

“抖”出来的精彩故事

□记者 王吉城

“大家好，我是五星辽参堂的张丽丽。三年前，我以记录生活为主开始拍摄抖音作品，通过发布短视频认识了许多新客户，借助抖音平台，产品卖到了省外……”

室外酷热难耐，室内凉爽宜人。8月15日，黄淮农产品大市场(黄淮物流中小企业服务平台)二楼党建室内，别开生面的“第二届抖音对抗赛与分享交流会”隆重召开。热烈的掌声中，张丽丽带着自信和勇气首先上台，和大家分享自己拍抖音短视频的经历。

如今，拍抖音短视频在黄淮农产品大市场蔚然成风。一部手机、一台三脚架，大家一有时间就会将镜头对准市场、对准产品。为助力市场和商户利用抖音运营带来实际效益，经过一个

多月的筹备，成功举办了“第二届抖音对抗赛”，并推选优秀选手参加抖音作品分享交流会。

交流会前，黄淮农产品大市场相关负责人为在“第二届抖音对抗赛”中获得一、二、三等奖的优秀选手颁奖。

进行抖音宣传产生了什么效果？遇到困难怎样解决？视频发布后发生了哪些趣事……围绕一些话题，大家先后上台进行精彩演讲。

黄新香菇的老板黄新2020年开始玩抖音，通过抖音平台，她将香菇生意做得风生水起。8月14日，安徽太和一位新客户通过黄新制作的短视频和她取得联系，要了100多筐香菇，成交额达2万多元，新客户通过她的短视频对黄淮农产品大市场有了更多了解。

货卖得好，但不善于演讲的几位老板，也大胆地上台讲述如何将外地

客户“拉”到黄淮农产品大市场，又如何将黄淮农产品大市场的农产品推销到外地。台下观众纷纷为他们的励志故事喝彩。

几位业余“选手”分享了他们在抖音平台的推销经历后，谷源公司专业直播带货人王李园带来的故事更精彩。

如何使抖音短视频走火？王李园和她的伙伴们一开始也很迷茫。大家设计场景，增加本地内容，模仿火爆的抖音作品，推出风格独特的视频。

波涛汹涌，始于点滴。经过几个月沉淀，今年上半年的一天，王李园上午发出的一期短视频播放量迅速增加，10条、100条、1000条，点赞量、评论量全部火起来，到中午时分，播放量闯过20万大关。

“平时我们的视频播放量达到2000就很开心了，那天的短视频播放

量简直不可思议！晚上大家直接上馆子、加鸡腿儿！”讲起当时的情景，王李园仍难掩激动之情。

那条短视频火之后，大家明白了粉丝们的看点在哪里，就按照探索出的规律制作视频，直播销量稳步增长。

为点燃广大商户拍抖音短视频促销的热情，黄淮农产品大市场专门请来抖音周口运营区技术人员，讲解视频拍摄技巧、如何提升人气等知识。

一个多小时时间，大家听得津津有味，还不时切磋一下心得。

生活中，随手刷抖音短视频成为许多人的习惯，抖音也渗透到了黄淮农产品大市场的每一位商家。抖音短视频发出后，幸运和美好往往会和大家不期而遇。在繁忙的生活中，大家感受到的不仅仅是抖音作品的流量和火爆，更有生活的欢乐和精彩。



七夕很「甜」

市民在中心城区中原路一家商超的七夕商品专区前浏览。七夕前夕，许多商超适时推出“甜蜜专柜”，售卖巧克力、毛绒玩具等商品，满足市民的需求。
记者 邱一帆 摄

冯绍峰见面会 火爆周口

□记者 邱一帆 文/图

本报讯 8月19日，冯绍峰线下见面会将在中心城区万顺达广场举行。

当日下午，见面会还没开始，参加见面会的粉丝已把位于七一路万顺达广场外的东广场围得水泄不通，现场人气十分火爆。

万顺达广场相关负责人表示：“参与中国载人航天事业的飞亚达航天表，见证了中国载人航天事业的崛起。今天飞亚达明星见面会的隆重举行，标志着万顺达广场与飞亚达品牌迈出了重要的一步。”随后，模特向现场观众展示了飞亚达数款手表。

当冯绍峰出现时，粉丝们尖叫不断。活动现场，冯绍峰热情地用周口话跟大家打招呼，并说周口是一座文化底蕴非常深厚的城市，周口人民非常热情好客。

活动结束后，冯绍峰与全场粉丝合影留念。

苏梦丹：用心销售 口碑至上

□记者 田亚楠

“做销售工作离不开‘用心’二字。用心，是一种精益求精的态度，更是一种高度的责任心。”

年轻的苏梦丹，在建材行业工作已有9年。自2014年加入箭牌卫浴，她成长迅速，积累了丰富的销售经验和技巧，每年的成绩单都极为亮眼。

“工作积极、态度端正”，是同事对她的评价。刚入行的时候，苏梦丹刻苦学习产品知识和销售技巧，每天提前一小时到店，做营业前的准备。晚上同事们下班了，她一个人留在店里，总结当天的经验和不足，提升自己的能力。2018年3月16日21时，苏梦丹正在学习新产品知识，一位顾客到店里咨询，苏梦丹用专业的素养热心接待、耐心解答，最终成交了一笔5万元的订单。“一般我们成

交的单子都在1万元左右，这笔订单是我成交的第一笔大额订单。”苏梦丹自豪地说。

“销售过程中，我比较在意客户的口碑，顾客的认可是对产品最好的宣传。”一直以来，苏梦丹比较注意和客户之间的沟通，从日常问候到产品上新介绍，再到促销活动说明，每次沟通都把对方当成朋友一样对待。

“专业，是我们留给客户的第一印象。有了良好的第一印象，客户才愿意进一步了解产品，你才有机会进行后续的品牌和产品推广。”2022年10月22日，一名持观望态度的顾客再次到店里，苏梦丹为顾客分析了不同品牌的特点，并结合顾客需求，客观地为顾客推荐了几款产品，最终成交了一笔4万元的订单。

渠道的开拓，对卫浴产品营销起着至关重要的作用。成为店长以来，

苏梦丹采取“广拓渠道”的策略，重点拓展家装渠道、电商渠道、小区渠道，带领团队积极为装修公司上样品，建立互惠共赢的关系。对于一些刚交房的楼盘或正在装修的业主，苏梦丹会第一时间联系业主了解需求。

“我将持续用专业服务赢得客户的口碑，深挖各渠道市场潜力，带领我们的销售团队再上新高峰。”择一行，爱一业。苏梦丹坚信，只要奋力拼搏，平凡的岗位一样可以绽放不平凡的花朵。



冯绍峰与粉丝互动