

# 凝心聚力 攻坚克难

编者按

“保持信心坚定和执行坚决,实现泸州老窖品牌复兴、价值回归和重回前三”是他们的时代使命和英雄梦想。“剑指2019年,扩大战果、赶超跨越,迈上泸州老窖发展历史新高度的决胜战役!”是他们戮力同心、奋勇向前的历史责任和使命担当。今天,当我们再次以“英雄群谱”的方式记录这群2018年营销战线的功勋奖获得者,旨在激发泸州老窖全体营销将士持续保持冲刺的锐气、拼抢的豪气和必胜之勇气,激励泸州老窖国窖人继续在2019年新的征程中攻坚克难、愈战愈强。“狭路相逢勇者胜,问鼎前三正当时!”让我们以无所畏惧的英雄气概和绝不屈服的必胜决心,顽强拼搏、发起冲刺,去夺取足以载入泸州老窖史册的新业绩和新辉煌!

吕珏甫:生于1980,那个执着又敢拼的人



泸州老窖2018年度功勋奖获得者  
国窖公司山东片区经理 吕珏甫

文赵明利

吕珏甫是典型的“酒二代”,父母都在泸州老窖酒厂上班,他自小便穿梭在大大小小的酿酒作坊里,对酒、对泸州老窖酒厂,有种与生俱来的向往和喜爱。

1999年,泸州老窖技工学校毕业后的吕珏甫成为了泸州老窖曹溪酿酒基地的一名设备维修人员。2006年9月,26岁的他从基层车间调岗到销售公司,从此踏上了一条全新之路。

“到了销售公司后,我便立即被派往山东市场。”到了山东,一切从零开始,学习拜访客户、调研市场、做总结计划,等等。

一个半月后,由于山东市场人员调动,菏泽、泰安、莱芜、济宁四个城市的主管职位出现

了空缺。此时,华北大区经理认为吕珏甫年轻好学、有干劲儿,便果断地“火箭提拔”,刚来市场一个多月的吕珏甫担起区域主管的职责。

那段时间里,吕珏甫说自己没少碰壁,但好在头脑灵活,遇到困难从不言弃。

在短短半年时间里,吕珏甫成长很快,对营销有了比较全面的认识,市场也实现了平稳过度,并正式升任区域主管。

2011年,吕珏甫被调到山东省会济南。山东市场比较特殊,泸州老窖产品由山东永辉酒业有限公司(以下简称“永辉公司”)实行总经销。此时,吕珏甫已是济南市场总经理兼任山东国窖专员,既要负责整个序列产品的运营,还要做好与永辉公司的衔接和团队管理工作。

“作为泸州老窖和永辉公司沟通的桥梁,从过去单纯的区域主管转换到参与客户团队管理、市场运营”。在更深层次的工作面前,吕珏甫感到了压力和挑战。

“夹在客户和厂家中间,竭尽所能地去沟通和解决问题”,吕珏甫坦言,当两方意见相佐难以协调时,会感到自己孤立无援。“但我熬过来了,多年的磨合,和客户磨出了深厚的信任。”

2014年,泸州老窖成立国窖、窖龄、特曲等品牌公司,山东市场实行直营模式。2015年,吕珏甫升任国窖公司山东片区总经理。自这

一年起,国窖1573在山东销量开始回暖。此后,年年攀高。

“通过举行七星盛宴、酒香堂、私享会等活动,结合公司全国性活动,如羽毛球赛、高尔夫赛事等不断进行消费者开发、维护和培养”,吕珏甫说,国窖1573在山东市场的氛围越来越好。

2017年,国窖1573在山东销量达3.6个亿,超过了永辉公司总经销模式时期的最好水平。

2018年起,泸州老窖将山东划分为三个区域,吕珏甫担任鲁中片区经理,同时兼任山东片区召集人。这一年,吕珏甫及其团队凝心聚力,全力营造市场氛围。

“对市场进行精细化操作,通过会战夯实终端市场基础,切实执行‘1+1’控盘分利模式。”与此同时,在山东全面建设国窖荟及消费者联盟。2018年,国窖1573山东片区取得了可喜成绩,总计销售额达4.9亿,同期增长34%。为此,吕珏甫成为泸州老窖2018年功勋奖获得者。“我们计划在2020年将国窖1573在山东市场做到10个亿,未来,要把国窖1573塑造为中国白酒中的NO.1”,吕珏甫坚定地说。

认真和用力是泸州老窖国窖人惯有的风格,在看似庞大的目标面前,唯有做好每一场活动,卖好每一瓶酒,才能步步为营。

特曲百城攻坚,山东头狼与群狼共舞

文董洪良

“2018年是泸州老窖特曲山东片区重要的调整年、跨越年、突破年,面临地产酒及主竞品的多重包围,必须快速实现规模突破。为此,围绕着目标化、时间化、进度化、数据化开展营销工作,一切以稳住价盘、控盘分利为前提,搭建了山东片区的统一营销战术,构建了经分销体系,重点打造千万级县级市场,扩充124渠道分级网点,开发渠道后终端资源,集中宴席攻关和团购开发,同时开展了三轮滚动大会战,以战带训,以战练兵的同时培养人才、输出人才。”在谈到山东特曲市场的增量发展时,片区经理何英杰从容淡定,娓娓道来。

“如果把片区团队看成是销售战线上拼抢的群狼并进,那头狼的引领和指挥功不可没。”在笔者电话采访特曲山东片区团队有关人员时,他们集体发声且倍感自豪。

自2014年到2018年以来,山东片区历经一系列调整和转变,价格是产品的生命线,老字号特曲在革命性的提价、塑价、稳价后迎来了量价齐升的良好局面,销量从2014年的1.49亿增长到2018年的4.45亿,其增长速度显著,增幅明显。

2018年,山东特曲整体动销迎来新高。动销增长显著的主要原因,是基于2018年的市场淡季会战,其会战数据及所取得的成效再次刷

新了白酒行业一贯对淡旺季的认知体验,从而令传统的“淡季”市场不淡;同时,对回款、动销数据和费用结构分析,进一步为客户进销存数据管理提供去库存、助动销依据,成为片区营销行动力和指挥棒。

而在时间轴线上,特曲山东片区为自己的群体奋斗画上了奋进的动态曲线图:2015至2017年,每年动销增幅比例约在20%及以上。至2018年,销量增幅尤为明显,尤其是区域有效终端网点数量增长明显;浓香正宗国标鉴赏会大规模启动和实施,带动和影响4万多消费者;开展宴席活动数千场。而由此转化的小单定制则达近两千单,定制产品数万件。

“实践是检验真理的唯一试金石。”为了真切感受会战期间的市场动态和检验成效,何英杰现场指挥、跟进和实地拜访客户,适时发现市场问题,并借助晨会、周会及定期头脑风暴会议,及时解决各类市场问题。

“当时,围绕营销战术阐述和管理做了很多工作,比如客户职能明确与模式确立、直分销商体系搭建、控盘分利与分销商利润保障及三方合同签订、经分销商管理等客户服务工作,以及控盘分利、费用稽核与管理、价格与物流管理、销售指标分解与过程控制、人资配合,及至品牌



泸州老窖2018年度功勋奖获得者  
特曲公司山东片区经理 何英杰

推广、事件营销、门头建设、户外媒介等品牌建设和渠道建设等工作,事无巨细,样样按规划设计一一落实,过程中又根据实际情况适时调整、修正,以更贴近市场和客户实际需求,全力打好百城攻坚会战战役。”何英杰感叹道。

回顾以往及2018年山东区域各大战役,何英杰还犹觉炮声在耳。采访末,他告诉笔者,山东市场2019已经迎来了良好开局,他们将紧密围绕公司“坚定、管理、规模”的发展主题,在营销一线努力拼抢,为全力夺取泸州老窖加速冲刺、跨越发展的伟大胜利不懈努力 and 奋勇向前。