

评论

# 创新营销拓市场 释放青春正能量

徐州盐业公司王阳:面对盐业市场改革严峻形势,我们已经初步建立起覆盖全省的渠道网络,是其它企业不具备,且在短时间内不可复制和超越,是我们的核心优势。我们必须认识到加快渠道建设的重要性,坚定落实集团部署,实现传统模式+新零售+互联网+智能化等的转变,提高渠道竞争力并能够承担起扩张的重任。

贝恩公司对1850家企业研究表明:“大多数有利润且可持续的增长均由企业突破了他们核心业务的边界,进入临近的市场空间所带来的”。盐是公司的核心业务,其临近的“市场空间”是调味品等快消品市场,而快消品的经营又和盐同渠道,我们必须从渠道优势出发,突破核心业务边界,扩张非盐业务,推进渠道增值,将渠道优势加强和发挥到极致。

南京盐业公司顾雪:盐业体制改革实施以来,传统盐业迎来了新发展。南京盐业公司认真落实集团要求,落实一个建立、两个聚焦、四个狠抓的经营策略,紧扣“增量、增收、增效”原则开展食盐销售业务,我们商超组织积极围绕这个目标奋力拼搏。商超组一共有10名员工,2018年高端盐销售量是南京盐业公司高端盐销量的64%。截止2019年3月底已经完成高端盐销量超过时序进度10%。

南京地区有超市870余家。外地盐一共有79个SKU,其中“淮盐”22个SKU,占总量的28%。在这样的形势下,我们必须确保“淮盐”在KA渠道的销量,必须强力巩固重点门店,强力推介“淮盐”品牌,把商超工作放在南京公司工作中的重中之重。

商超是做好“淮盐”品牌宣传和打好市场保卫战的主阵地,商超赢、南京赢,商超兴、南京兴,商超强、南京强。作为商超组的一员,我将立足岗位,发扬螺丝钉精神,以更加饱满的激情和热情撸起袖子加油干。

苏州盐业公司于洋:作为一名一线营销经理,在营销过程中,除了做好产品价值的传递,还要关注客户情感,关注客户内心。当客户脑海中,我作为朋友的感觉更多于作为业务人员的感受,那就是感动服务取得了

成功。对此,结合工作实际和学习思考,我认为感动服务要做好“三融三动”。

“三融”是——融文化,根据客户的文化背景,有针对性地融入;融习惯,学会入乡随俗,尊重客户习惯;融气场,适应客户的气场,快速融入其中。

“三动”是——动之以情,拉近心理距离;动之以利,与客户共赢;动之以趣,建立共同的兴趣。

正所谓,服务的升级,就像恋爱的升级。感动服务,将成为我们有效打通渠道、抢抓客户的法宝。

宿迁盐业公司宋廷鑫:随着互联网和大数据的迅猛发展、新零售概念的普及、人工智能与生活和工作之间的联系越来越密切,新零售时代已悄悄来临,微信大数据营销逐渐成为不少企业的首选宣传方式。

如今,DT时代下的微信营销传播速度快、针对性强的特点已成为传统营销不可或缺的补充。利用微信大数据营销对集团“淮盐”等自有品牌进行宣传、推广和展示,是未来一段时期营销发展的方向。

企业借助微信公众平台等自媒体的最终目的是为了成功转型为“社交化企业”,把公司变成一个最大的IP”。基于对微信公众号的分析,针对公众号的用户属性、阅读量、评论留言等相关指标进行统计,进而描绘出用户画像,分析潜在消费者的需求,从而制作出与企业价值取向、品牌定位或战略路径相一致的数据分析,推动大数据营销的精准化。

镇江盐业公司邱海:由于传统的营销模式不再适应当前激烈的市场竞争,如何生存是摆在我们面前的一大课题。

通过从“我是谁?”“我的目标方向?”和“瞄准目标如何干?”3个方面阐述作为传统的批零企业如何在当下激烈的市场竞争中活得更好,向新零售、“互联网+”企业转型。实现“S(supply)TO B(business)TO C(customer)”即“平台(S)+“渠道合伙人(B)+“终端客户(C)”的完整销售体系,随着平台经济的不断发展,后台数据流量的不断增加,我们将进入新的零售体系

“M2S2C”。对于特通餐饮渠道贴近高毛利终端,做终端客户的贸易服务商,逐步实现“客户驱动的商业模式”。

盐城盐业公司唐伟:商品陈列的价值就是通过有序摆放和规范陈列,展示品牌形象,吸引消费者关注,提高销量。

现阶段,优化“淮盐”产品陈列始终要围绕消费者“容易看到、轻易找到、方便拿到”这三条;同时在盐品的陈列时要分别对照集中陈列、垂直陈列和水平陈列方面的基本原则,将“淮盐”畅销、促销、主力推荐商品扩大排面,安排周转快、毛利高的商品在好的位置。要尽可能围绕“淮盐”品项的齐全度、商品摆放的饱和度和,畅销热销商品的可见度“三度”来摆放;摆放的位置要对照“三标杆”,产品陈列尽可能选择货架从上而下计算的第三、第四层的货架上;在排面陈列时,除了全品项和最大化之外,还要主次分明,突出主打产品、盈利产品的排面,将主打产品、盈利产品摆放在“黄金”位置。商品的陈列在按排面要求排放后要及时维护,确保动态维护的沟通协调、产品维护和跟踪服务“三到位”。

泰州盐业公司汪易柏:近年来,伴随着新消费、新技术、新模式的飞速发展,电商平台凭借其一手连接供应商、一手连接餐饮终端的贯通优势,逐渐开始对传统分销模式进行淘汰,对特通渠道终端进行重塑。

我们可以充分发挥集团产销一体的效能,构建更具专业化服务、更具反向研发能力、更具资金链优势的产销一体服务平台。首先,建议以自身产品为纽带,连接各公司自营的一二线品牌及各类餐厨用品,实现多品类经营,解决产品单一的问题。其次,建议以具有相同价值观和“狼性精神”的年轻人为基础,组建地推团队,通过谋局三式、破局三式、定局三式,完成终端虹吸,并针对中小餐饮特性,衍生拓新三式、搭网三式和攻坚三式,精准发力,变“坐商为行商”,解决终端开发困难的问题。最后,建议以经营理念相同、配送能力优良,却缺少上游供应商支持的流通终端为基站,设立“配销店”,变“行商为盟商”,解决配送困难的问题。

杂文

## 守正出奇 谋攻之道

文/杨光

“凡战者,以正合,以奇胜。”(《孙子兵法·兵势篇》)。“守正出奇”这一经典论述,经历了千百年的战火洗礼,依然历久弥坚。

江小白、小罐茶,可以说是近年来非常火的品种,也是顺应了互联网时代的产物。前者,主打青春品牌时尚小酒,挑战传统白酒产业,硬生生在竞争烈度最大的市场中分了一杯羹;后者,则颠覆原始茶产业,打破了传统茶行业“黑暗森林”的游戏法则。

也许很多人会提出,江小白和小罐茶就是广告、宣传、策划包裹堆积的商业产物,不为足道,未必可取,但通过仔细观察,情况远非这般简单。毕竟“出奇”总是格外引人关注,但如果一叶障目,陷入了唯“奇”、唯“谋”的思维定式,忽略了“守正”,终将邯郸学步、南辕北辙。

一句“我是江小白,生活很简单。”切中了在城市中疲惫于996的年轻人的寂寞与孤独。出色的文案,自带流量,已成为江小白的特色标签。但又可曾知,江小白同时具有迅速把产品铺到全国上百万家餐饮店的能力,他以快消品的经营模式,从餐饮渠道切入,实行人海战术的深耕细作,真正掌握了一大批有效终端客户,以极为扎实的基本面,为快速实现价值转换打通了“最后一公里”。小罐茶的成功同样是表里合一,是产品、定位、设计、渠道、终端、广告的综合结果,精准把握了“茶文化”在新时代、新消费人群更迭下的新趋势,洞察茶叶本质、洞悉用户痛点,实现了茶文化与现代生活方式的有机融合。虽然基因先天不同,但江小白、小罐茶都成功实现了对增量市场的抢占以及对存量市场的渗透,纵使模仿者、跟随者众多,却依旧难有敌手,这对我们“淮盐”品牌建设也有一定的借鉴意义。

当前,面对极为激烈的市场竞争白刃战,我们高举“三品”战略,打造了“唐宋元明清”“淮盐”高端礼盒、“天然三零食用盐”等一系列爆品;产品品质获得了国内外权威机构的鉴定认可,在全国盐行业率先获美国FDA证书;冠名品牌高铁、登陆纳斯达克大屏,“淮盐”品牌引领战略取得了巨大成功。与此同时,我们尤其要打响“百千万亿”“淮盐”品牌省内外专项行动,通过组建百个宣传单元、组织千场宣传活动、发动万次员工参与、到达上亿中国家庭,持续稳固地面战线,强化消费者心智认可,为打造中国健康食盐第一品牌夯实最坚强有力的基本条件。

守正出奇,方能行稳致远。(苏州盐业公司)

小说

## 与匠人同行

文/蒋楚俊

清晨的阳光洒满大地,一如每个平凡的日子。二分公司普品车间的工作室中,一个瘦削的身影紧紧贴在工作台上,正小心翼翼的焊接着电路板,在他身边还堆着一些电路板,它们安静地躺在那里,等待着他的“医治”。焊枪不时腾起的淡淡青烟,在金色的阳光中腾起,又慢慢消散。他额头上的汗水顺着脸颊鼻尖轻轻的滑落,在阳光下轻轻溅开绽放着七彩光晕……

他就是张红光,我的老师,江苏省企业首席技师、股份公司特技技师,2018年获得“江苏省轻工大国工匠”提名奖,淮安市张红光技能大师工作室领办人。

在匠人看来,任何瑕疵都是致命的。那种对细节的完美执着,让他每次对新建的设备项目总能提出几十种的改进意见。小到螺丝的材质,加热块的齿齿纹路,细到电路板防静电,PLC软件兼容性等等。他自嘲自己是供应商及厂家的“眼中钉,肉中刺”。而当厂家因为他的“挑刺”而不得不改进技术,最终因为这样的改进拿下更多的市场份额时,他们理解了,惊叹了,佩服了。理解了他坚持不懈的韧劲,惊叹他追求精益求精的态度,佩服他掌握技术的精湛。

匠人的眼里容不下一粒细沙,也藏不了一点瑕疵。曾经,机械手出现过一次极其微弱抖动情况,他就蹲在控制柜旁盯着电路板,这一盯就几个小时,终于找到那个一闪即逝的电容接触故障;为了一个理想的技改材料,供应商利用各种渠道都没有采购到,大家都想用其他材料代替,他坚决不同意,独自一人跑遍周围几个城市的市场,终于找到理想的材料,技改得以顺利进行,保障了设备运行的可靠性、时效性。

多次大胆创新的背后,是他对工作品质始终如一的高要求。随着市场需求的节节攀升,面对车间数十年的老化糟粕的设备,原厂商都摇头放弃改进的情况下,他毅然决定创新改进,自己动手进行了一系列的创新改进:长近包检测,接头检测,自动联停,皮带加装变频器调速,重新设计输送轨道,甚至整个系统程序的重新编辑,这可是厂家的核心技术!原本二代的设备机型,硬生生的被他技改达到了四代半的水准,整体效率提高了30%以上!而生产出的产品品质甚至要超过了市场主流的设备水准!

记得他曾经说过,大国工匠的精神,那么高的层次,我还远远达不到,我只是做匠人自己该做事,努力完成好每一项任务,做好每一件事,仅此而已。

(苏盐井神二分公司)



繁花似锦 张志春 摄

散文

## 奶奶的盐罐子

文/杨雅雯

前不久,看了央视《我有传家宝》栏目,我突然想起奶奶给我的盐罐,一个遍身黑色釉质的大口陶罐。

奶奶是大户人家出身,读过书,十多岁时跟随做生意的叔叔到过南京。奶奶19岁时,选了当年她家长工的儿子结了婚。爷爷对奶奶很好,爷爷说,奶奶出嫁时,已经家道中落,娘家带来的嫁妆就是那个伴随奶奶半辈子的盐罐,还有满满一罐子白花花的盐。当时,爷爷家很穷,奶奶从娘家带来的盐吃完了,没钱买盐,盐罐经常空着。即便买盐,也只能少少的买,罐子里的盐仅仅遮住底。那么大的罐放了一点盐,有点浪费,爷爷便将盐放在了碗里,而盐罐则被奶奶用来腌咸菜,盐罐也就成了咸菜罐。八十年代以后,分到田,勤快的爷爷奶奶有了用武之地,家中经济条件也渐渐好转。六个孩子都大了,家里盐的需求量也大了,碗已放不下盐了,这样,放了二十多年咸菜的盐罐终于又放上了盐。再后来,随着井盐的出现,海盐渐渐退出了市场。市场上的盐品种各式各样,琳琅满目,奶奶经常

“抱怨”说,现在的盐花样真多,像糖一样又白又细,吃的时候与以前大颗粒盐相比,总感觉另有一番味道。九十年代初,奶奶最疼的最小的儿子我爸爸结婚了,奶奶把盐罐擦得干干净净釉面发亮要送给我爸,可我爸嫌盐罐太老土拒绝了,奶奶捧着盐罐回家了。妈妈说,奶奶转身的那一刻,流泪了。

后来,我考上了大学。在升学宴上,奶奶抱着盐罐悄悄把我拉到了一边,说:“孩子,我也没什么东西送你,这个盐罐是我的爷爷留给我的,希望我能够吃饱饭能够吃上盐,现在我把它送给你了。你爸爸当年嫌弃这个盐罐老土,没要,可是老祖上留下来的东西总得有人传承下去。”望着这个擦得干干净净釉面发亮的盐罐子,听着奶奶讲着这个罐子的由来,我才明白,其实奶奶想传承的不仅仅是盐罐子,也是上辈人对下一代的爱和祝福。

我接过罐子,也接过了奶奶的爱和祝福。我要把盐罐子当做传家宝,把老一辈对“盐”执着以及奶奶给我的爱与祝福永远地传承下去。(盐海化工公司)

诗画

## 石榴花

文/李小祥

谁将五月点成红,曼舞罗裙风雨中。  
绝色芳华修内外,一枝心事艳由空。  
(扬州盐业公司)



爷爷走后,奶奶就好像变了一个人,以前爱说爱笑的老太太仿佛一下子苍老了许多,动不动就发呆,妈妈每天给奶奶梳头发,陪她聊天,时间久了,奶奶的心终于没有那么难过了。

有一次,妈出门了,奶奶看家里地面有点脏,就想着帮妈妈减轻点家务量,可谁知道拖地的时候摔倒了,奶奶腿脚本来就不太好,这一摔可把妈妈急坏了,在医院出院以后,一日三餐端到床边,下班就陪着奶奶锻炼,每天给奶奶按摩,用热毛巾给奶奶热敷,奶奶故意当着姑姑的面说,我这个儿媳妇,简直比亲闺女都好,搞得大家哭笑不得。

奶奶和妈妈经常在傍晚的时候散步,夕阳将俩老太太身影扯得长长的。

奶奶和妈妈一直相处融洽,形同母女,同一屋檐下生活了三十年,不曾有过半点争执。妈说,外婆去世后,婆婆是这个世上她唯一叫妈的人,有妈有家。每当下班回家,开门后的那一句“回来了?”淡淡地,轻轻地,却是一种殷实地暖,暖过心,深深地洋溢着幸福的爱。(瑞洪盐业公司)

小说

## 婆婆也是妈

文/王慧

婆媳关系,一直是千古不变的话题。我也来说说我和妈妈和奶奶的相处。

爷爷奶奶家穷,老妈嫁过去的时候,父亲在外面当兵。老妈过去后,带着陪嫁的褥子、毛毡给爷爷奶奶用,天天把家里打扫的干干净净的,做出可口的饭菜,邻居都夸奶奶真有福气。

秋收了,老妈不让奶奶下地干活,把地里的粮食收割了,大豆晒在院子里,等干一些再收拾。下午的时候,夕阳西下,奶奶搬个小凳子拨着豆子,坐在院子里,大白狗静静的卧在一旁。



书法 董志军(离退休人员管理中心)