

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〔2017〕1855 号

签发人：李阳春

关于学习桐君阁医药批发公司 《“一把手”是有序营销成功的关键》 发言材料的通知

各公司：

随着 A3 有序营销的深入开展，全国一级分销商、二级配送商和各大连锁药房的销售激情已全面激活，A3 销量再创新高，截止 9 月 30 日，A3 销售已完成 11.2 亿元。重庆桐君阁医药批发有限公司积极贯彻有序营销理论，勇于拼搏、敢于创新，善于总结，将重庆市场打造为 A3 销售的样板市场，成为全国践行 A3 有序营销的排头兵和标杆企业。

现将批发公司在太极集团 2017 年中期营销大会上的经验分享材料《“一把手”是有序营销成功的关键》转发给你们，请各

公司组织员工认真学习、讨论，将有序营销工作进一步深入和细化，全面落实集团公司关于 A3 有序营销的各项要求和任务，向 A3 销售 200 亿元的伟大目标迈进。

特此通知！

附件：《“一把手”是有序营销成功的关键》

重庆太极实业（集团）股份有限公司

2017 年 10 月 23 日



抄送：总经办，商业管理部。

重庆太极实业（集团）股份有限公司

2017 年 10 月 23 日印发

拟稿：程玲

校核：唐德叔

附件

“一把手”是有序营销成功的关键

尊敬的集团公司董事局白主席、各位领导、各位营销将士：

大家好！

2017年，重庆市场在建立了良好市场秩序的基础上，继续深入开展A3有序营销工作，全力激活连锁药房的销售热情，销量再创新高；今天有幸受公司领导委托，给大家汇报2017年桐君阁批发公司有序营销的工作情况。

截至2017年9月，重庆市场深化有序营销主要取得了以下四大成果：

一、重庆市场A3继续保持良好的增长，截至2017年9月，纯销增长25%，终端覆盖达到26000家，增加4000家；

二、目前重庆所有区县的A3销量均突破100万元，其中渝北、南岸、九龙坡、万州、涪陵、沙坪坝等六个区县率先突破1000万元；

三、因良好的市场秩序，各大型连锁公司A3销量均大幅增长，增长率均达到50%以上，如：桐君阁、鑫斛、唐氏等；中小型连锁实现翻番，如：真善美、尚新等，其中：桐君阁连锁销售总额已跃居重庆第一。

四、A1、M6、B3、H1等重磅产品正式装入有序营销篮子，重庆主城于8月3日、其他区县于8月18日全面实行有序营销，经销商反响较好，且销售积极性很高。

重庆市场A3实行有序营销以来，我们深知“一把手的重视”是成功的关键，不仅总经销商要将A3作为“一把手工程”来抓，

其他经销商也应如此。为了让所有二级经销商的“一把手”重视，我们根据各区域、各经销商的实际情况将经销商分为 ABC 三类进行管理，由不同领导进行督促和培训，如：年度任务量大的连锁公司列为 A 类客户，由胡芳董事长亲自主抓，通过拜访、督导、培训等方式，提升此类客户的一把手重视程度。

我们注重各种形式培训二级商的一把手，7 月 23 日在集团公司白董事长的大力支持和指导下，组织召开了“重庆医药行业商业峰会”，邀请到了 82 家 A3 二级商的 79 位一把手参会，业内大咖云集，会上通过案例分享、专家解谜、工商互动、竞品品鉴、经验交流等方式，再次对二级商的一把手进行培训，所参会的一把手表示不虚此行，回去一定抓好 A3 销售；事实证明此次会议效果非常好，各一把手的表态更是“情真意切”，会後一周内销售 A3 高达 3144 万元，相当于前三周的总销量；其中 7 月 31 日一天就销售了 1420 万元，创造了史无前例的又一新纪录！

2016 年建立了 A3 良好的市场秩序，2017 年必将激活重庆各大连锁的销售热情；因此我们确定了“连锁增量计划”，投入了更多人力物力，配合西南营销总部开展连锁培训工作，要求各连锁加大 A3 销售力度。截至 2017 年 9 月，重庆 A3 增量的近 80%来自于连锁二级商。下面分享一个案例：

尚新连锁是沙坪坝区一家仅有 8 家药房的小型连锁公司，2016 年 A3 销售不到 15 万元，毛利 5 万元，该连锁老板销售 A3 的积极性不高，通过我司相关领导和销售人员多次沟通交流，并给其介绍了其他连锁成功的案例，同时还给该连锁制定了翻番的促销方案；最后，该连锁老板景斌不但非常愿意配合，还亲自参

与并认领药店，同时要求公司所有员工都要承担任务，即：后勤人员认领药店，药店认领任务；于是我们从店员培训、激励政策、排他销售、团购销售等方面指导开展 A3 销售增量工作。我司胡芳董事长亲自为尚新连锁店店员培训授课，同时落实了激励政策和排他销售（合剂全部下架），该连锁老板景斌在现场组织店员认领任务并先发 80% 奖金，店员士气高涨。截止目前该司 A3 销售已突破 60 万元，毛利超过 20 万元；由原来的店均销售不到 25 件增长到 100 件，增长率超过 300%。

通过以上案例，充分说明了“一把手”在有序营销中的核心作用，是一个区域、一个连锁的有序营销能否成功的关键所在。因此，建议大家首先应充分调动各级经销商“一把手”的积极性，提升“一把手”对有序营销的重视程度，太极产品的优异品质和有序营销的成功案例，足以让我们有底气与“一把手”对话，足以成为我们撬动一个“区域或连锁”的支点！

最后，代表桐君阁批发公司感谢集团公司的正确领导和大力支持，感谢西南营销总部各位营销将士的通力协作和辛勤付出。重庆市场有序营销将实现“三年三跨越”，2016 年建立了良好的市场秩序，2017 年已全力激活连锁的销售热情，2018 年将继续深化，以点带面，终端全面开花，形成“有序营销会战之势”，我们有能力、有信心完成集团公司下达的“长子工程”任务！