

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 12 版

第 208 期 总第 8366 期
统一刊号:CN51—0098
邮发代号:61—85
全年定价:450 元
零售价:2.50 元

2015.8.7

星期五
乙未年 六月二十三
热线电话:400 990 3393
官方微博:weibo.com/jrwbd
weibo.com/jlrbs

“驶过”抗战硝烟的黔桂铁路

◎道路险峻 交通落后 始建铁路 ◎筑路环境艰苦 进程缓慢 ◎战火中难逃厄运

<< [P2]

本期导读 Highlights

许昌市长武国定
到中原国际农产品物流港
调研

近日,河南省许昌市人民政府市长武国定带领各县市区和市直单位负责人等全市重点项目观摩团,对 2015 年许昌市十大民生工程、省市级重点项目中原国际农产品物流港进行观摩调研,河南众品集团董事、副总经理本保利陪同。

<< P3

车企鏖战冬奥会营销“大赛”
谁是最后赢家

“北京!”当冬奥会主席巴赫在吉隆坡拿出了 2022 年冬奥会投票结果的信封并宣布最终结果时,作为 2008 年夏季奥运会举办的北京再次陷入了疯狂的欢庆之中。

<< P5

多方跨界营销模式,
谁会成为最终赢家

纵观跨界合作的经典案例,不得不提到近期小米、大众甲壳虫、滴滴专车三方的跨界营销。

<< P5

城会玩
小熊玩转娱乐营销

在“全民娱乐”时代,品牌进行娱乐营销的案例数不胜数,且在如今小鲜肉大批量占据话题舆论的环境下,品牌营销追逐小鲜肉已经成为普遍的现象。追随娱乐营销相对成熟的服装、快消品、汽车等行业,如今家电行业也开始热衷于借助电影、电视剧、综艺节目等娱乐资源,进行品牌推广。

<< P6

众生药业借势游戏展
大玩跨界营销

在刚刚结束的第十三届中国国际数码互动娱乐展上,众生药业借势推出“烽火侠”,联合各大游戏厂商派送礼物,一向以严肃面貌示人的药企,首度借势游戏展,玩起了跨界营销。

<< P7



双汇 火腿肠 黄金热狗
HAWAII Gold Hotdog



伊贝实业
中国高端鞋靴领跑者
http://www.js-yb.cn



安禾牧场
健康源于自然
全国唯一客服热线
400-0639-800



iPhone, android 手机扫描二维码下载安装
企业家日报微信公众平台
企业家日报社手机客户端 APP—太阳岛二维码

本报常年法律顾问为闫永宁律师
手机:13609110893

带着感恩和敬畏的心做营销 ——访成都伍田食品有限公司营销中心总监孙书建

■ 本报记者 何沙洲

前往成都伍田食品有限公司营销中心总监孙书建时,他正和营销中心推广部负责人赖于实和成都办事处经理宋涛,与公司生产、采购等部门负责人研究如何赶紧完成订单确保市场不缺货。目前正是旅游旺季,市场对伍田手撕牦牛肉、牦牛肉酱等系列产品需求大增,仅成都办事处 7 月就接到几十吨产品的订单。

“我们隔天就要与生产、后勤、采购等部门对接,确保按时完成订单生产,让消费者能及时享用伍田系列美食。”孙书建告诉记者,随着技术发展的日新月异和新产品的不断涌现,广大经销商和消费者对于产品和服务的期望越来越高,有这么多的经销商和消费者喜爱伍田系列产品,伍田营销中心的全体人员要带着感恩的心去满足他们的需求;同时,当今的经销商和消费者已不再是产品与服务的被动接受者,他们比以往掌握更多的知识、信息与技能,伍田营销中心的全体人员又要带着敬畏的心积极地去发现或挖掘他们的需求,坚持一如既往地以产品的品质、以产品的差异化、以产品的品牌内涵和服务来回报他们。

怀着感恩的心在认真做事

“怀着感恩的心去踏实地做事、诚信地做人,要有能力承担责任。”孙书建说 2001 年从部队退伍直接应聘到汇源果汁公司,之后陆续到白家粉丝、万良菌业和伍田食品,14 年来,他都是怀着感恩的心在认真做事。从一个退伍兵到营销总监,工作是很艰辛的,这期间他要感谢 4 个人,首先是感谢部队领导让他进了汇源,从此走进食品行业,其次是感谢汇源的生产厂长、白家的董事长和万良的老总,“他们在我的职业生涯中起了重要的作用,才让我今天有机会有一定能力在伍田这



●孙书建表示,现在要时刻把准市场发展的导向。

个平台上更好地发挥作用。”

孙书建在汇源是从搬运工开始做起的,工作很累,他下决心一定要改变自己的命运。看见销售人员穿西装打领带的潇洒形象,就决定去做销售,而且一定要做好。他的要求得到了批准,有了一定要做好的渴望,他从业务员干到了区域经理。在汇源工作七年,他觉得需要换个环境成长,到了白家他从业务经理干到了区域销售总监。在白家工作六年,觉得发展遇到了瓶颈,又到了万良做全国销售总监。“人要有志向,还要有沉淀。”孙书建感慨地说,在全国市场运作的经验和教训。

今年三月,孙书建经过深思熟虑后到了伍田,“我在寻找一个志同道合的企业老总,更能让我所想的和企业所想的取得一致获得更好的发展。”孙书建说伍田食品公司总经理

范正海满足了他的愿望。

“我到伍田是慕名而来的,知道这是一家品牌食品企业,率先在行业里提出‘企业良心做食品,经销商安心销售食品,消费者放心享受食品’的‘三心’经营理念,做得很不错。”孙书建说让他最高兴的是,跟范总见面,因为都曾经是军人这个缘分,他们谈得很开心;孙书建的许多营销策略和想法与范总不谋而合,他觉得范总待自己如战友间兄弟一样,在一起交流就是谈想法、说未来,互相鼓励,感觉有一种跟范总一起向前冲的劲头。

要心存敬畏做好产品做好服务

虽然到伍田只有几个月,孙书建已经跑了几省熟悉伍田产品市场,与经销商沟通了解消费者新的需求。他说,在传统的卖方市场已经转化到买方市场的今天,消费者无疑

真正成为了市场经济的主体,消费者的需求成了企业发展的主导因素,在这样的大环境下,企业必须运用自身的最大优势去满足消费者需求,并不断去关注、分析、策划、挖掘不同的市场需求空间。为此,伍田营销中心成立了产品研发部和综合管理部,一个是负责产品研发和市场开拓,另一个是加强与经销商的沟通和售前售后服务,伍田营销中心就是一个为了消费者的需求不断创新服务的团队,使消费者不仅能从伍田的创新优势中获取最大受价值,更能享受到伍田“三心”经营的高品质服务。

目前,孙书建给营销中心定了一个目标,带领这个团队一年实现伍田产品销售翻番。伍田已有专注近 20 年食品加工和研发的优势,有全国市场销售的基础和品牌影响力,这是孙书建要实现销售翻番的底气。他认为,目前营销中心这支团队人员年龄偏大,工作稳健有余,要从业务手段上、绩效考核上激活他们的积极性,能者上,要放权放责让他们大胆发挥特长,培养大家各自能独挡一面又能“合力”共谋大局,这样打造团队的精气神和新形象,再加上生产和后勤配合好,实现销售增长是没问题的。

当然,现代营销是产品与客户互动导向的动态发展。孙书建通过调研认为,现在市场环境不好,要心存敬畏做好产品做好服务,一定要以不断创新推动产品和服务的差异化,为经销商和消费者提供更好的产品、价格和服务。

“要深耕渠道,要突出重点,聚焦资源优势,推向全面市场。”孙书建表示,将以专向市场,通过这种方式,让广大经销商和消费者看到伍田食品的标杆市场,推动伍田销售的新增长。他认为,营销中心要做的事很多,现在要时刻把准市场发展的导向,以滴水穿石的精神做好自己的事。

美协主席刘大为亲笔为《艺术资本》媒体题字并表示: 应密切关注艺术资本市场发展状况

■ 特约记者 杨丹菲

近日,中国美术家协会主席刘大为亲笔为中企报盟信息科学研究院艺术栏目——《艺术资本》编辑部题字。作为中企报盟信息科学研究院艺术顾问,他表示了长期以来对美术界发展的关注,并希望在今后,广大艺术类媒体能够发现和推荐有潜力的新人,更加密切关注艺术资本市场的发展状况,并更多促进和宣扬美术界正能量的发展。

刘大为主席指出,近些年,随着物质生活的提高,人们越来越重视自身艺术修养的提升。这就催生诸多美术工作展示活动,也让很多机构和积极参与其中,文化部加大了多方面扶持和管理力度,社会也从多层次、多方面、多种形式参与到美术活动中,使得中国当代美术传播更广泛,更深入,机会更多,舞台也更大。美术已不再是美术系统的独角戏,而是成为体现当今时代精神面貌,弘扬展示我国文化精神的一面旗帜。然而,在中国综合国力不断加强、提升之际,东西方文化碰撞频频,西方在我国走向强盛之路时,对我们的价值观



●刘大为主席(右)接见中国企报盟艺术资本采编人员并合影



●中国美协主席刘大为为《艺术资本》题字

不断责难,在文化艺术方面尤其突出。

刘大为认为,我们要坚定不移地坚持弘扬中国优秀艺术,为我国经济的发展繁荣,加大形势下继续推进美术事业的发展,更要加强国际交流。我们的艺术类媒体有责任,也有义务把更多反映中国当代美术成就的优秀作品推向国际舞台。

刘大为提出,从近年的各类展示中不难发现,一批有成就的中青年画家脱颖而出,他们在经历着东西方文化的激烈碰撞和交融,

他们所做的思考,研究等等,都是对美术的探索尝试,这让中青年艺术家们,有了更为清晰的民族、传统等艺术上,有了更为清晰的民族,在创作实践和理论上,有了更深入地切入,这将对美术事业的长期发展起到积极的作用。对于这些美术界的新鲜“血液”,艺术类媒体应该去多多进行深入挖掘和报道,不要让他们被埋没了。这对美术界的薪火相传是非常重要的,更是责无旁贷的。

刘大为希望,作为艺术类媒体的中企报

盟信息科学研究院艺术栏目编辑部,应该致力于艺术资讯报道的时效性和权威性,应密切关注艺术资本市场的发展状况,加大力度推广艺术界新人。积极投入到促进中国美术事业发展的队伍中,多做服务工作。希望通过更多的美术家和艺术类媒体的共同努力,让中国美术发展的更为健康蓬勃,有更多的好作品问世,涌现更多的中青年优秀艺术家,为中国美术走向世界,弘扬中华文明和中国精神作出应有贡献。



军中无戏言 军酒尽情喝
中国军旅文化首创酒
军中美酒



好兄弟 干一杯
强势打造中国小酒领导品牌
宜宾五粮液股份有限公司
WULIANGYE YIBIN CO.,LTD
400-6363-699