

不象[®]科技 定制美好

BUXIANG Data Platform
全国定制酒综合服务领先平台

不象酒+

buxiang wine+

体验馆运营流程方案

整 体 定 位

不 象 科 技 旗 下 酒 类 定 制 平 台

专 注 小 批 量 个 性 化 酱 酒 定 制



*Overall
positioning*

1.1

品酒前物料准备



电话、微信沟通客户需求，
并邀约客户到店品酒体验



根据客户需求，如婚宴定制
酒，在客户来之前可适当配
上喜庆的花艺，糕点等，营
造体验感良的场景。



根据客户的需求，进行销售
话术与思考客户可能会问到
的问题与需要给客户讲解的
内容。

1.2 品酒时物料准备 | 酒体资料

级别	编号	酒体特点	主要场景
经典级	1 	正宗大曲酱香型白酒，精选窖藏优质基酒，以老酒勾调，酒体通透、酱香突出、入口回甘	口粮精品、独酌自饮
	2 	酒体通透，口感绵厚，层次丰富，酱香优雅突出，自饮送礼皆宜	家庭接待、家庭聚会
品鉴级	3 	酒体色泽晶莹，酱香味突出、陈香味明显，口感顺滑不辣喉，酒花绵密似珍珠，酒体厚重绵长，入喉细腻优雅	招待宴请、小型宴会
	4 	酒体晶莹、酱香纯正、丰满协调，酒体厚重绵长，酒花绵密均匀，五味谐调、品质上乘	精品宴请、商务宴会
收藏级	5 	特选窖藏老酒勾调，基酒酒龄不低于10年，以15年以上陈年老酒勾兑而成，酒体微黄、绵长厚重、层次丰富、口感均衡，酱香细腻突出，空杯隔夜香	高端招待、收藏送礼
	6 	酱酒大师匠心之作，基酒酒龄不低于12年，以20年陈年老酒勾兑而成，酒体微黄透明、老熟醇厚，层次丰满、口感绵厚，酱香突出、回味悠长，空杯隔夜香	高级收藏、馈赠贵宾
大师级	7 	国家级酱酒大师精心勾调，基酒酒龄不低于15年，以30年陈年老酒勾兑而成，具有酱香突出、幽雅细腻、酒体圆润醇厚、回味悠长、老熟芳香舒适显著，空杯留香持久的酒体风格，传承经典茅香风味	高端品鉴、臻享馈赠



销售人员必须熟悉1-6号酒体，专业术语要严谨掌握，同时也能用浅显易懂的话语给客户解释。
 酒体特点资料制作建议用亚克力立牌

1.3 品酒时物料准备 | 12987酿造工艺资料



销售人员必须熟悉12987酿造工艺，专业术语要严谨掌握，同时也能用浅显易懂的话语给客户解释。
12987酿造工艺资料制作上墙喷绘布（装裱的形式）或者门形展架进行展示。

1.4

品酒时物料准备 | 酱酒三高三长工艺特征和效果资料



销售人员必须熟悉酱酒三高三长工艺特征和效果，专业术语要严谨掌握，同时也能用浅显易懂的话语给客户解释。酱酒三高三长工艺特征和效果资料制作可用翻页广告牌的形式或者门形展架进行展示。

1.5 品酒时物料准备 | 白酒不同香型特点对比资料

BX 不象酒+

白酒不同香型特点对比

香型	清香型	浓香型	酱香型
代表品牌	汾酒、二锅头	五粮液、泸州老窖	茅台、习酒、郎酒
原料	高粱、大米、糯玉米	高粱、小麦	高粱、小麦
窖池	地缸	泥窖	石窖
发酵温度	不超过28℃	28-40℃	40℃以上
陈酿温度	22℃	24℃	40℃左右
特殊工艺	清蒸两三次	汾酒陈酿	12987
出酒率	45%	35%	20%
发酵周期	24天左右	3-5个月	1年
陈酿周期	1年	1-3年	4年
主要香味物质	乙酸乙酯和乳酸乙酯	乙酸乙酯和丁酸乙酯	香清且浓郁、醇、细腻
风格特点	香气纯正，自然协调，余味净爽	窖香浓郁，绵甜爽净	酱香细腻，香味醇厚，回味悠长

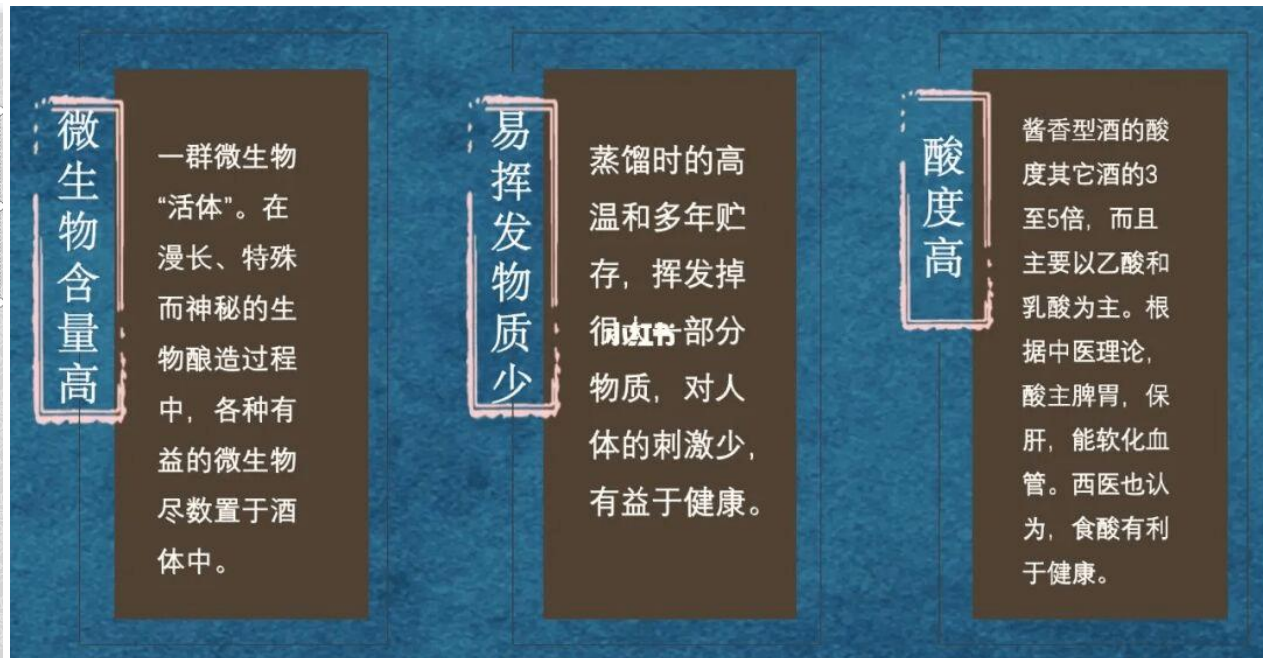
不象酒+ 白酒不同香型特点对比资料



销售人员必须熟悉酱酒白酒不同香型特点对比，专业术语要严谨掌握，同时也能用浅显易懂的话语给客户解释。白酒不同香型特点对比资料制作可用翻页手册的形式或者亚克力立牌进行展示。

1.6

品酒时物料准备 | 喝酱酒的好处资料



销售人员必须熟悉喝酱酒的好处，专业术语要严谨掌握，同时也能用浅显易懂的话语给客户解释。喝酱酒的好处资料制作可用门型展架或者亚克力立牌进行展示。

资料延展：

喝酱香酒对人体有三大好处

- ①不上头——酱香酒蒸馏时接酒温度高达50度以上，高温下有效地挥发了有害于人体健康的物质。
- ②不口渴——53度的时候，是水分子和酒分子结合最好的时候，经过肝脏不需要额外的水去分解，所以饮酒后不会大量饮水。
- ③酒中存在SOD活性因子能够清除人体内多余的自由基，有抗肿瘤、抗疲劳、抗病毒、抗衰老的作用。

1.7 品酒时物料准备 | 喝劣质酒的坏处资料

资料延展：

喝劣质白酒对身体的危害较大，可以导致多脏器系统的器质损伤和功能紊乱，可导致急性胃黏膜损伤、肝损伤、眼睛失明、营养不良、痛风发作等不良反应。

- 1、急性胃黏膜损伤：劣质白酒可能会导致胃黏膜屏障受损，引起胃黏膜糜烂、出血、呕血、黑便、腹痛等急性胃黏膜损伤表现，甚至诱发急性胃溃疡，进一步损伤胃肠道的消化、吸收功能；
- 2、肝损伤：劣质白酒里面的甲醇、乙醇以及其他物质都需要经过肝脏代谢，容易导致中毒性肝损伤，出现黄疸、纳差、恶心、呕吐、腹胀、腹痛等肝损表现；
- 3、眼睛失明：喝劣质白酒，里面可能掺杂了工业甲醇，其含量可能超标，过量喝会损害视神经，甚至导致眼睛失明；
- 4、营养不良：长期喝劣质白酒，容易产生食欲不振，蛋白质营养不良和维生素缺乏症常见，尤其是维生素A、维生素B、维生素E、叶酸和微量元素，导致机体消瘦、体重下降、全身乏力、精神萎靡不振等营养不良表现；
- 5、痛风发作：劣质白酒中的酒精可产生乙酸，体内乙酸过多会导致尿酸增加，导致高尿酸血症，诱发痛风发作加重，需遵医嘱口服非布司他片、别嘌醇片等药物来降低尿酸含量；
- 6、韦尼克脑病：喝劣质白酒引起酒精中毒导致中毒性脑病，主要表现是眼外肌麻痹、精神行为异常、共济失调，还可能出现周围神经损害、高乳酸血症等并发症。

用途广泛



竹木旋转台卡

免费内页 | 免费雕刻 | 抗摔耐用 | 两年质保



销售人员必须熟悉喝劣质的坏处，专业术语要严谨掌握，同时也能用浅显易懂的话语给客户解释。喝劣质酒的坏处资料制作可用桌面旋转桌牌展示，好处跟坏处共同作对比。（劣质酒准备2-3款）

1.8

品酒时物料准备 | 品牌酒的比较



销售人员必须熟悉2-3款品牌酒的特征，专业术语要严谨掌握，同时也能用浅显易懂的话语给客户解释。通过品牌酒与我们同质量的酒做比较，突出我们高性价比，价格实惠的特征。资料展示为作成手册的形式。

1.9

品酒时物料准备 | 包材资料



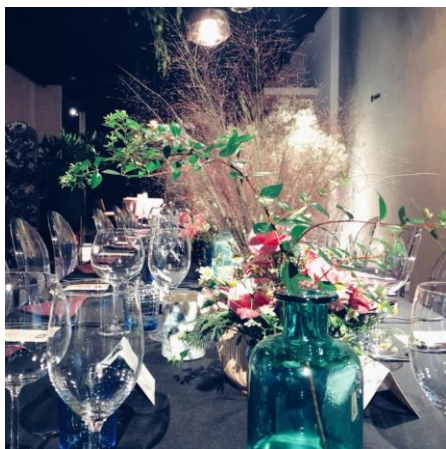
在展陈柜放置不同场景化定制酒的经典包材作为展示，其它不同款式的包材以过胶成册、翻页台牌、翻页台卡的形式进行展示。

2.1 客户品酒流程 | 预约前：深入了解客户需求

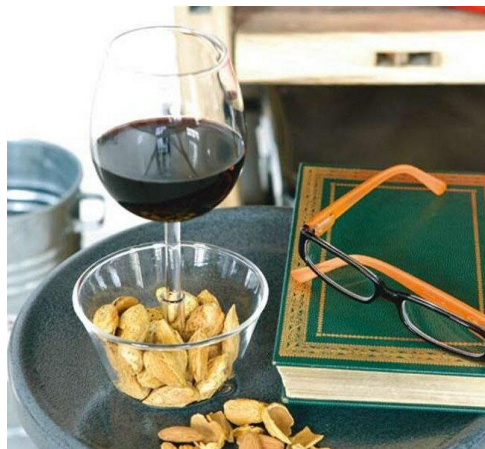
- 1.通过电话、微信深入了解客户需求，并给客户专属定制方案的初稿，以便在客户品酒时有序的介绍定制酒和解决客户的需求；
- 2.提前布景，对于客户重点想要了解的，提前演练讲解；
- 3.摆放糕点、小吃等，进一步检查所有物料，做好迎接客户的准备。



记录需求



布置场景化花艺（例如：婚宴定制酒），可提前询问新人是以什么风格为主的，有的是红色，有的是蓝色，有的是绿色，根据风格的不同了整花艺颜色的不同，营造场景化体验



摆放糕点，检查资料



2.2

客户品酒流程 | 客户到达体验馆



邀约客户喝茶，吃点心
先聊一聊需求，再品酒



- 1.先介绍1-6号酒体
- 2.介绍12987酿造工艺
- 3.介绍酱酒三高三长工艺特征和效果
- 4.喝酱酒的好处
- 5.劣质酒体、品牌酒与我们的酒的比较

2.3

客户品酒流程 | 包材介绍

以婚宴定制酒为例



1.介绍3-4款经典的定制酒包材，说明包材图案的寓意、可定制范围、材质及结构、交付时长；（话术：在电话里我们已经沟通过了，您这边希望将婚纱照放到包材上面，我们采用的是手绘的形式，软性的融入我们的包装，显得更加的高端与和谐，佳偶天成寓意着您与爱人乃是天然生成，是最美好的匹配，今后生活和和美美，甜甜蜜蜜。）

2.客户如果不满意展陈柜的定制酒包装，则拿出包材产品手册，供客户选择；

3.确定好酒水与包材之后，继续深入细谈，可适当的推荐其它包材，如宝宝百日宴定制酒，如商务定制酒等。

2.4

客户品酒流程 | 深入了解客户需求

解决客户痛点、增加产品附加值，客户也可以成为我们的销售



1. 达成初步成交意向后，通过增加产品的附加值来增强客户的黏性。（如：为客户制作电子相册（包材上展示为二维码），为客户制作电子邀请函，朋友圈设计，为客户送上精美的新婚礼物，融入我们的二维码等）
2. 通过增加附加值（不免费，引导客户做以下事情），邀请客户朋友圈转发，小红书推荐，抖音推荐，或写下体验感受等。
3. 老客户推荐新客户（以老带新）：对于交流过程愉悦的客户，可与客户沟通以老带新奖励机制，可以赠送封坛酒或购酒优惠券、以及提点现金奖励等。（撰写客户激励方案）

3.1

客户交付及售后 | 交付流程

工艺	打样	生产	物流	备注
打印	1天	2天	3-5天	开模12天（含打样）；春节前 2月内交货时间延时5天
烤花	7天	20天	3-5天	

- ①客户需交付定金80%
- ②建立订单需求表
- ③包材设计、设计稿修改与确认
- ④酒水确认及留样、包材制作及酒水装瓶
- ⑤发货前客户付全款
- ⑥物流发货、发送物流单号给客户
- ⑦与客户实时沟通、保证客户收到定制酒

3.2

客户交付及售后|售后流程



- ①客户满意度调查，复盘做得好的地方与不好的地方
- ②若货物交到客户手上时有所损坏由我方负责跟换与安抚客户（让客户无后顾之忧）
- ③若品酒交流后，未成交。记录可能导致无法成交的原因、总结经验

4.1

闭环营销：口碑宣传|线上推广



- ①通过小红书，官方微信公众平台、业务员朋友圈等其他平台，将活动照片（不一定是客户的正面图片，可以用酒体验，可以是客户品酒时的背景，形式多样）与活动故事进行二次传播
- ②若货物交到客户手上时有所损坏由我方负责跟换与安抚客户（让客户无后顾之忧）
- ③若品酒交流后，未成交。记录可能导致无法成交的原因、总结经验

4.2

闭环营销：口碑宣传|线下推广



- ①所有不象酒+体验馆以及合作酒厂照片，在不同的体验馆有一个区域利用照片墙的形式进行展示。展示不象酒+体验馆的综合实力。
- ②不象酒+体验馆客户照片，形成照片墙。

一起向未来



关注不象科技 官方公众号

