

如何在白酒贴牌定制市场占据一席之地

产品名称	如何在白酒贴牌定制市场占据一席之地
公司名称	安徽天酿酒业有限公司
价格	10.00/10
规格参数	白酒定制:自定义 白酒贴牌:500毫升 安徽:自定制
公司地址	安徽省亳州市谯城区古井镇古井大道99-2号
联系电话	18956811105

产品详情

如何在白酒贴牌定制市场占据一席之地安徽万顺酒业欢迎免费咨询 厂家拥有 白酒生产 销售 白酒贴牌 养生酒定制 品牌代加工 研发 设计 贴牌 一站式服务厂家 4000平方地下恒温酒窖免费使用 欢迎您的咨询18956811105李总

业创造了一种新的营销手段，带来了巨大的经济效益，很多人都肯定地说，定制营销的前景是美好的，市场是广阔的，它是一种重要的小趋势。对于酒水行业来说，定制，就是重要的小趋势。

白酒定制是个性化需求的产物，是对白酒消费进一步细分

个性消费日趋明显，消费开始进入个性化需求时代，从而白酒定制营销便应运而生。可以说，白酒定制是白酒消费细分的市场之一。前些年，白酒定制主要为一些高端定制酒，近些年来，定制酒也开始逐渐出现于大众视野之中，渐渐地由小众走向大众。定制营销已经开始融入普通消费者的心中。

白酒定制营销分水岭的出现让其仿佛有了新的内涵

白酒定制市场的巨大利益，让各大白酒厂家蠢蠢欲动。这种井喷式的爆发尤其在2014年度体现的淋漓尽致!2014年中国白酒界刮起了一股定制酒的热潮。像茅台、汾酒、西风、洋河等公司都纷纷出手，或成立定制酒公司，或对以前定制酒的业务进一步细分。又或在当下将定制酒作为营销战略规划上的重点事项进行运作，利用明星粉丝效应，甚至白酒电商平台都参与进来，开展网上定制，或采取众筹的方式，如洋河。这些都让白酒定制营销仿佛有了新的定义和全新的内涵。

白酒定制是有自身本质特征的

白酒定制的本质特征是什么?在这里，笔者将白酒定制归纳了以下七大层面的特性。

一是稀缺性：就像葡萄酒一样，哪年的葡萄酿出来的酒是好酒，品质与口感好，这年的酒很稀缺，昂贵

。白酒定制的稀缺性也在于对这些酿酒资源和酿酒工艺有严格要求。涵盖了考究的酿酒工艺和高品质的服务。同时，由于定制客户的个性化介入，使每一瓶定制酒都有可能成为一无二的无法复制的珍品。

二是复杂性：区别是量产酒的工业化生产，定制白酒量少，要求多。定制酒不是量产酒，因此其所有生产流程都不惜一切代价追求致，工艺不厌繁复和精细。定制酒亦由物质和非物质的(大师酿造)不同价值层面组成价值体系，所以定制酒在工艺和品味上相当讲究和复杂。

三是身份性：定制酒能够让定制者体现无法复制的身份，同时作为不可传承的文化符号，是定制者个人品位的外延与价值彰显的载体。顾客消费定制酒不仅仅是消费酒这一产品本身，同时也是在品味一门艺术，消费一种文化，享受一种服务。

四是私密性：主要为不流通。定制酒不是大众化的消费品，也不是显性的消费符号。定制酒的消费文化是一种圈层文化，消费者和消费行为都相对更为私密，这也是定制酒“神秘”和“传奇”的魅力所在。

五是收藏性：主要指其纪念意义和收藏价值、增值潜力。因此，定制酒不仅具有精神层面的纪念意义，而且还有物质层面的收藏价值和增值潜力。

六是多样性：指的是定制的内容多样性，定制酒的范围可以扩大到很多范畴，如可以为某个重大事件、历史时刻、人物等定制。七是艺术性：主要分为侧重于包装的、侧重于酒质的两个块面。侧重于包装的，定制酒是奢侈消费品，更是珍贵稀有的艺术品。它的外观包装充分体现了个性化定制的设计理念和要素，文化含量丰富，并能呈现出高雅特的文化品位。侧重于品质的，随着定制酒自身洞藏或窖藏年份的增加，其原酒的品质历久弥珍。每一年只生产其有限的数量，甚至是全球限量，都是为了确保其价值进一步提升。这些相辅相成的特性，让定制白酒本身更加迷人。

如何掌握白酒定制营销的密码

玩转白酒定制，先要挖掘自身核心价值。洋河、茅台的私人订制酒前景更好，是因为有品牌、品质和技术作支撑。名优大厂的定制酒配备了存储设施和后续服务，有很大的收藏价值和升值空间。要做定制必须先寻找自己的核心价值定位，自身的产品面对其他竞争对手，其核心竞争力在哪里，有什么特点，企业的传承宗历史、酿造工艺等都需要企业去挖掘出来，加以放大传播。玩转白酒定制，必须要做好产品创新。在开始和发展阶段，要做到私人定制与个性化定制产品并存。将两块蛋糕全部吃到，所以我们要全面的考虑消费人群，我们需要销量，另外，还要考虑公司制作速度。这里，笔者根据很多企业操作经验，建议企业采取普通版和自由版两个方法。

普通版对起订量要求较低，但可定制的位置控制较严，但定制的速度较快;一方面，企业提供多种通用器型(不同造型、材质、大小、颜色等)、通用外盒(不同造型、材质、大小、颜色等)、分酒水(不同质量等标准)供客户进行组合化选择;另一方面，普通版元素选择完成以后，客户再提供个性化元素，如公司logo、姓名、图片、文字等，由企业设计师进行设计实现，在通用版产品上进行个性化设计，从而成为个性化定制产品。

自由版对定制量有较高要求，但更具个性化，定制流程更为复杂，完全以客户为主导，定制的速度较为缓慢。一方面，客户可自己提供对于瓶型(玻璃瓶、喷涂瓶、陶瓷瓶、不同坛子)、外盒(卡盒、手工盒、亚克力盒、木盒)的具体要求，企业根据客户要求设计，对于酒水，客户可以拥有更多等酒水的选择;另一方面，客户可以提供更多的个性化元素，并要求融入设计之中，从而使得定制产品更具个性差异。

从高度数高档散酒到大缸定制，到原酒定制，企业应根据市场不同需求做好品类创新。玩转白酒定制，坚持做好消费者体验。酒业品牌的核心价值主要是情感型和自我表达型价值，而大凡情感型和自我表达型的核心价值往往都有一个特点——比较抽象，仅仅通过常规广告很难真正被消费者理解。深度沟通是超越于常规广告的沟通方式，通过各种消费者深入介入与参与的活动，让目标消费者真切、深刻地体验

品牌核心价值，从而更认同核心价值，强力支撑起品牌溢价及品牌忠诚度。

玩转白酒定制，要学会合理利用新渠道。这里新渠道分为高端发行渠道，整坛发行，投资进行收藏，主要通过酒类发行平台，开拓投资收藏客户;电子交易平台，通过电子交易平台，面向全国市场，实现批量采购;后为单位、社会团体会议。

玩转白酒定制，要努力建立好信息沟通平台，但信息沟通平台的建立需基于区域性市场的布局来进行。先建立线上个性化定制酒推广系统。无论通过企业的网上电子商务平台或企业官网，必须完善个性化定制系统和推广系统平台搭建，并能实现对上个性化定制销售模块进行对接，以及对产品模块进行设计，构建完善的个性化产品定制自选系统，让消费者自由选择和组合，打造从快速下订单、设计、生产到物流配送的一体化流程体系，健全快速反应机制。其次实现线下人员个性化定制推广密切配合。通过企业人员、渠道商和个性化定制酒销售顾问，扩大整个定制产品推广队伍，一方面辅助推行企业线上产品定制系统，开拓周边的客户进行线上定制;另一方面也可开拓身边的客户进行线下定制，根据线上产品定制系统进行选择定制的方向。终实现线下与线上的密切配合与效果联动。再者，有条件可建立单部门。定制酒业务既与传统渠道相联系，又要与传统渠道进行分开。所以在组织上要单成立相关的电子和推广部门，只有做到专人干专事，才能做好白酒定制营销。后，建立并规范定制流程。定制酒流程的规划和统一很有必要，客户的需求多样化和物流等问题综合在一起，对工作的开展效率要求较高，所以一整套定制流程的确立非常有必要，笔者在此为企业拟出一套简单流程：1. 客户选择自己喜欢的款式; 2. 客户提供个性元素; 3. 企业根据客户意愿进行设计，出样稿; 4. 客户审核样稿; 5. 提出修改建议; 6. 设计人员修改样稿; 7. 客户确定样稿; 8. 安排生产; 9. 产品出库，物流发货(根据客户需求可安排其他发货方式，需客户支付费用)美酒招商网：<http://www.9928.tv/news/cehua-yingxiao/257652.html>