

重庆桐君阁股份有限公司文件

桐君阁发〔2013〕693号

签发人：袁永红

太极集团藏药系列 桐君阁零售终端营运方案

各公司：

太极集团西藏藏医学院藏药系列（以下简称藏药系列）是2014年集团重点营运品种，为抓好藏药系列的销售，促进其尽快上量，经股份公司研究决定，将成立以黎涛副总经理为组长、营运中心统一牵头的营运督导小组及各公司成立专门负责藏药推广及销售的藏药实施小组，并制定了以下桐君阁零售终端试营运方案。现将相关事宜通知如下：

一、品种目录及价格：

序号	品名	规格	单位	供货价格 (元)	零售价 (元)
1	二十五味珍珠丸	1g*8 丸	盒	49	140
2	※二十五味珊瑚丸	1g*8 丸	盒	49	140
3	二十五味松石丸	1g*8 丸	盒	49	140
4	三味甘露散	4g*10 袋	盒	19	55
5	◎五味金色丸	0.25g*48 丸	瓶	29	83
	五味金色丸	0.25g*24 丸	盒	20	57

6	五味石榴丸	0.25g*40 丸	瓶	27	78
	五味石榴丸	0.25g*24 丸	盒	19	55
7	六味能消丸	0.6g*20 丸	瓶	18	50
	六味能消丸	0.6g*24 丸	盒	19	55
8	◎七味红花殊胜丸	0.3g*100 丸	瓶	39	110
	七味红花殊胜丸	0.3g*36 丸	盒	23	65
9	◎七味铁屑丸	1g*20 丸	瓶	25	70
	七味铁屑丸	1g*8 丸	盒	16	45
10	常松八味沉香散	1.3g*20 袋	盒	40	115
11	十味诃子散	3g*10 袋	盒	26	75
12	※十味乳香丸	0.3g*50 丸	瓶	26	75
	十味乳香丸	0.3g*36 丸	盒	20	57
13	十一味维命散	2.4g*10 袋	盒	25	70
14	十三味薪萸丸	0.6g*45 丸	瓶	34	97
	十三味薪萸丸	0.6g*24 丸	盒	18	51
15	※十五味黑药丸	0.8g*20 丸	瓶	18	50
	※十五味黑药丸	0.8g*16 丸	盒	16	45
16	十八味降香丸	0.6g*18 丸	盒	11	32
17	石榴健胃散	1.2g*10 袋	盒	28	80
18	石榴日轮丸	0.65g*54 丸	瓶	26	74
	石榴日轮丸	0.65g*36 丸	盒	20	56
19	清肺止咳丸	0.25g*75 丸	瓶	23	66
	※清肺止咳丸	0.25g*36 丸	盒	16	45
	清肺止咳丸	0.25g*24 丸	盒	13	38
20	秘诀清凉散	2g*10 袋	盒	18	50
21	※二十五味鬼臼	1g*20 丸	瓶	28	79
	※二十五味鬼臼	1g*8 丸	盒	17	48
22	智托洁白丸	1.4g*12 丸	盒	15	44

注：标注“※”及“◎”符号的 10 个品规为各公司直营门店在第一阶段及第二阶段必须销售的品种，其余 24 个品规各公司直营门店根据市场需要自由选择。其中标注“※”符号的 7 个品规每品规铺货原则为：A、B、C 店按 10、8、5 盒铺货；标注“◎”符号的 3 个品规每品规铺货原则为：A、B、C 店按 5、3、2 盒铺货。

以上铺货原则均为正常销售的最低铺货量，不含买赠活动量。若开展买五赠二活动，最低铺货量则在上述铺货原则上*4。

二、促销策略:

第一阶段: 铺货阶段

- 1、时间: 2013 年 12 月 1 日——12 月 15 日
- 2、门店: 选择川渝两地销售排名前 200 名直营门店 (附表 1)

3、目的: 消化老批号、老包装及库存。

4、要求: 首批铺货及货源保障由零售集采中心负责, 务必在 2013 年 12 月 15 日前完成首批铺货。

注: 后期要货各公司向各对应的分采中心提要货计划, 由分采中心统一报给集采中心采购部, 联系人: 陈伟、钱旺春, 电话: 89885181、86905219。

第二阶段: 试运营阶段

- 1、活动时间: 2013 年 12 月 16 日至 2014 年 2 月 28 日;
- 2、活动门店: 选择川渝两地销售排名前 200 名直营门店 (同附表 1)

3、活动内容: 开展“买五赠二”活动。

第三阶段: 全面推广阶段

- 1、活动时间: 2014 年 3 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日;
- 2、活动门店: 选择川渝两地全体直营门店
- 3、活动内容: 藏药系列全方位推广, 如销售竞赛、品牌推广活动等 (具体活动方案另行通知)

三、销售任务

销售任务 2014 年确保 1700 万, 力争 2800 万。具体任务分解由股份公司零售部分解考核到各公司; 各公司于 2013 年 12 月 15 日前分解考核到各门店。各公司任务详见附表 2。

四、奖惩制度:

1、门店销售奖励

自 2013 年 12 月 1 日起, 店员奖励按零售价的 25% 给予, 按“谁销售谁受益”的原则奖励给具体销售人员。(注: 不再给予藏药系列 T 类品种奖励, 赠品不享受店员奖励)

2、小组奖励:

(1) 在完成全年确保任务前提下, 对藏药营运督导小组按毛利额 (扣除店员奖励) 的 1% 进行奖励;

(2) 在完成全年确保任务前提下, 对各公司藏药实施小组按毛利额 (扣除店员奖励) 不低于 5% 进行奖励。奖励分配原则: 原则上各组组长不低于奖金总额的 30%, (新) 桐君阁

连锁奖励分配方案由(新)连锁申报,经股份公司批准后执行。

(3) 未完成全年确保任务,不享受以上奖励。

五、宣传活动

1、藏药全程参与“2013 太极桐君阁冬季养生文化节促销活动”,在场内场外活动现场进行宣传,由各公司藏药实施小组督办。

2、由各公司藏药实施小组负责借助“太极天胶艺术团”路演活动,在周末及重大节日开展社区宣传等活动,进行产品宣传、礼品赠送等。

3、由藏药公司提供藏药宣传页、海报等宣传物资,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,并组织门店做好宣传,并对宣传物品的合理宣传及使用做好检查。

4、由藏药公司提供藏药展示盒,各门店在收到展示盒后立即做好空盒和产品的陈列:可选用堆头、花车、端头等形式展示空盒;产品陈列要求:要求门店作优势陈列,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。

5、由藏药营运督导小组确定产品卖点及宣传语。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。

六、开展培训

1、由藏药公司组建藏药培训小组,邀请专家在 2013 年 12 月 31 日前对桐君阁零售公司领导、经理、店长、骨干店员开展多场藏药产品知识、产品卖点的培训。

2、各公司藏药实施小组于 2013 年 12 月 20 日前拟定培训计划,上报股份公司。由股份公司牵头组织,藏药培训小组配合,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、疗程用药、销售技巧等。

七、其他要求

1、在铺货阶段,各公司务必督促门店切实按股份公司要求做好藏药系列品种的铺货,并在试运营阶段严格执行“买五赠二”的促销政策,未经股份公司许可,不得擅自对藏药系列品种作让利、折扣等优惠。

2、各门店在销售过程中，尽量使用藏药疗程用药及关联销售。

3、各公司务必高度重视藏药销售，组织公司人员集中学习藏药的相关文件，确保藏药在各公司实现全员促销。各公司第一负责人为各公司藏药实施小组组长。

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，分公司一把手每周汇总门店销售情况，对藏药销售任务进行跟进。做到每天监控销量，每周考核任务。

6、未尽事宜，另行通知。

特此通知！

附表：

1、第一阶段促销活动门店目录

2、2014 年藏药系列品种任务计划

重庆桐君阁股份有限公司

2013 年 12 月 2 日

抄送：集团总经办

重庆桐君阁股份有限公司办公室

2013 年 12 月 2 日印发

拟稿：王虹

校核：郭军
