

重庆太极实业（集团）股份有限公司文件

CHONGQING TAIJI INDUSTRY (GROUP) LIMITED COMPANY

重庆太极〔2016〕547号

签发人：白礼西

关于力抓集团战略客户拜访促销售的通知

各公司、厂：

为了盘活存量客户、增加太极水销量，经集团研究决定，力抓集团战略客户拜访工作，将其作为培育“四有人群”的重点工作，请各相关部门遵照执行。具体内容如下：

一、创建客户的资料：太极水事业部负责对接各系统的协调领导，按照以下体系创建全国范围内客户资料：

1、工业供应系统客户：由李（志超）总协调，各公司厂供应部门负责配合、联络按附表一创建客户档案。

2、商业采购系统客户：由向（春蓉）总协调，各商业采购单位负责配合、联络按附表二创建客户档案。

3、金融系统关联客户：由朱（明希）总协调按照附表三创建客户档案。

4、重庆上市公司协会：由蒋（茜）总协调按照附表四创建客户档案。

5、重庆医药行业协会：由袁（永红）总协调按照附表五创建客户档案。

二、客户归类排序：

各系统协调领导安排创建客户档案归类，按照如下依据排序：

1、工业供应，商业采购客户按照年度业务往来金额分成三个级别：C 级别【200 万元以下】、B 级别【200 万元（含）到 1000 万元】、A 级别【1000 万元（含）以上】。

2、其余客户按公司资产规模从大到小进行排序。

三、市场划分

太极水事业部将档案收集后按照以下市场划分规则向销售总公司、涪陵制药厂健康品销售公司移交客户档案。

1、北、上、广、深、川、渝重点市场关联客户由各太极水销售公司负责跟进。

2、供应总公司直接关联客户由涪陵制药厂健康品销售公司负责跟进。

3、“北”“上”“广”“深”“川”“渝”以外的非重点市场关联客户由集团内各对应单位及太极水事业部负责跟进。

四、拜访安排

1、根据市场划分，重点市场所在地客户由对应的太极水销售公司牵头，与李（志超）总、朱（明希）总、蒋（茜）总、袁（永红）总、向（春蓉）总及各公司厂供应采购部门衔接，制定各系统本年度拜访计划及方案报太极水事业部备案，基本原则如下：

（1）针对工业供应、商业采购 A 级客户，集团太极水分管领导、集团供应、采购分管领导、集团对口单位供应、采购分管领

导、太极水销售公司负责人应积极参与客户拜访。原则上，重点客户全年拜访不少于 4 次，每季度不少于 1 次，全年培训不少于 2 次。

(2) 针对工业供应、商业采购 B、C 级客户，太极水销售公司经理、集团对口单位供应、采购经理、太极水业务经办人应积极参与客户拜访。原则上，全年拜访不少于 2 次，组织培训不少于 1 次。

(3) 针对金融系统关联客户，即重庆上市公司协会、重庆医药行业协会，由对应的太极水销售公司按照“四有”单位开展拜访和培育工作。

2、非重点市场所在地客户，由各公司厂供应、采购部门根据工作安排开展太极水的拜访及培训工作，太极水事业部配合指定培训人员。

四、拜访内容及考核办法

由销售总公司、涪陵制药厂健康品销售公司牵头按照各阶段工作重心制定拜访内容及考核办法报太极水事业部备查。

五、奖励

客户采购达到团购要求的，根据太极集团【2016】970 号文件，实现销量后，经办单位享受团购金额 5%的推荐线索奖励，奖励的具体分配办法由经办单位领导另文规定。授权太极水事业部总经理终审发放。

六、拜访礼品

由太极水销售公司提出申请，销售总公司总经理终审，年度费用预算由销售总公司另行申报（涪陵制药厂健康品销售公司参

照标准执行)。拜访用途的礼品原则上只选择集团品种,如太极水、太极乌发露、榨菜、太极驴肉、香菇酱等,具体标准由白礼西董
事长审定。

七、工作进度安排

1、2016年11月内完成档案的创建、归类、市场划分、人员
对接,拟定拜访日程,制定拜访内容及考核办法。

2、销售总公司、涪陵制药厂健康品销售公司按太极水例会日
程,将拜访、培育情况报太极水事业部备案。

八、本文件发文之日起太极集团[2016]348号文件废止。
特此通知!

- 附件: 1、上游供应商客户名单(工业)
2、上游供应商客户名单(商业)
3、金融系统
4、重庆上市公司协会
5、重庆医药协会关联客户

重庆太极实业(集团)股份有限公司

2016年11月28日



重庆太极实业(集团)股份有限公司

2016年12月5日印发

拟稿: 范熊燃

校核: 谭春霞
