

重庆桐君阁股份有限公司文件

桐君阁发〔2014〕320号

签发人：袁永红

关于各公司开展“国庆节”、“重阳节” 促销活动的通知

各公司、各分中心：

“国庆节”（10月1日）、“重阳节”（10月2日）将至，特要求各公司以此为契机，围绕集团重磅品种、股份公司统一运营的50个重点运营品种及季节旺销品种，组织开展以“欢乐度国庆，感恩在重阳——国庆节重阳节感恩专场”为主题的大型促销活动，活动参考方案附后（附件）。请各公司高度重视，抓住节日促销的契机，积极策划、筹备并督导门店执行活动方案，引爆节日销售，提升整体销售，力争活动效果最大化！活动相关要求具体通知如下：

1、附件活动方案仅作股份公司指导意见，供各公司策划方案时作参考，各公司应根据股份公司指导意见结合自身市场情况自行策划开展国庆重阳双节促销活动，并于9月20日前将各公司促销活动方案报零售部邮箱 tjglsb@126.com 备案。各公司营运部门须在活动结束后一周内进行活动效果评估，并报零售部邮箱（同上）。请各公司按时报送活动方案及活动效

果评估，逾期不报者将对相关责任人处以通报批评及处罚。各公司须认真策划并督导门店执行活动方案，股份公司将不定期进行抽查，对于不按要求执行或执行不力的相关责任人予以通报批评及处罚。

2、各公司在策划方案时须保证活动时间及活动形式的区域一致性。即：重庆主城范围内促销活动须一致，成都主城区范围内促销活动须一致，绵阳主城区范围内促销活动须一致，涪陵片区范围内促销活动须一致，以此类推。

3、秋冬季吊旗、门楣吊旗、门柱版式由股份公司统一牵头组织设计等相关事宜，重庆桐君阁大药房连锁公司营运部协助。秋冬季吊旗背面广告由股份公司零售部统一招商，广告厂家负责承担制作费。要求各门店9月30日前务必悬挂到位，悬挂至2015年2月底。门楣吊旗、门柱版式仅设计出统一模板，留出空白位，各公司根据各自促销内容进行填充。

4、各公司在节日促销期间务必突出集团重磅品种宣传，抓好股份公司统一运营的50个重点品种及季节旺销品种的宣传，做好商品优势陈列，加大宣传推广力度。重点品种目录及其运营方案另行下发。

特此通知！

附件：“国庆节”、“重阳节”促销活动方案

重庆桐君阁股份有限公司

2014年9月12日



抄送：集团总经办商管科，零售部

重庆桐君阁股份有限公司办公室

2014年9月12日印发

拟稿：王虹

核稿：曹云

附件：

“国庆节”、“重阳节”促销活动方案

一、活动目的：针对国庆旅游出行人群、重阳节为老人购买礼物的人群及中老年人开展“国庆节”、“重阳节”节日促销活动，引爆集团重磅品种、节日礼品及旅行商品的销售。促销品类如：旅游出行类、保健品类、贵细类、心脑血管类、胃肠类、器械类、中药饮片类等。并通过双节促销活动，为老人营造温馨快乐节日的同时，提升桐君阁关爱老人关注健康的企业品牌形象。

二、活动主题：欢乐度国庆，感恩在重阳——国庆节重阳节感恩专场

三、活动口号：国庆出游，备齐旅行药品哦！重阳敬老，送父母健康礼吧！

四、活动时间：2014年9月27日——10月3日（7天）

五、参与门店：桐君阁川渝两地全体直营药房参与宣传及店内促销，部分药房开展店外促销或社区促销（各公司根据实际情况自定，报零售部备案）。

六、活动内容：

（一）健康出行，全家安心！——国庆旅行药品大展销

根据不同旅行地域、不同年龄消费群选择部分旅行商品进行多样组合，门店使用透明包装纸进行特殊包装及展示、DM单及手绘POP宣传。如：

“高原旅行装”：温馨提示消费者注意高原反应，应提前服用红景天，并注意旅途饮食卫生及防晒，备齐保护胃肠药物、晕车药、防晒霜等。

“海岛旅行装”：温馨提示消费者注意温差的急剧变化，应备齐感冒药，并注意防止晒伤，备齐防晒霜等。

“情侣旅行装”：温馨提示备齐避孕套等药物。

“老人旅行装”：温馨提示根据老人身体情况备齐降压药、降糖药、胃肠药等药物。

此外还可设计组合“草原旅行装”、“全家健康出行装”等

执行：产品营运组在9月12日前完成品种筛选、套餐组合及优惠形式，策划制作组在9月15日前完成DM宣传物品设计，各公司9月19日前完成制作和发放至门店，包装纸按需自行购买发放门店，门店进行组合装展示及手绘POP宣传，有条件的门店可作花车或专架陈列，配手绘POP海报。

此项活动全体门店执行，可根据市场实际情况酌情选择套餐。

（二）双节大折扣，快点来抢购！——双节感恩大折扣特卖专场

1、保健品第2件5折，器械8.5折，贵细8.5折，中西成药8.8折，中药配方8.8折

（如部分商品不参与打折，门店须用海报或促销签注明。）

执行：门店悬挂门楣吊旗，醒目展示各项折扣。策划制作组9月15日前设计出统一版式。

此项活动全体门店执行。

2、集团重磅品种天胶、美美、太极钙节日促销

执行日常促销政策，加大节日宣传，开展天胶免费熬胶活动，太极钙免费检测骨密度等，如另有促销政策另行下文通知。此项活动全体门店执行。

3、节日劲爆特价

产品营运组9月12日前选择5-10个吸客品种作特价，策划制作组9月15日前设计DM及海报宣传，门店活动期内用“特价签”醒目标注。

此项活动全体门店执行，各区域可根据区域市场情况选择不同的商品。

4、品牌厂家双节联合大促销

·参与品牌：股份公司50个重点运营品种、集团重磅品种、大保健等

·活动形式：股份公司50个重点运营品种开展店内特别推荐，店

内特别陈列，制定销售奖励方案等，部分集团重磅品种及大保健活动期内在各片区巡回开展品牌专场促销活动，活动形式如：品牌宣传、免费健康检测、免费品尝、买赠促销、抽奖等，具体形式根据产品营运组与厂家洽谈情况而定。

·执行：产品营运组在9月12日前完成厂家洽谈，确定促销合作形式、促销门店、销售奖励方案等，相关公司及门店协助办理占道手续并配合厂家开展活动，占道费由厂家自行承担。

此项活动公司选择部分门店开展场外促销活动，50个重点运营品种的店内陈列及销售奖励方案另行下文通知。

（三）重阳游一游，礼品您带走——重阳欢乐游园会

顾客凭收银小票参加，无论金额大小均可参与，每小票限1次，小票不累计（参加后工作人员在小票上打勾，表明此票已经参加过活动，不再重复参与）。奖品：招商厂家赞助（价值约2元/个）。此项活动各公司分区域选择有场外活动条件的大店开展，可根据场地情况选择1-3项游园项目内容。

1、活动时间：重阳节当天

2、活动地点：川渝各5-10家大型门店参与，原则上根据区域每区域1家。

执行：各公司营运部门筛选确定后9月12日前报零售部备案。本活动旨在吸引人气，可与其它场外促销活动同场进行，如：品牌厂家场外促销、天胶场外促销、名医场外义诊等，借势拉动销售。

3、游园活动内容：趣猜灯谜、速拼画图、乐找成语

活动现场分为“趣猜灯谜”、“速拼画图”、“乐找成语”三个区，活动形式如下：

（1）趣猜灯谜：活动现场“趣猜灯谜区”悬挂100-200条猜药名的灯谜条，如“故乡（熟地），异国（生地），不生二胎（杜仲），机构繁多（百部），一江春水向东流（通大海）”等，顾客凭票参与，每票限参与一次。正确猜谜后，工作人员在顾客肩膀上贴上“2014重阳智多星”不干胶勋章，为之发放奖品，并用话筒现场播报猜谜喜报（包括谜面、谜底、猜中者姓名，年龄，祝贺语）。

执行:

· 策划制作组搜集整理谜语并统一设计谜语条版式, 9月15日前发往各公司营运部门, 各公司自制谜语条, 可用彩色纸黑白打印, 每个谜语一条, 每条约7厘米宽20厘米高;

· “2014 重阳智多星” 勋章贴贴纸由策划制作组统一设计版式, 试招商广告承担制作费。

· 本项目面向厂家冠名招商。冠名厂家可用厂家名或产品名冠名, 名称出现在分区牌上、勋章上、每一条灯谜条上。厂家提供奖品赞助, 价值1-2元/个。

(2) 速拼画图:

将一幅12-20片的拼图打乱, 参与者在一分钟之内拼凑完成即取得胜利。获得“智慧勋章”+奖品。

执行: 本项目面向厂家冠名招商, 冠名厂家可用厂家产品宣传画面作为拼图内容, 厂家名称出现在分区牌上。厂家提供奖品赞助, 价值1-2元/个。厂家自行设计制作拼图, 材质采用KT版+写真, 斜线混乱交叉切割成12-20块, 整幅拼图大小约1米*1米。

(3) 乐找成语:

背景板上写有“桐君阁祝您一一”字样, 下面杂乱无序地写有100个汉字。参与者在汉字中随意拼凑出3个成语即获胜。获得“2014 重阳智多星”勋章+奖品。成语如“寿比南山”、“福如东海”等。

执行: 本项目招商厂家冠名, 冠名厂家可用厂家产品宣传画面作为背景板内容, 厂家名称出现在分区牌上。厂家提供奖品赞助。策划制作组9月15日前完成背景板版式设计, 各公司根据各自场地情况自制, 如悬挂可采用喷绘海报形式, 如摆放可采用写真KT板形式。

(四) 重阳诊一诊, 健康一百分——桐君阁名老中医重阳免费义诊专场

重阳节当天, 部分门店场外开展桐君阁名老中医重阳免费义诊专场, 中药配方8.8折。

执行: 各公司配合场外促销活动筛选部分门店开展, 报零售部备

案。各公司自行安排在活动现场悬挂横幅或摆放“桐君阁名医义诊区”分区牌、摆放医生简介、医生台卡，设立引方礼仪工作人员等，并提前短信或电话通知会员参与。

此活动各公司选择部分能开展场外促销的大店开展。

（五）重阳尝一尝，汤料好营养——秋冬滋补靓汤品尝会

重阳节当天，部分门店场外开展秋冬滋补靓汤品尝会，现场熬制重阳滋补汤料免费品尝，旁侧展示滋补汤料料包，DM宣传药材功效及秋冬滋补方法。

执行：各公司自配几种汤料并安排好现场煲汤及品尝，策划制作组9月15日前完成汤料宣传POP设计，并上DM单宣传，内容包括：汤料名称、配方配料、药材功效、炖汤方法等。

此活动各公司选择部分能开展场外促销的大店开展。

七、宣传形式

（一）场外促销：活动期内天天开展中小型场外促销，重阳节当天开展大型场外促销。

类型	项目内容	备注
中小型场外促销	全体熬胶店全面启动熬胶、天胶、太极钙、大保健、30个重点运营品种厂家专场巡回促销、免费检测、免费品尝、买赠、抽奖等。	
重阳节大型场外促销	游园活动、义诊活动、滋补靓汤品尝活动	

（二）媒体宣传：

名称	宣传形式及要求	备注
晨报或晚报	半版硬广 1-2 次，作促销内容宣传、重阳敬老煽情	提前两天发布
太极集团报	活动报道	活动后发布
医药导报	活动报道	活动后发布
桐君阁大药房报	活动报道	活动后发布
会员短信或电话通知	活动告知	提前两天发布

(三) 店内宣传:

名称	宣传形式及要求	备注
液晶电视	活动告知, 循环播报	
音频	活动告知, 循环播报, 由策划组统一设计内容	
门楣吊旗	一套约 5 张, 分别表述打折内容及国庆旅游出行商品促销内容、重阳节专场内容	
DM 单	重阳敬老煽情、活动内容、特价榜、买赠榜、秋冬养生知识、滋补套餐推荐等	试广告招商
海报	活动内容	
手绘 POP	活动内容、套餐推荐等	
各类促销签	买赠、特价、国庆旅行商品店长推荐等	
花车、专架、堆头等特殊陈列	旅行套餐花车、重阳送礼花车、季节品种堆头等	
节日礼装	旅行套装、重阳送礼套装。精美包装后陈列于货架或花车展示	

八、费用预算: 制作费用及宣传费用各公司自理。宣传物品由策划制作组设计统一版式, 9 月 15 日前完成设计, 各公司根据门店需求自行制作, 9 月 19 日前完成制作并发放至门店。

九、工作组: 各公司根据自身情况进行安排 (略)