

学会用「客户思维」务农

杨建乐



致富随笔

前年，在外务工多年的小燕，满怀信心地返回农村老家创业。

“土鸡价格高，养出来肯定赚钱。”小燕心想。她随即拿出多年的积蓄，开始养殖土鸡。勤学技术、精心管护，8个月后，她的第一批近百只土鸡顺利出栏。看着一只只羽毛光亮、个大体肥的土鸡，小燕仿佛看到财富滚滚而来。

可当她把鸡运到农贸市场销售时，现实却给了她狠狠一记耳光：土鸡卖不出去！“明明货真价实，为什么不受待见？”小燕很苦闷。

冷静下来，经一番调查了解，小燕终于弄清自己“输”在哪里：一是客户对土鸡品质不信任，因价格高，怕上当不敢买。二是产品单一、没特色，她的鸡都是三四公斤重的大肥鸡，多数人想买2公斤以下的却没有。三是无订单，没有客户基础，更谈不上服务。

说白了，小燕只顾埋头养鸡，自认为“酒香不怕巷子深”，却从来没有想过目标客户群体是谁，客户需要什么，能接受什么价格，导致土鸡一出栏就滞销。

好在小燕能认真反思，站在客户的立场，从客户的顾虑点、需求点积极调整销售及养殖策略。比如，为获得客户信任，她把鸡直接送给饭店老板试吃；为方便客户选购，多提供2公斤以下的小土鸡；为了解客户需求情况，她记下每位客户的联系方式，随时互动沟通。如今，小燕的土鸡养殖事业越来越红火，她也成为当地响当当的致富带头人。

近年来，随着国家惠农政策不断出台，返乡创业的人越来越多。值得注意的是，如今务农仅靠勤劳还不够，还得勤学善思。就像小燕，如果她不用“客户思维”调整策略，推出“个小、质优、有特色”的土鸡，并提高服务水平，要想成功很难。

在社会多元化的当下，消费者对农产品的需求也是多种多样。比如，玉米棒并非越大越好，“拇指玉米”甚至卖得更火爆；西瓜并非越圆越好，方形西瓜也能卖出高价……

因此，不管从事种植业还是养殖业，关键要跳出传统思维模式，学会用“客户思维”去务农：学会倾听与互动，洞悉客户需求；关注客户体验，按客户所需去生产，且尽力提供好销售服务等。只有这样，才能让自己的农产品在市场上占据一席之地，最终敲开致富之门。