

8000 万厚礼来即送 德威堡红酒 2 小时上门

8000 万元的巨额推广投入、300 多家加盟店的紧急联动、用心良苦的用户体验标准,不计成本、不计收入,德威堡到底念得什么经? 一个成长中的企业, 实力并非十分雄厚, 到底能否承受得了这种近乎奢侈的用户体验?

“德威堡目前的行为, 看似疯狂, 其实从战略方面, 思考得很透彻!

这雷人的德威堡给征服了。打开包装袋, 李海发现真的是红酒, 而且是来一瓶自澳大利亚进口红酒。李海对这家叫德威堡的企业感兴趣起来。

不查不知道, 一查吓一跳。原来, 德威堡为网上商城庆典活动, 准备了 8000 万元的红酒和酒券, 在新浪微博上逢认证用户转发就送, 不是认证用户也没关系, 也可以参加商城的抽奖, 而且是 100% 中奖, 最新潮的 iPhone 4S、精装进口红酒, 最差也是价值 80 元的酒券一张, 补个快递费就可以得到红酒, 甚至是推荐几个用户注册, 连快递费也省了。

神速是怎么炼成的?

当天, 和李海一样收获好运的微博用户不在少数。微博上谈论德威堡这家企业顿时炸开了锅。有人说德威堡到底是啥企业, 难道发傻了? 有人说德威堡的微博营销做得成功, 让人印象深刻。

就微博上的热门话题, 记者采访了德威堡酒业总经理叶乃方。叶乃方介绍, 德威堡酒业是一家专门从事进口红酒连锁销售的企业, 成立两年来, 全国已经开设了 300 多家加盟店。而德威堡网上商城的高调上线, 就是时



机成熟了, 给全国的红酒消费者一个惊喜, 以低于国产酒的价格, 提供高品质的进口红酒。正是因为德威堡已经在全国范围内铺就了较为广泛的连锁网络渠道, 网上商城才敢展开这么大范围、这么高密度、这么豪爽手笔的促销活动。

“没有全国 300 多家加盟店的合作, 德威堡网上商城显然是纸上谈兵; 而网上商城的上线, 也必将会是各地加盟店宝贵的订单来源。” 叶乃方认为, 线上电子商务与线下渠道建设, 是

相辅相成的关系。

可是, 德威堡又是怎么做到两个小时之内就能送货上门的呢? 对此, 叶乃方显得颇为得意。德威堡在物流和配送上又有着自己独特优势。德威堡除了有全国总仓库, 还有 300 多家加盟店遍布全国, 德威堡接收到订单后, 马上转给相应最近的加盟店, 由加盟店从店内提货, 迅速送达消费者手中。以店为仓, 以网促店, 通过这一模式, 德威堡不但将电子商务的物流投递时效性发挥得淋漓尽致, 还帮助代理商

与加盟商拉动销量, 可谓一举两得, 销量自然就上来了。

德威堡念的什么经?

德威堡网上商城配送人员送酒的时候, 红酒是从一个小型的恒温柜子里取出来的。这个柜子有点类似车载冰箱, 据叶乃方称, 这是运输红酒必需的恒温箱。

红酒不同于一般商品, 对于存储与运输环境温度, 有着比较高的要求。最适宜的存储与运输温度在 5℃~25℃ 之间, 超过这一温度, 红酒就极易变质, 口感和味道也会受到较大影响。为此, 德威堡在选择长途运输的物流服务提供商的时候, 还做了严格的筛选, 制定了严格的运输环境标准, 确保红酒不会变质。高端的产品, 客户即使在门店自行购买, 德威堡也要求加盟店必需用恒温箱亲自送货上门。

细节, 无数的细节决定了德威堡无论在面对代理商、加盟商, 还是面对顾客的时候, 都用严格的标准来要求。这些体验上的用心良苦, 顾客可能在一时之间不一定能够感受得到, 但是叶乃方认为, 只要用心, 用户一定最终会明白。

“2012 年, 是中国加入 WTO 以

后, 红酒首次从个别国家开始实行零关税的一年。从这一年开始, 大量的海外红酒品牌将进入中国开始布局。我们需要以用户体验、加盟商体验来开创一个较大的连锁规模。德威堡今年年底计划实现加盟店 1000 家, 2012 年这个数字再翻一番达到 2000 家。我们拥有 2000 家加盟店的时候, 才可以成为海外红酒品牌进驻中国的必经之路, 德威堡的代理商与加盟商们才能拥有更大的盈利空间。” 显然, 耗资 8000 万元、见者有份的德威堡网上商城上线庆典活动, 对于叶乃方而言, 有着极为特殊的战略意义。



西凤酒品牌价值突破 140 亿元大关 雄踞北方白酒类品牌价值排行榜第一位



中国酒类商业协会秘书长、中国酒类流通协会副会长、秘书长刘翼向西凤公司颁发证书。

口本报记者 王剑兰 王道海

日前, 在北京国家会议中心举行的“华樽杯”第三届中国酒类企业品牌价值评议颁奖典礼上, “西凤酒”品牌价值一举突破 140 亿元大关, 上升至 141.48 亿元, 位居中国白酒类品牌价值排行榜第 6 位, 雄踞北方白酒类品牌价值排行榜榜首。同时, 西凤酒公司还被评为了 2011 年度中国酒类十大最具全球竞争力品牌、2011 中国酒类十大成长最快品牌和 2011 年度中国酒类十大品牌组合, 喻德鱼董事长被授予 2011 年度十大品牌建设功勋企业家称号。

近年来, 面对白酒行业日趋激烈的竞争态势, 西凤公司深入挖掘西凤酒文化内涵, 确立了“走品牌发展之路”的经营理念, 大胆调整思路, 勇于开拓创新, 将精湛的传统酿造工艺与现代科学技术紧密结合, 不断丰富延伸产品线, 引领凤香型白酒迈上了全新的发展空间。同时, 大力实施品牌营销战略, 凝结品牌诉求, 启动了“产品 1369 工程”, 通过梳理产品线、确定定位市场和广泛积极参与各类社会公益活动, 有力地提升了品牌知名

度和美誉度, 使西凤酒销售网络迅速覆盖到全国 31 个省份, 近 2000 多个市县。在品牌效应的有力推动下, 公司连续 6 年实现了销售收入年均增长 40% 以上的超常规发展。同时, 西凤酒品牌先后荣获“中华老字号”、“中国驰名商标”、“中国十大最具增长潜力白酒品牌第一名”、“中国白酒工业十大竞争力品牌”和“中国市场公认品牌”等殊荣。

本次西凤酒品牌价值是在继 2009 年的 6923 亿元和 2010 年 8323 亿元的基础上再次飞速提升, 这是企业全体干部职工坚持大胆创新、坚持质量第一、坚持走品牌化发展之路成果的检验, 也是陕西省品牌经济战略和宝鸡工业强市建设的又一丰硕成果, 必将对进一步提升西凤品牌形象, 推动企业又好又快发展起到积极的推动作用。

据介绍, 第三届中国酒类品牌价值评议, 采用了中华品牌战略研究院独创的全面因素测算法, 从经济指标、品牌实力和品牌状况三个方面进行评测, 旨在让消费者、投资者更进一步了解中国主流酒类品牌的特点和发展进程。

中国十大文化名酒 中国唯一满族传统酿酒工艺 (同基金族)

道光廿五

近宁道光廿五集团满族酿酒有限责任公司

诚招地市级以上区域营销专员

网址: WWW.daoguang.com.cn 销售热线: 0416-3883835



上汽依维柯红岩

客服热线: 400-811-7766

新金刚 新典范

— 创变自卸重卡新标杆 —



震撼上市

新金刚 新典范

- 时尚外观: 欧洲流行 V 形前脸设计, 时尚大气彰显品质。
- 安全舒适: 驾驶室采用高强度双面镀锌钢板, 通过欧洲 ECE R29 碰撞验证, 人性化设计、全新为布。
- 澎湃动力: 黄金动力总成优化匹配, 高效节油、强劲有力, 满足不同工况。
- 领先科技: 全新 POWERFORCE 整车平台, 技术领先、性能卓越, 品质可靠、坚固耐用。
- 超强承载: 红岩整体式铸钢桥, 高强度车架, 承载更强适用更广。

金刚 KINGKAN



科技·品质·新境界