

# 招商快车： 共享渠道资源，做招商界的滴滴

记者 | 张成

激活渠道经理人的闲置人脉资源，招商快车帮助像茅台葡萄酒这样的实体企业快速进行商业资源整合，达到低投入、高产出。



前几年，驰名中外的国酒茅台推出了自己的葡萄酒品牌——茅台葡萄酒，并将产地放在了有“中国酿酒葡萄之乡”和“中国干红城”之称的秦皇岛。

然而，几年过去。虽然茅台葡萄酒在茅台集团品牌的平台上喊出了“酿造中国自己的葡萄酒，酿造高品位生活”的口号，但是茅台葡萄酒进入市场之后反响平平，销售业绩并不理想。

变化始于黄埔区企业招商快车的加入。

“虽然茅台集团知名度很高，但由于给人的印象停留在白酒，因此我们的目标是帮助茅台葡萄酒这个子品牌扩大品牌影响力，建设全国渠道网络系统。”招商快

车创始人鲁银刚将自己为茅台提供的服务概括为一站式招商外包服务——其中包括项目建议书，项目包装策划，渠道倍增策略、招商团队搭建、互联网推广，数据搜集与转化，客户邀约与洽谈，招商会议策划与执行，终端渠道运营与管理等。

通过线下的实体招商会+线上的招商资源相结合，让茅台红酒在2年内获得了480家代理商加盟，首期回款8000万，二次回款超1.5亿元。茅台葡萄酒总经理钟怀利对此赞不绝口，并将茅台葡萄酒渠道建设、品牌策划等全部业务交付给招商快车。

问题是，招商快车是凭借什么能帮助茅台这样的