

重庆桐君阁股份有限公司(通报)

[2014]7 号

2014 年零售战略品种战况通报 (第 1 期)

【销售通报】

战略品种运营工作开展以来,统一运营工作组群策群力,股份公司
及下属单位各级领导上下一心,高度重视。2014 年 10 月份取得了销售
任务完成率 100%的佳绩。现将 10 月份战略品种销售情况通报如下:

一、战略品种销售总体情况:

1、10 月份战略品种销售任务为 1066 万元,实际完成 1065 万元,
任务完成率 100%,同比增长 486 万元,增幅 84%;

2、10 月份实现毛利额 524 万元,同比增长 2 05 万元,增幅 64%。

3、战略品种中销售增额前三名的品种:

(1) 天胶实现销售 575 万元,同比增长 320 万元;

(2) 藏药系列实现销售 158 万元,同比增长 149 万元;

(3) 自然之宝欧米伽-3 高纯深海鱼油软胶囊实现销售 16 万元,
同比增长 9 万元。

二、战略品种各公司任务完成情况龙虎榜:(按各公司销售任务完 成率排名)

第一名:重庆西部医药商城有限公司,实现销售 185 万元,任务
完成率 259%;

第二名：重庆新桐君阁大药房连锁十一分公司，实现销售 58.5 万元，任务完成率 119%；

第三名：重庆新桐君阁大药房连锁四分公司，实现销售 68.4 万元。任务完成率 112%；

第四名：万州分公司，实现销售 14.9 万元，任务完成率 109%；

第五名：重庆新桐君阁大药房连锁三分公司，实现销售 90.8 万元，任务完成率 107%；

【工作动态】

2014 年 9 月 23 日成立战略品种统一运营工作小组

为切实加强零售集采战略厂家的深度合作，提升单品销量及毛利额，进而拉动整个品类销售，提高经营管理水平。2014 年 9 月 23 日股份公司成立零售战略品种统一运营工作小组，下设五个商品运营组，分别负责各零售战略品种的全面运营，由此开启零售战略品种销售攻坚战的序幕。

2014 年 10 月 8 日确定零售战略品种目录并下达销售任务

统一运营工作组人员深入市场一线，开展零售黄金单品调研，层层筛选，优中选优，确定 17 个零售战略品种并于 10 月 8 日下达 2014 年四季度销售任务，要求各零售公司务必将任务层层落实到门店，首次铺货量不低于季度任务量的 50%。零售集采中心全力保障货源充足，务必做到不缺货、不断货。

2014 年 10 月 28 日制定下达零售战略品种运营方案

立足市场一线实际情况，保持与工业厂家充分沟通和紧密合作，统一运营工作组多次组织营运方案论证会和供应商工商对接会，制定并下发各战略品种运营方案。对各单品产品卖点、一句话营销、产品陈列、促销方案等做了统一的规范和要求，川渝齐动，全力保证单品上量。

2014 年 10 月 29 日—11 月 5 日打造战略品种样板店

为保证战略品种运营方案真正落地开展，统一运营工作组根据不同的门店类型，从 A、B、C 门店中精选出四家门店（重庆桐君阁连锁大药房二分公司旗舰店、三分公司高新区中心店、四分公司 115 店、十一分公司旗舰店），进行手把手实地打造战略品种样板店，突出战略品种的优势陈列。同时这四家样板店也受到了桐君阁连锁公司各级领

导的高度重视。分公司领导及后勤人员更是同门店员工一起亲力亲为，积极投入到样板店打造的工作中去，常常工作到深夜，使得四家样板店很快便焕然一新，也极大地调动了店员的销售热情。统一运营工作组下一步将集中全力把这四家样板店在全零售系统直营门店中进行复制，力争将战略品种销售推向新的高度。

2014年11月5日—11月6日“桐君阁养生健康购药狂欢节”掀起战略品种销售小高潮

2014年11月5日“桐君阁养生健康购药狂欢节”在西部医药商城沙坪坝店拉开了序幕。本次活动以战略品种中“汤臣倍健蛋白质粉”、“汤臣倍健蜂胶软胶囊”、“汤臣倍健清好清畅胶囊”、“自然之宝欧米伽-3 高纯深海鱼油软胶囊”作为主推品种，配合汤臣倍健健康快车现场体检活动，使“健康养生就到桐君阁”的理念深入人心，也进一步推动了战略品种的销售上量。活动期间实现销售 8.88 万元，环比上周增长 69%；客流量 800 人，上周环比增长 30%。

活动前期，重庆西部医药商城的领导、统一运营工作小组人员及门店员工齐心协力，在活动氛围营造和活动宣传方面下功夫。组织专人提前三天在店内及周边发放活动入场券；提前四天通过电话短信邀请会员参加活动。对 17 个战略品种优势陈列及多点陈列，通过手绘 POP、手工模型、气球、专架、花车、堆头、精美捆绑礼品等多种形式宣传促销内容。为保障活动效果，公司领导及门店员工一连数天都加班工作，甚至工作到深夜凌晨一点。

活动当天，健康大牌——“汤臣倍健健康快车”在西部医药商城沙坪坝店闪亮登场，为广大消费者免费检测血压、血糖、骨密度等。门店营业员带队拉着活动横幅与腰鼓队一起到周边人流量大的社区及广场发放活动入场券。店内液晶字屏、音响设备滚动宣传活动内容。活动现场顾客络绎不绝，人山人海，由于事先安排得当，现场井然有序。统一运营工作组更是邀请了重庆桐君阁连锁公司、四川太极大药房连锁公司、绵阳太极大药房连锁公司的各级领导和营运部门负责人到场交流学习。大家纷纷表示，这是一次很好的学习机会，产生出许多思想碰撞的火花，对战略品种销售充满信心，大家会将本次活动的先进经验带回去，运用到今后的销售工作中。

重庆桐君阁股份有限公司

2014年12月2日







