

重庆桐君阁股份有限公司文件

桐君阁发〔2012〕578号

签发人：王小军

太极天胶桐君阁零售终端营运方案

各公司：

阿胶（太极天胶）（以下简称天胶）是2012年上市的集团新品种，是太极集团的“一号工程”，为抓好天胶产品销售，促进尽快上量。经公司决定，将成立以王小军董事长为组长的天胶项目领导小组及以钟浩总经理为组长的实施小组，专门负责天胶市场推广及促进销售的相关工作。为抓住目前阿胶旺销季节，尽快提升销量，特制定了以下桐君阁零售终端营运方案。现将相关事宜通知如下：

一、品种价格体系：

品名	ID	规格	产地	开票价	执行零售价
太极天胶	115733	250g	太极天水羲皇阿胶	220/盒	465/盒

二、销售任务

销售任务由天胶营运督导小组统一下达，分解考核到各公司。各公司于2013年1月1日前分解考核到各门店。各公司任务见附件一。

三、奖惩制度：

1、门店销售奖励

①活动期间（2013年1月1日至2013年3月31日），按销售数量给予门店40元/盒的奖励，其中不得低于30元/盒（坐堂医生不低于1.2元/10g）按“谁销售谁受益”的原则奖励给具体销

售人员和坐堂医生。并实行当天销售、当天现场兑付奖励，不扣税。（注：不再给予天胶T类品种奖励）

②团购政策：单笔一次性购买天胶5盒（250g）以上，可享团购政策，即：消费者可享8.8折优惠，另按20元/盒奖励给团购联系人，门店不再给予40/盒奖励。

2、公司组织奖

活动期间（2013年1月1日至2013年3月31日）为激励公司的销售积极性，在股份公司内部开展销售竞赛活动，由天胶营运督导小组评比公司组织奖（由股份公司支付奖励），销售数据以信息中心提供的全局系统为准。

①评比标准：各公司以销量占70%与销售任务完成率占30%排序，综合评比，取前八名。具有参评资格的公司，在未评上前八名的，均获得贡献奖。

②奖项设置：

名次	获奖名额	奖金
一等奖	1名	30000元
二等奖	2名	20000元
三等奖	5名	10000元
贡献奖	不限	5000元

③参评资格：各公司在2013年1月1日—2013年3月31日期间，完成天胶任务的60%（含60%）以上具有参评资格。桐君阁连锁公司以下属各分公司为单位参评，连锁公司总任务完成60%（含60%）以上，另行给予连锁本部奖励10000元。

④奖励分配：公司第一负责人不得低于奖励额的30%，奖励分配原则上倾向于各公司营运部和业务部部门主要负责产品运作的相关工作人员。

⑤评比期间，各公司不允许弄虚作假，一经发现或举报属

实，通报批评并取消该公司的参评资格，且对该公司第一负责人罚款1000元。

3、各公司完成任务60%（不含60%）以下的，通报批评，并处罚该公司第一负责人2000元和分管零售的领导1000元。

四、促销宣传：

（一）促销策略

1、买250g天胶送熬胶辅料，活动时间：2013年1月1日至2013年3月31日；

辅料供应：该辅料由股份公司中药部负责联系重庆中药饮片厂有限公司统一供应，在统一供应以前，四川片区由各公司自行购买，重庆片区由中药部负责统一购买。

辅料为：核桃仁200g、炒香黑芝麻150g、冰糖100g、西洋参10g。

包装要求：各公司严格按照此辅料配比分装。在集团销售公司统一制作提供的辅料包装袋到位之前，由各公司自行用分装袋（自封袋）分装辅料，并用玻璃纸美化包装，天胶块（膏）仍沿用现在使用的盛装容器。随后使用统一设计制作提供辅料分装袋、外包装及盛装胶块（膏）的容器，统一包装到位以前，营运督导组提前通知各单位。

2、2013年1月1日至2013年3月31日由各公司筛选区域中心店1-2家，指定专人负责开展现场熬胶免费品尝，所需天胶由集团销售公司免费提供，其余开展现场熬胶免费品尝的门店所需天胶各公司自行解决。

（二）宣传形式

1、由天胶营运督导组负责联系集团销售公司对门店配置专用熬胶台（太极金屋），开展免费熬胶活动；对区域中心

店和大型店配置液晶电视及DVD机，用于播放集团简介、天胶广告片、藏药介绍等宣传片。

2、天胶全程参与“2012太极桐君阁冬季养生文化节川渝两地千店联合大促销活动”，在“品牌秀”路演活动现场，由天胶宣传小组督办，各公司专人负责搭篷、产品宣传、现场熬胶免费品尝等相关事宜。

3、由天胶宣传活动小组负责组建“太极天胶艺术团”，在周末及重大节日带团开展巡回路演活动，社区宣传活动，进行产品宣传、礼品赠送、现场熬胶品尝等活动。

4、由天胶营运督导小组联系集团销售公司提供海报、双折宣传页等天胶的宣传物资。由天胶宣传活动小组统一设计制作促销活动海报、买赠签、熬胶台卡、吊旗等宣传物料。并将宣传物料分发到各公司。各公司将宣传物料分发到各门店，并组织对门店宣传物品摆放执行情况的检查。

5、由集团销售公司提供天胶展示盒，各门店在收到展示盒后立即做好空盒和产品的陈列：可用堆头、花车、端头等形式展示空盒，收银台、中药柜、货架、货柜等尽量多处摆放；产品陈列要求：整齐陈列在货架首层或货柜首层作专层陈列。要求特大型门店不低于15个陈列面，大型门店不低于10个陈列面，其他类型门店不低于5个陈列面。天胶的形象组合摆放在门店最显眼的位置，要让顾客在进店第一眼就能看到。

6、由天胶营运督导小组联系集团销售公司提炼确定产品卖点及产品宣传语。各门店按要求自制手绘POP进行宣传，营造氛围。须统一用马克笔书写，主题突出（产品名及卖点）、内容简洁、字体清晰、色彩合理。手绘POP可用张贴、悬挂、造型等多种展示形式展示于门店醒目处。

（三）详细的天胶促销策略及宣传形式见“太极天胶促销

活动策划方案及实施细则”，由股份公司另行发文。

五、开展培训

1、由天胶培训小组邀请集团公司专家，在元旦节后对桐君阁零售公司领导、经理、业务骨干、大店店长开展一场天胶产品知识、产品卖点的培训。

2、由天胶培训小组于2013年1月1日前拟定培训计划。由天胶培训小组牵头组织，销售公司配合，负责在2013年1月20日前对各公司进行区域巡回培训，培训内容：促销方案宣传、政策传达，产品知识、卖点、销售技巧等。

六、其他要求

1、天胶第一阶段铺货要求：A类（含特大型）门店要求铺货量不低于15盒，B类门店要求铺货量不低于10盒，其他门店要求铺货量不低于5盒。

2、各门店的中药配方，除消费者特别指定外，均全部使用天胶配方。

3、各公司务必高度重视2013年公司的“一号工程”天胶。各公司第一负责人或分管零售的领导，组织公司人员集中学习天胶的相关文件，确保天胶在各公司实现全员促销。

4、各公司严格按照此文件制定的门店销售奖励标准执行，不超标、不克扣、不拖欠。一经发现或举报属实，对各公司第一负责人和分管零售的领导罚款500元/次，对门店店长罚款200元/次。

5、各门店每天汇报销售数据给分公司经理，分公司一把手每天汇总门店销售情况，对天胶销售任务进行跟进。做到每天监控销量，每周考核任务。

6、要求各公司在2013年1月1日前务必按本文要求铺货到

店、辅料配送到店、盛装胶块（膏）的容器到店、集团提供的海报张贴到位、三折页到店，货品陈列到位，在各门店突出营造天胶营销氛围。

7、未尽事宜，另行通知。

特此通知！

附件1：2013年1-3月零售业态天胶任务分配表

重庆桐君阁股份有限公司

2012年12月30日



重庆桐君阁股份有限公司办公室

2012年12月30日印发

拟稿：郭军

校核：郭军
