

“群雄逐鹿 霸主显现” 上汽红岩营销技能比武大赛圆满落幕

11月26日,上汽依维柯红岩商用车有限公司(以下简称“上汽红岩”)举办第八届“狮王争霸赛”最后两站——华东赛区和东北赛区的营销技能比拼正式结束,伴随着最后4位销服冠军的诞生,2017上汽红岩营销技能比武大赛圆满落幕。至此,400余名上汽红岩全国营销服务精英历时近一个月的激烈角逐,终于完成比拼,18位销售、服务冠军脱颖而出,即将于年底赴海南参加上汽红岩2018商务年会,接受特别培训和团队拓展奖励。

据了解,在这些“霸主”中,多数是初次夺冠的新人,也有几位往届的熟悉面孔,比如今年再次夺冠的“重庆甘哥”——甘元亮,就是上汽红岩小有名气的“三连冠”霸主。这位来自重庆上汽汽车销售有限公司的销售代表,从2011年进入上汽红岩销售网络,至今已卖出1600辆红岩重卡,不仅是同事们争相学习的明星榜样,也是当之无愧的销售冠军。对于本届比赛再夺冠,甘元亮表示自己更多的是为交流学习而来:“这次参赛的收获非常大,不仅分享到了前辈的经验,也感受到了年轻人的新思维,促进了自己学习提



高。”

上汽红岩相关负责人也对本届比赛评价极高,他认为此次红岩“狮王争霸赛”不仅规模进一步扩大,赛程也更为严格,比赛内容不仅有基础的理论知识、案例分析,还有

营销技巧、维修技能等多方面的实战考核,所有参赛选手在比赛中都展现出了自己的最佳水平,营销服务团队的综合素养也得到了全面提升。他说:“这样的比赛效果十分令人欣慰,今年以来上汽红岩取得的成绩有目

共睹,爆发式成绩的背后离不开我们所有营销、服务团队的努力,他们勇往直前、顽强拼搏的精神面貌,是红岩能够取得骄人成绩的关键原因。”

而另一位力争将自己当做红岩代言人的昆明销售冠军雍其洪却认为,销售、服务人员的专业能力与整个企业的成绩表现是相辅相成的,他说:“今年上汽红岩处于历史上发展最快的阶段,产销量双双创纪录的市场表现,给了我们销售、服务人员极大的动力和信心,带动整个团队的斗志,才使得大家在今年的‘狮王争霸赛’上发挥出了更高水平。”

人才是企业发展的基础,企业发展也是提升人才素养的关键。今年的上汽红岩,向整个重卡行业展现出斗志昂扬的“黑马”之姿,本届“狮王争霸赛”,又向行业展现了红岩人团结奋斗的企业精神。上汽红岩相关负责人对红岩未来的发展充满信心,他表示:“通过此次技能比武大赛,每位参赛人员都能得到更好的提升,年底销量也有望冲上更高水平。相信明年,上汽红岩也将依靠优质的产品和服务开拓更广阔的市场。”

(谷婷婷 于丹)

品牌年轻态

从不久前结束的2017网易娱乐跨界盛典,到2017网易年度态度大赏,活动现场都有一匹黑马,光芒盖过一众明星,俨然成为了娱乐界的红人,亦是当日盛典最大亮点之一。

它,就是科沃斯机器人旺宝。科沃斯机器人国际事业部总裁钱程先生不仅携最新一代科沃斯机器人旺宝参与活动,同时还与网易合作大玩跨界营销,展现科沃斯品牌多元化的一面。

多元化跨界,融入年轻群体

对于85后、90后年轻人群而言,科技、好玩、时尚是他们的关注点,科沃斯牵手网易娱乐跨界盛典尽展科沃斯的跨界能力;娱乐盛典现场,科沃斯旺宝与年轻群体直接对话,为年轻时尚一族传递时尚智能家居的理念,真实地呈现在全国观众面前,向大家展

科沃斯大玩跨界营销

示未来世界,智能机器人将会进入千家万户。

同时,科沃斯一直活跃于娱乐圈,参加综艺、娱乐等节目,与明星互动。在优酷网络综艺《小手牵小狗》中,科沃斯旺宝是道格师父罗志祥的好帮手,看护着萌娃萌宠;电视剧《凡人的品格》里,科沃斯机器人减轻做家务的苦恼,增添生活质感;北京卫视真人秀《机会来了》第二季,科沃斯沁宝走上舞台,展现了快速有效净化空气的能力。

每一个场景下,科沃斯都成功“抢镜”,更掀起一番热议。科沃斯机器人通过多元化的娱乐营销,让科技以更人性化的形象走进人们的生活,以更具年轻化的沟通模式,与年轻消费族群关注点进行融合,打通品牌与年轻消费群体情感链接。

“科技+娱乐”跨界,营销新常态

事实上,科技+娱乐的营销结合屡见不鲜,但把机器人搬到娱乐现场与用户直接互动的玩法在国内尚属少数。科沃斯多次牵手网易跨界,创造科技与娱乐完美结合的潮流集会,让用户现场体验服务机器人的交互功能。

从双方的品牌和用户特性来看,实现这样的诉求本身并无难度。科沃斯是时下机器人的领先品牌,凭借自身核心技术竞争力,致力于“让机器人服务全球家庭”,让更多人能够乐享科技创新带来的智慧生活,提供时尚智能家居的生活方式。

而作为内容消费升级的引领者,网易一直走在泛娱乐产业的前列。网易传媒是“跨界”这一概念的原创者和坚定推动者,在业内率先提出“跨界推动时尚”这一概念。

从这次跨界不难看出,科沃斯参加网易娱乐盛典、网易年度态度大赏等活动都是和

品牌调性相适合的,两大品牌本身覆盖的用户范围以及用户需求都有着必然交集,机器人在未来越来越潮流,有自己的个性和特点,与盛典的主题“有态度”不谋而合。

作为机器人行业翘楚的科沃斯,以科技跨界娱乐的创新形式俨然走在品牌营销创新的前列,打破边界,积极寻求新的方式来让家用服务机器人更好地走进年轻用户的生活,让用户感受到对年轻群体的关注与关心,传递年轻态的品牌认知感。

科沃斯品牌跨界营销动作愈加变大,合作的品牌选择也愈加广泛。这背后不仅是科沃斯强大的品牌影响力和良好的产品口碑的支持,还有科沃斯在科技领域之外创造了不少新玩法,比如“科技+娱乐”跨界,让用户需求得到满足,品牌方获益。未来,期待科沃斯有更多新鲜的尝试,打造全球顶尖家用机器人品牌。

(网易)

威可多集成灶电器营销4P战略基础

在企业的发展中,适当地通过使用一些营销理论来扩大营销市场份额,赢得最大利润是必不可少的手段。而其中,4P营销理论便是一个很好的选择!营销战略的本质就是企业经营管理的战略,由于制定市场营销战略的出发点是完成企业的任务与目标,以投资收益率、市场占有率或其他目标为比较依据来进行营销组合是比较符合实际的。

作为企业营销的战略基础,营销因素组合既可以四个因素综合运用,也可以根据产品与市场的特点,分别重点使用其中某一个或某两个因素,设计成相应的销售策略,而这是一个细致复杂的工作。

4P营销理论中,首先,从市场营销的角度来看,Product(产品)是指能够提供给市场被人们使用和消费并满足人们某种需要的任何东西,其中包括有形产品、服务、人员、

组织、观念或它们的组合。这要求企业根据市场需求注重开发产品的功能,要求产品有独特的卖点,把产品的功能诉求放在第一位。

在产品开发上,威可多集成灶品牌不断取得突破,从智能电加热清洗、头部智能恒温、带电蒸箱款,再到互联网+电子显示屏网、通信、娱乐一体的科技,体现了威可多在技术研发和新品创新上的强劲实力。

Price(价格)是指顾客购买产品时的价格,包括折扣、支付期限等,价格或价格决策

关系到企业的利润、成本补偿、以及是否有利产品销售、促销等问题。其要求企业以营销目的为导向,根据不同的市场定位,制定不同的价格策略,最终达成预定目标。

越是在经济不景气的时候,利润对企业

的意义越重大。威可多敏锐地看到了这个问

题,并且在企业战略上进行调整,不追求做大,但一定要做强。为了制定合理的价格,威可多也通过对销售端、采购端、制造端等端口进行梳理,加强各系统之间的对接,从而提高生产计划的准确性,减少浪费,节约成本。

Place(渠道)是指在商品从生产企业流

转到消费者手上的全过程中所经历的各个

环节和推动力量之和。通俗来讲就是企业产

品的分销渠道,企业应考虑如何交付价值,

如何以最有效的分销体系,最恰当的成本,

最恰当地方交付给最目标市场消费者。

从每一次的营销创新,都能带来市场和

销量的积极变化。而2017年威可多提出的

“背板式营销”的新思路,用颠覆厨电行业传

统理念的互联网+的全新模式,凭借扎实的

基础,良好的口碑,最终是想以小博大、以有

限资源换取无限回报的效果。

Promotion(促销)是公司或机构用以向目标市场通报自己的产品、服务、形象和理念,说服和提醒消费者对公司产品和机构本身信任、支持和注意的任何沟通形式。广告、宣传推广、人员推销、销售促进是一个机构促销组合的四大要数,促销非常强调互动沟通和以消费者为中心进行沟通。

威可多集成灶手把手帮助经销商做活动,做宣传,建设标准终端,既为经销商打开了市场,也培养了经销商,让经销商自身的营销队伍在实战中获得了成长。威可多建立了体系化的合伙人管理系统,将全国的渠道力量紧密地联合起来,聚力蓄势,合作共赢。

同时,威可多电器的营销方案为经销商们找到了应对变幻莫测的市场的绝佳方法,

解决了经销商们的痛点,也为企业的长

足发展打下了牢靠的基础。(中华集成灶网)



本次征文比赛活动共计投稿29篇,经公司文书组综合评审,来自质检部的黎正勋荣获一等奖。公司领导钟正利、团委杨凌、质检部张桂铭分别获得二等奖。公司领导陈强,总经办周俊,党委办孙洪银,销售

工的时事政治精神境界。本次征文比赛活动得以成功举办,是大家努力的成果,我们要认真总结经验,不断推动学习十九大精神取得新成就、新进展。在工作中,大家要以公司“惊蛰计划”为契机,结合公司实际,充分

发挥党员干部和青年员工的能动性和自觉性,在公司内部掀起一股“变革”的热潮。

颁奖仪式上,获奖选手代表黎正勋、杨凌发表了获奖感言。

公司在家领导,各部门正职以上管理人

员,所有参赛选手,公司党委办、总经办、

团委及全体党员参会。

(熊建斜 摄影报道)

茅台保健酒业之窗

茅台保健酒业公司召开“深刻领会十九大精神 奋力做好保健酒事业”征文比赛颁奖典礼

为隆重庆祝党的十九大胜利召开,贯彻落实习近平总书记在十九大报告中的重要讲话精神,进一步推进公司的转型发展和“惊蛰计划”的启动,近期,保健酒业公司开展了“深刻领会十九大精神 奋力做好保健酒事业”的征文比赛活动。

11月21日上午10点,公司党委委员、纪委书记周正喜在公司9楼会议室主持召开了“深刻领会十九大精神 奋力做好保健酒事业”征文比赛颁奖典礼。邀请了公司党委委员、副总经理、首席质量官陈强,党委委员、副总经理赵富刚,总经理助理李明光、宋毅、张显明、程秋为15位获奖选手颁

奖。

公司王世刚、张婧、欧敏,物资供应部周婕,包装车间李安彬,人事劳资徐杰华分别获得三等奖。公司领导周正喜、宋毅获得参与奖。公司出席领导分别为获奖选手颁发了荣誉证书和奖品。

周正喜强调,学习贯彻十九大精神是一项长期性、系统性的工作,各部门、各单位一定要高度重视,通过开展丰富多彩、形式多样的宣传教育和主题征文活动,不断增强党员干部和员工学习的针对性和实效性,树立好自学的信念,自觉抵制不良思想意识的侵蚀。今后,类似的活动还要多组织、多开展,进一步提升党员干部和青年员

工的时事政治精神境界。本次征文比赛活动得以成功举办,是大家努力的成果,我们要认真总结经验,不断推动学习十九大精神取得新成就、新进展。在工作中,大家要以公司“惊蛰计划”为契机,结合公司实际,充分

发挥党员干部和青年员工的能动性和自觉性,在公司内部掀起一股“变革”的热潮。

颁奖仪式上,获奖选手代表黎正勋、杨凌发表了获奖感言。

公司在家领导,各部门正职以上管理人

员,所有参赛选手,公司党委办、总经办、

团委及全体党员参会。

(熊建斜 摄影报道)

茅台保健酒业公司召开第十六次党委(扩大)会议

《中华人民共和国企业国有资产法》,周正喜同志领学了《企业国有资产监督管理暂行条例》,孙洪银同志传达学习了《中共贵州省委关于印发〈中共贵州省委巡视工作实施办法〉的通知》文件,参会领导就学习领会文件精神进行了研讨交流。

会末,公司召开了党委会议,就审批机关后勤党支部接收预备党员和销售公司党支部接收预备党员进行研究讨论。经公司2017年第十六次党委会议研究决定,同意接收罗江琴、杨凌、任娜、张婧四位同志为中共预备党员。

(熊建斜)



太极集团董事长首创有序营销 蕉香正气液成经典案例受好评

中国医药营销白云山论坛暨2017中国医药十大营销案例颁奖大会于11月27日在78届广州药交会期间,隆重召开。太极集团董事长白礼西首创有序营销理论,试水一年,太极藿香正气液拔得头筹,2016年创下单品年销售额达10亿元的营销神话,受到医药界,传媒界的高度关注。经过网络投票(40%)和专业评审(60%)。太极集团有限公司荣获2017年度中国医药十大营销案例第一名。

据了解,太极集团已在太极集团董事长白礼西的带领下实现了跨越式发展,从一个单纯的制药企业,发展成为集中成药、西药、保健用品研发、加工、销售,医疗包装制品加工,医疗器械销售,中药品种植,商品包装,旅游开发等业态于一体的大健康集团。太极集团连续十五年入围中国医药500强。2016年3月1日前,完成“太极实业”、“西南药业”、“桐君阁”三家上市公司整合为一。“太极”(TAIJI)是中国首批驰名商标,2016年集团销售额达330亿元,2027年将跨越千亿大关。

白礼西毫不掩饰未来太极集团将跨界深耕大健康市场的愿景。未来太极集团将依托医药工商业积极发展医养结合,利用太极品牌效应,发挥自身资源优势,以健康养生为主题,以中药日化和养生食品为重点,逐步推进中医药养生及日化产业发展,打造新的经济增长点。

据了解,今年太极集团将继续以“千太极规划”统帅全集团发展方向,创新思路、成本攻坚,深化有序营销,做好集团发展战略及产品营销策略顶层设计,将太极急支糖浆、太极通天口服液等等太极独家优势品种装进有序营销这个篮子里,推进太极系列品牌营销模式快速转型,以学术推广为依托,有序营销为纲领,促进集团跨越式大发展。

(齐鲁)

奠基企业定位 力争行业好口碑

随着工业4.0的发展,企业整个生产流程的高效的管理与自动化的生产,即数控已经成为制造业的基石。数字化转型已成中国制造业转型升级的重要途径,市场需求促使自动化产品发生新的变化。新技术不仅仅是便利、成本的节省,更重要的也是对新的盈利模式的催生。

杭州众辉数控自动化有限公司主要经营生产、销售:木工设备;经销:机电设备及配件、五金、纺织产品及原料、化工产品及原料(除危险化学品)、电子产品、玻璃制品、橡胶制品、服装鞋帽、工艺品、箱包、家具、办公用品等管理项目。

众辉数控作为浙江杭州自动化成套控制系统的知名企,经过多年的发展和努力,一直力争行业中的最好口碑,勇做行业中的发展引擎。众辉数控秉承传统又不断创新,更是注重研发。优秀产品品质让客户遍布各地,公司一直以来坚持“以诚兴业,共存共荣”的经营理念,视客户与伙伴为挚友,坚持诚信、互利,为客户提供最好的服务和最实惠的价格。

经过几年的努力与发展,已具一定的规模及实力,现拥有一支技术服务团队,以卓越的服务品质、专业安全的技术服务实力,为不同群体的用户提供更高更优质的产品服务。对员工也是要求服务质量的付出,绝不会让客户失望而来,失望而归,一定让客户花的每一分钱都用在该用之处。

在新的里程里,众辉数控将以下游超越客户不断增长的期望为准绳,努力用精致管理和温馨服务回报社会,继续领行业之新,标行业之异。以昨日的成功作为今日的起点,迈出新的步伐,走向更加辉煌灿烂的明天!

(黄校)

创造高效质量 提升品牌形象

由于现在人口的不断增加,人们的生活水平的不断提高,城市的快速发展对于物流的要求也是越来越高,更需要一些市场化、专业化、社会化、信息化的物流公司。

仙居永安物流有限公司是一家经工商、税务及交通运管审核批准成立的以公路货物联运、装卸、仓储、货运代理为主的综合货物运输企业。公司坐落在环境优美的永安溪畔,距仙居东高速出口一公里,交通便利。公司服务生产制造企业120余家,其中多家上市公司,根据企业需求,结合自身的专线外,跟周边发达地区多家物流专线合作,还与卡行天下和韵达快运联盟,解决企业多元化物流方案。仙居永安物流网是专业从事公路物流运输、特快物流运输的大型企业物流网,主要经营台州(临海、温岭、黄岩、椒江、玉环、天台、仙居、三门)及周边发往全国各地的货物,为您提供超个性化的物流解决方案,是台州大小生产企业最佳选择。

公司创立以来,一直以“安全、快捷、准时、高效、优质、贴心”为宗旨;公司有强大的运输实力,公司对客户货物实行全程跟踪。公司开发了先进的物流网络管理系统,运用以信息技术为核心的现代化物流技术,公司坚持以市场化、专业化、社会化、信息化为基本方向,合理进行区域布局,提高公司对现有资源的整合能力,打造特色鲜明、优势显著、积极高效具有区域影响力和竞争力的质量企业,提升公司品牌形象。

时代的变化、客户的需求都将成为仙居永安物流进步努力的指引点,在未来时代,仙居永安物流一定会带着自己的品牌形象在市场中在社会中在城市中“发光发热”。