

重庆桐君阁股份有限公司文件

桐君阁发〔2015〕250号

签发人：袁永红

2015年1-5月零售战略品种 销售及执行情况通报

各公司：

2015年在零售环境日益严峻的形势下，战略品种整体运营取得不错的销售成绩，但部分单品由于重视度不够未达到营运目的，甚至出现销售同比下滑，拉低了战略品种整体任务的完成率。在检查中也发现各公司重视程度参差不齐，导致各公司战略品种销售差距较大。为促进各公司之间交流学习，在企业内部形成你追我赶的良好竞争环境，提升下半年战略品种销售，现将2015年1-5月零售战略品种销售及执行情况进行通报，请各公司高度重视战略品种运营并带动其品类整体上升。

一、整体销售情况通报（单品完成情况详见附表一）

1、2015年1-5月50个战略品种累计销售5798万元，同比增加1747万元，增幅43%；累计毛利3212万元，同比增加949万元，增幅42%；完成全年任务进度29%。

2、整体任务完成率 29.4%，未跟上销售任务进度。其中汤臣倍健蛋白质粉等 8 个品种任务完成率高于 42%，完成了 1-5 月销售任务；其余 42 个品种均未完成销售任务。

3、同比销售增长单品 38 个，其中藏药系列销售金额同比增长最大，增加 348 万；同比销售下滑单品 12 个，其中补肾益寿胶囊销售金额同比下滑最严重，下滑 105 万。

二、各公司完成情况通报（各公司完成情况详见附表二）

1、按销售额同比增幅排名：

前三名依次是涪陵医药公司、重庆西部医药、四川自贡医药公司。

倒数前三名依次是：万州分中心、新连锁四分公司、新连锁六分公司。

2、按任务完成率排名：

前三名依次是：江津片区托管药房、涪陵医药总公司、11 分公司。

倒数前三名依次是：万州分中心、新连锁四分公司、新连锁六分公司。

三、对各公司及门店检查情况通报

股份公司根据战略品种完成情况，对部分公司的门店进行了巡查，发现战略品种销售排名靠前的公司领导对战略品种的重视度较高，门店员工对战略品种的了解及重视程度较高，门店首推、陈列、搭配销售、地推执行均较好，而排名倒数的公司在公司重视度及门店首推、陈列等方面执行较差，甚至有部分门店员工不清楚战略品种的促销政策及活动方案。具体问题有如下几方面：

1、部分公司领导重视度不足，针对战略品种无具体措施，无考核奖惩制度，无巡查记录，无销售及进度通报。

2、门店店员不清楚战略品种及营销策略，同类品种推荐偏离，品种搭配使用其他产品。例如有门店太极钙搭配首推仙

灵骨葆而没有搭配麦金利骨密度片，实际这两个单品可以完美组成搭配销售。

3、门店陈列无优势。按照要求战略品种必须达到 10 个以上陈列面（根据门店情况调整），但在执行中部分品种不仅未进行优势陈列，甚至连基础陈列都达不到。例如养生堂维生素 E 胶囊部分门店只有一瓶，且布满灰尘，部分门店氨基酸品种规格不齐全。

4、战略品种宣传力度不足。按照要求战略品种必须配置一句话营销，POP 宣传。实际上很多门店的战略品种只是放置在货架上，没有进行重点推荐、文字宣传、搭配销售及多点陈列。

四、优秀公司经验分享

涪陵医药公司在 2015 年战略品种营运中狠下功夫，领导高度重视组建团队全员营销，截止 5 月累计同比增长 256.8 万元，增长率 119%，任务完成率 41.4%。销售增幅排名第一，销售增额排名第二，任务完成率排名第二。以下是涪陵公司的几点经验供各公司分享学习。

1、公司领导高度重视。组建本公司营运领导小组及各品类小组主抓品类运营。

2、重视产品培训及卖点宣传。自制了每个品种的培训资料，从上至下开展分层培训。定期制作考试试卷对员工进行考试，并对考试未达标员工进行处罚。

3、及时下达销售任务。任务落实到人头上，每月通报销售数据及进度，。

4、制定公司奖惩制度，追究末位门店责任。每月销售任务必须在 85%以上，完成任务公司逐层进行奖励。

5、严格按照战略品种要求进行铺货、陈列、宣传，每个促销策略落实到位并严格执行。

6、深研战略品种销售，关注竞争对手相应品种情况并及

时采取措施应对，积极联系战略厂家，争取更多的地推活动。

五、下半年战略品种营运要求

1、各零售公司领导层务必高度重视股份公司战略品种，从上至下狠抓销售。要求销售排名倒数前三名公司的零售分管领导到销售排名前三名的公司进行为期三天的实地学习，并于学习结束后形成学习总结及本公司战略品种销售整改措施和促销方案报股份公司零售部。本次通报的公司学习任务必于 7 月 31 前完成，未按要求完成的将对该公司进行全业态通报批评，并停发分公司管理层 TABC 奖励一个月。

2、各公司制定培训计划、奖惩措施及领导班子巡店安排、每月对战略品种销售情况进行通报及奖惩。

3、严格执行各单品营销策略，积极开展单品地推活动。

4、严格按照战略品种要求进行门店陈列、宣传、推荐、搭配。

5、即日起必须千方百计遏制战略单品销售同比下滑的趋势，战略品种绝不允许出现单品销售同比下滑情况，各公司要针对下滑单品进行品种分析、调研，结合本公司、本地区实际情况制定促销措施及办法，提升销量。从 2015 年 7 月 1 日起，战略品种再出现同比下滑的品种则针对相应品种取消团促奖励（包含分公司及下滑门店），并对各零售公司负责人进行通报。

股份同比销售下滑的战略品种下半年销售措施详见附表三。

六、战略品种部分信息变更

1、从 2015 年 7 月 1 日起取消云南白药创可贴 ID: 30352。

2、汤臣倍健蛋白质粉新规格 ID: 140507，之前库存 ID 同样核算为战略品种，请各门店按新 ID 进行请货。

3、深海高纯鱼油因缺货原因现调整为普通鱼油 ID113377，之前库存 ID 同样核算为战略品种，请各门店按新

ID 进行请货。

请各公司高度重视战略品种的销售，股份公司零售部将对战略品种运营情况开展不定期检查，通报检查结果。同时各公司战略品种销售情况将进行每月通报，公示末位排名，对执行不到位，销售下滑公司进行处罚。

附表一、2015 年 1-5 月战略品种单品完成情况表

附表二、2015 年 1-5 月战略品种分公司排名表

附表三、2015 年 1-5 月战略品种同比下滑品种统计表

重庆桐君阁股份有限公司

2015 年 7 月 7 日



抄送：集团公司总经办

重庆桐君阁股份有限公司办公室

2015 年 7 月 7 日印发

拟稿：舒静敏

核稿：曹云
