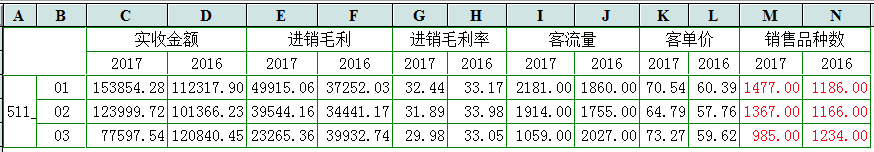
**杉板桥店“快销店”营运方案**

为提升门店市场竞争力，提升库存周转率，经过市场调研商圈分析后，现拟将杉板桥店打造为公司“快销店”进行营运，通过“品种价格人有我有、专业服务人有我优、品牌质量人无我有”的经营理念，力争实现品种全、动销快的专业动销店。具体细则如下，请各部门、门店积极落实执行！

1. **品种规划（当前品规3140个）**



主要内容：该店品种数补充到3500个（下限）。具体各品类商品目录详见附件：B类社区店商品目录清单，清单由商品部进行提供随同文件下发。

操作细则：请片长协助门店匹配门店当前库存，对门店无库存品种再次进行补充，使门店商品达到规定数量。要求在发文后3个工作日内将含需求数量的补货清单传营运部，营运部收到清单后当天内传采购部进行备货，采购部于收到清单后10个工作日内将需求货品配送至店。

**二、价格策略**

1. **买贵补差**

**主要内容：**门店对所销产品进行“买贵补差”的惠民政策，以吸引竞争对手客流。即：顾客凭在我司购买的收银条在周围500m内药店购买到更低价格，凭两张收银条15天内（按在我司消费当日起核算时间）至店可补退现金差价。

**操作细则：**

1. 门店收到顾客收银条后对比商品基础信息（品规、规格、厂家、批号）是否一致，确认竞争对手售价后，按在我司售价的差价以现金形式补退至顾客。
2. 同时门店在“400727”中进行价格维护，并在备注列录入“补退顾客XX元”，并做好顾客领现登记，于每月30日前将电子版传回至商品部邮箱、纸质版收银条传回商品部。
3. 账务处理，门店同时按收银条总单ID对该商品进行零售退货，退货后重新以补退后的金额进行零售前台下账处理。例如：感康原销售出12元/盒，有顾客反馈退给顾客差价5元。门店先将原销售单感康做零售退货后，再按7元/盒进行零售前台下账。
4. 商品部每月30前导出该店维护的补差品种进行分析，对品种价格做出反馈处理（做超低特价、设为会员价、调整零售价、门店做促销活动）；同时于当日将清单传采购部。
5. 采购部接到补差品种清单后，及时联系供应商（生产厂家）维护市场价格，同时要求索赔补差金额。每月7日前将处理结果（厂家3天内维价、厂家同意补差价、该店暂时下架待价格维护后上架、无厂家人员跟进建议调整售价）反馈至相关业务部门、门店。

流程图：

顾客凭2张收银条到店

门店核对商品信息，补差至顾客

门店进行零售退货后，再下账

门店做好系统登记，顾客领取登记

商品部每月30前导出补差品种，并进行处理反馈，同时传采购部

采购部每月7日前反馈联系厂家处理结果

1. **超低单品**

**主要内容：**每月为门店打造100个超低单品，每周限购3盒/会员，进行底价促销，用以吸引新客流。

**操作细则：**

1. 门店按超低特价流程每月20日前申报进系统“400727”中，采集周边（主要竞争对手）价格信息，填写好建议价（以低于竞争对手的价格进行申请）。
2. 商品部每月制作出该店下月的超低单品清单，于24日前传营运部策划科。
3. 策划科于次月1日前将宣传物料（DM单、海报、促销策略）备好至店，进行促销。
4. **会员价、会员策略**

天天会员价品种、会员策略执行公司统一价格、策略保持不变（增加每天免费为会员血糖项目，限20名）。

1. **营销宣传**
2. 每月不少于1次限时惠购活动，不少于1场单店活动；营运部为其定制活动方案、活动物料，保证活动顺利实施，吸引新客流。
3. 定制设计橱窗灯箱针对该店“买贵退差”活动进行宣传，要求内容简要、标识醒目。
4. 门店商品陈列保持与公司低价陈列要求一致，由营运部统一制定标准。
5. 门店设立重点商品推荐区，将活动单品、吸客商品进行分区陈列，由营运部专为其打造一个陈列区，以后每月更换商品清单、活动内容、宣传物料。
6. 其余门店营运宣传物料按重装门店流程上所附清单如期备货至店。

**四、员工编制、绩效考核**

1. 该店员工定编4人，具体人员安排由人事部于发文后10个工作日内配置到位。
2. 该店主要考核销售额、客流、动销品种数三项，具体考核目标、占比由营运部每月26前将下月考核指标通知至片长、门店。后期考核指标根据实际经营需要，可由营运部作适当调整。
3. 正式开业（开业活动）后，根据门店销售情况对门店额外销售奖励（不含员工正常发放工资、奖励），具体指标、奖励标准详见下表。以下奖励店长分配不少于50%。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **日均销售额** | **日均客流** | **实现时限持续时间** | **奖励标准** | **门店毛利率** |
| 6350 | ≥90 | 3个月内持续3个月 | 4000 | ≥25% |
| 6个月内持续3个月 | 2000 | ≥25% |
| 7650 | ≥110 | 3个月内持续3个月 | 6000 | ≥25% |
| 6个月内持续3个月 | 3000 | ≥25% |

1. 以上员工绩效考核排除门店施工等特殊情况下进行，若遇其他特殊情况请及时上报至营运部。
2. 本文件自发文之日起开始试行，在试行过程中遇任何问题，请各部门、门店及时反馈至拟稿人，后续可根据反馈意见、经营需要进行修订完善。
3. **各项附件**
4. 附件一：B类社区店商品目录清单
5. 附件二：“买贵退差”顾客退现登记表
6. 附件三：清江东路店月考核指标明细表（由营运部每月26前单独下发）

四川太极大药房连锁有限公司

2016.3.21