门来。

这样，在销售产品之外，你又多了一份广告收入。

但要注意，你的主业仍然是销售茶叶，因此对广告商投放的广告，要进行细心地筛选，广告内容最好与茶叶相关。

如果你做的是茶叶资讯网站，广告却是什么卖手机的、卖轮胎的，风马牛不相及，用户会对此非常反感，从而将你抛弃。

相反，如果你的广告是卖茶食品、茶具的，说不定会因此引起访问者的兴趣，从而给广告商带来订单，那当然他的广告费也就源源不断地向你投放了。

如果你能做到在专门主题放专门广告，一定会事半功倍。

比如说到铁观音的品饮时，放茶具的广告；说到保健的时候，放养肝茶的广告，这叫恰到好处。

9.引擎作推力如果说内容是一个网站的国王，那么引擎就是王后。

没有搜索引擎作推力，再好的内容也淹没在数以亿计的网络信息中。

因此，应重视搜索引擎的力量。

## <<铁观音销售技巧>>

### 编辑推荐

《铁观音销售技巧》是由厦门大学出版社出版的。

<<铁观音销售技巧>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>