

浙财大一场创业营销大赛,大学生们“绞尽脑汁”创意销售 6小时挑战卖蜂蜜 最高团队收入近三千

本报记者 林晓莹 通讯员 曹诗佳 杜燕梅

天空下着雨,浙江财经大学的操场上一场大学生“互联网+创业”营销大赛却在火热进行中。学校上百名学生参与,每个团队4至6人,主题是模拟公司的销售方式进行蜂蜜销售。

比赛中,同学们为了能卖出蜂蜜,都拿出“看家本领”,进行创意营销。

弹吉他、车展借客、赠礼品 “绞尽脑汁”卖蜂蜜

这次营销大赛的热点是六小时线下销售大赛。参赛团队不但发放“营业执照”,还设立一名法律顾问来监督团队以保障比赛的公平与安全。比赛之前,各团队先进行一个小培训,通过一家蜂蜜公司的首席运营官郭荣涛的演讲学习营销方法。

比赛要求不能用任何通讯工具,不能动用线上人脉,所以各团队为了能够吸引顾客绞尽脑汁。经过六个小时的激烈角逐,“蜜源”团队以2855元的销售额拔得头筹。

“蜜源”团队的所有成员从前期准备开始就下了一番功夫,为了能够利用好有限的比赛时间,成员们提前一周抽出不少课余时间,在周边的商业街踩点,寻找人流量最大的地点,并制订了一系列营销计划。

然而当天的暴雨天气带来了不少困难。“下雨天,马路上的人流量相比平时减少了很多,导致我们之前制订的计划很难进行。”蜜源团队的法律顾问徐敏说,组员们只好在短暂商量之后决定改变计划,兵分

两路在附近的高校教学区和生活区进行扫楼推销。

一开始因为害羞,大家都不敢上前推销。后来路过的同学为了鼓励他们,买了几瓶蜂蜜。有了第一笔销售收入之后,成员们信心倍增,接着开始主动找行人进行产品的介绍与推销。

除了学校商业街,团队成员在晚饭前赶到了菜市场,向前来买菜的市民推销蜂蜜,也大有收获。

“大雨让我们的衣服鞋子都湿透了,但为了节省时间,小组成员都没有吃午饭,持续奔走对大家的体力是极大的考验。”徐敏说,“但看到身边的队友在努力销售,自然就有了坚持下去的动力。销售额的不断突破也给了我们继续前行的信心。”

“非常3+1”团队有队员会弹吉他,他们便在天街商业街通过弹吉他来吸引顾客;“蜜见你”团队则选择在宝龙广场车展舞台边推销蜂蜜,借助车展活动吸引了不少顾客;其他队伍也通过赠送顾客小礼品等方式取得了不错的销售成绩。



6小时挑战卖蜂蜜的团队之一

创意销售模拟经营 收获一笔精神财富

6个小时线下挑战中蜜源团队拔得头筹。

“由于是第一次参加此类比赛,大家都没有什么经验,我们就在比赛的过程中边参赛边总结学习。通过第一天的6小时线下销售,我们明白了销售的关键,除了坚持和礼貌,还有胆子要大,用最短的语言介绍产品优点。”徐敏说,“我们每天都会花一点时间在组内总结经验,相互学习,这样才能取得第一名的好成绩。”

尽管比赛有输有赢,但参赛的队伍都收获颇丰。

“当下创业已经成为大学生职业选择的一条主要途径,然而经验和技能的不足让很多大学生在创业之路

困难重重。”浙财大创协负责人陈鹏程说,举办这次活动主要是为了能够给学生提供一个模拟的创业环境,让他们通过营销来更好地感受市场氛围,从而增加社会阅历。

大学生通过比赛不仅锻炼了自己的胆量和能力,还学会了相互合作,收获了一笔宝贵的精神财富。

“大赛让大学生更早地接触到社会,通过模拟公司运营锻炼学生的组织领导能力。”大赛负责教师费伟平说,“比赛中,同学们克服了天气的不利因素,都取得了不错的成绩,令我印象最深的是蜜源团队,他们通过对消费人群的良好把控,在短短六个小时就创造了较高的销售额,很赞。”

十六届北影“动画学院奖”颁奖 杭职院学生作品获奖

在刚刚落下帷幕的第十六届北京电影学院“动画学院”颁奖典礼上,杭州职业技术学院动漫设计专业动画班学生林利的作品《陪伴》获得“优秀作品奖”。

北京电影学院动画学院奖首创于2001年,是针对原创动画短片的评奖活动,被誉为“中国动画短片奥斯卡”,享有国内动画短片创作的最高荣誉。

本届大赛吸引了北京电影学院、中国传媒大学、东京工艺大学等数十所国内外一流的动漫类学校参加。

“作品《陪伴》讲述了当代社会中,人们过于依赖手机,从而削减了与家人朋友的交流和相处时间。本片以父子间的情感转换为线索,塑造了一部发人深思的艺术短片。”该片指导教师王玉珏说,“这是我们第一次参与这类奖项的比赛,比赛中与国内外一流的动漫类名校的作品进行PK与交流,作为唯一一所在本届比赛中获奖的高职院校,我们受到很大的鼓舞。”

本报记者 林晓莹



《陪伴》