

火力全开刷新纪录 一季度“砺剑尖兵”展风采

海查淡水 厉兵秣马 铸就海查英雄铁军

产品养殖出来的小草鱼在条形指数、生长指数、断尾指数都位居市场第一,此外海查饲料成为各地客商在增量养殖运输品种时的首选,口碑相传,高品质奠定了海查淡水的金字招牌。

在团队建设方面,公司高度重视人才梯队建设,不断输送优秀人才,为市场持续发展提供了坚实保障。海查淡水的团队坚持以40岁为去,在选种气急争锋,通过严格培养与考评,专业技术过硬,敢闯敢冲,行动迅速,在市场攻城拔寨,屡获佳绩!公司聚焦优质客户,定期开发新客户,突破销量!

公司高度重视技术服务营销,通过过程的服务跟进,帮助客户解决养殖过程中存在的问题,不断收集养殖效果并及时反馈,从而优化产品,精益求精,稳步提升产品质量;在营销方式上,公司积极利用微信宣传,会议营销等方式,提升品牌影响力,助力市场大做!通过一系列强有力的措施,海查淡水在近三年中,市场持续发展,销量年年上升。在2017年,英雄的海查淡水铁军将不忘初心,一路前行,征战四方!

南昌通威 “三定战术”持续贯彻 再创销量利新增

“饲料超越越经济,超越越越越”的思想认识,树立正确的用料观,提升产品档次,改变经营。

去年,围绕核心发展思路,南昌通威积极开展会议营销活动。年初,公司先后开展金蛋营销、经销商大会,召开客户会议,宣贯公司产品及发展理念,配合“鱼健”新产品上市推广,开展了“鱼健1号”推广发布会,邀请客户优秀的经销商及养殖户参加会议,公司陈福总总经理为与会人员讲解饲料的发展历史,通过前期的会议营销,收集客户反馈及意向,梳理收集整理养殖数据,在水产养殖旺季的七八月,各地区组织养殖户到示范点参观交流,见证公司饲料化的养殖效果,通过养殖效果及数据的验证,高饲料料得到了“大丰收”的认可,也为2017年市场大发展奠定了扎实的营销基础。

调整结构,产品精准定位,激活团队,动力性执行落地,南昌通威近年来水产饲料化,占比实现大突破。今年,公司持续推进饲料化执行战略决策,上下齐心,实现了2017年一季度开门红。全体经销商携手,携手同心,全力以赴,为达成全年目标而奋斗!

沈阳通威 整合资源 聚焦市场 精准发力

以上,极大地带动了市场的发展。为配合大客户的销量持续稳定增长,沈阳通威做出业务骨干,一方面做好市场服务,另一方面积极开展有效的365示范网点推广工作,增加新用户数量,实现经销商、养殖户的共赢。

首先,沈阳通威“拿水单”与大客户开发有机结合,采取“背背背”模式运转,提升销量,如在王禹水项目增加销量1000吨,在鸭绿江养殖水面,采用饲料、靠水面,转养等多种模式,开发客户,实现新增销量1000吨以上。其次,调整结构,增加膨化料占比及销售,沈阳通威发动所有客户代表,整合各方资源,开发特种养殖户,通过实地参观公司,示范点及洽谈,提高开发成功率;调整产品结构,增加新产品,加快转化水产饲料化营销和饲料转化。第二,沈阳通威计划营销可行的考核方案,激励和促进团队的激情、干劲、执行力,战斗力大幅提升。第四,为帮助客户做大做强市场,沈阳通威为周边辽中、辽阳、辽阳等市场养殖户提供营销支持,解决其生产实际问题,降低其经营风险,提高养殖户抗风险能力。

昆明通威 “不卖饲料卖先进” 行动决胜市场

打造上下大功。一是加强员工专业化培训,强化员工职业生涯规划与素质教育培训。二是全员考核中,重点考核考核敬业敬业精神。三是积极为会员营造公开、公正、公平的工作平台和工作环境,打造充满正能量的积极向上的团队氛围,激发团队内聚力,助推市场发展。

面对激烈的市场竞争,昆明通威积极区域发展情况,在营销过程中,始终坚持以“不卖饲料卖先进”的盛大,大力推广365养殖模式,通过打造苗种基地,365模式示范基地,为客户赢得更大收益,扩大通威品牌影响力,提升通威产品口碑。同时,昆明通威通过长期大量投入,从饲料到用户增长,提升产品及服务,赢销市场。

在公司领导的带领下,公司上下一心,坚决执行,奔赴市场最前线,坚持每人在市场上召开“见面会”,召集当地养殖户在公司召开“见面会”,要求全面提升产品生产工艺,提升产品在行业内,提升养殖户满意度,提升养殖户利益保障。昆明通威发展关键在于,昆明通威团队整体发展规划,明确首先需要建立一支专业团队,创造用户价值,提高服务质量水平。

南宁通威 多措并举 夯实基础 真抓实干

2016年至2017年3月,南宁通威水产市场营销工作成效显著,业绩突出,销量持续稳定增长。2016年同比增长11.3%,2017年1-3月同比增长21.7%,位列广西第一。之所以取得优异成绩,南宁通威总结为:营销策略是关键,真抓实干是保障。

近年来,南宁通威水产营销以“创新驱动,聚焦优势,调整结构,量利新高”为策略,各项举措齐头并进,推动销量持续增长,实现了量利双增的营销目标。首先,紧盯市场趋势,精准把握市场脉搏,及时调整,聚焦优势产品。南宁通威强化品牌宣传,做单品DM单,做优势产品试点示范,推动用户使用高附加价值的产品,提高生产效率。通过不断优化,提高了公司饲料集中度和饲料品质,产品性价比不断优化,市场占有率得到进一步提升。

此外,南宁通威重视模式推广,优化服务。通过组织养殖户参观365示范基地,提高养殖户信心,同时,公司通过精准营销,精准把握市场脉搏,从去年到今年,淡水产养殖技术论坛暨饲料新品发布会,养殖技术交流会议,实现水产品总量增长,助推市场稳步成长。

天门通威 舞动龙头 主动出击 制胜未来

2017年,通威股份继续坚持“扎根水产,突破高端”的营销方针,并进一步丰富“调结构”的内涵,调整产品结构,提升产品品质,主动出击,制胜未来。

针对改革创新,通威股份在“调结构”的营销方针下,主动出击,制胜未来。在2016年底,通威股份在“调结构”的营销方针下,主动出击,制胜未来。在2016年底,通威股份在“调结构”的营销方针下,主动出击,制胜未来。

绍兴通威 精准定位市场 全员发力促发展

作为2016年股份优秀公司,绍兴通威在2017年一季度中,经营持续发力,实现销量增长,客户满意度提升,拿下华东区第一。

绍兴通威创新营销机制,积极开拓市场,提升产品结构,平衡销量与利润。绍兴通威通过“精准定位,全员发力”的营销方针,实现销量增长,客户满意度提升,拿下华东区第一。

珠海海查 “金盾行动”引爆销量 强势突破野蛮生长

行动力:市场开发方面,精准定位市场,开发优质客户,提升品牌影响力。在全体员工共同努力下,2016年珠海海查饲料销量同比增长74%,其中淡水鱼饲料925%,饲料增长43%。

经过2016,展望2017,根据客户基础得到巩固,市场口碑建立,队伍士气高昂等综合情况,为了完成既定目标,制定2017年珠海海查饲料销量目标,制定三年规划目标,按照三年规划目标,按照三年规划目标,按照三年规划目标。

海南畜禽禽料 “错位销售” 稳步提升市场占有率

2017年,海南畜禽禽料在“错位销售”的营销方针下,稳步提升市场占有率。通过精准定位市场,主动出击,制胜未来。

在2016年底,海南畜禽禽料在“错位销售”的营销方针下,稳步提升市场占有率。通过精准定位市场,主动出击,制胜未来。

廊坊通威 聚焦前中期 直销拉动销量提升

年初召开的2016年度总结表彰大会暨新春联欢会上,廊坊通威总经理李成斌提出,面对瞬息万变的市场竞争,全公司要统一思想,坚定信心,迎难而上,通过全员营销,提升品牌影响力,实现销量增长。

在2016年底,廊坊通威在“聚焦前中期”的营销方针下,稳步提升市场占有率。通过精准定位市场,主动出击,制胜未来。

常德通威 大胆创新 “思维导图法”智取市场

在常德通威2016年度总结表彰大会上,常德通威总经理李成斌提出,面对瞬息万变的市场竞争,全公司要统一思想,坚定信心,迎难而上,通过全员营销,提升品牌影响力,实现销量增长。

在2016年底,常德通威在“思维导图法”的营销方针下,稳步提升市场占有率。通过精准定位市场,主动出击,制胜未来。

珠海海查 “金盾行动”引爆销量 强势突破野蛮生长

行动力:市场开发方面,精准定位市场,开发优质客户,提升品牌影响力。在全体员工共同努力下,2016年珠海海查饲料销量同比增长74%,其中淡水鱼饲料925%,饲料增长43%。

经过2016,展望2017,根据客户基础得到巩固,市场口碑建立,队伍士气高昂等综合情况,为了完成既定目标,制定2017年珠海海查饲料销量目标,制定三年规划目标,按照三年规划目标,按照三年规划目标,按照三年规划目标。

高明通威 模式引领 合作社推动行业转型升级

高明通威通过合作社的持续建设与运营,积极探索合作社运营模式,在南海大地推广“合作社+养殖户”模式,带动养殖户增收致富,推动行业转型升级。

在2016年底,高明通威在“模式引领”的营销方针下,稳步提升市场占有率。通过精准定位市场,主动出击,制胜未来。

山东通威 内提效率降成本 外拓市场上规模

山东通威采取内提效率降成本、外拓市场上规模的经营思路,圆满完成2016年度各项任务,2017年一季度销量同比增长50%。

在2016年底,山东通威在“内提效率降成本,外拓市场上规模”的营销方针下,稳步提升市场占有率。通过精准定位市场,主动出击,制胜未来。

巴大宝鼎 服务增值上销量 挖潜降耗稳质量

2016年,巴大宝鼎通过“服务增值”的营销方针,实现销量增长,客户满意度提升,拿下华东区第一。

在2016年底,巴大宝鼎在“服务增值”的营销方针下,稳步提升市场占有率。通过精准定位市场,主动出击,制胜未来。

海南畜禽禽料 精细化管理创新高 高质高量赢未来

2016年,海南畜禽禽料在“精细化管理”的营销方针下,实现销量增长,客户满意度提升,拿下华东区第一。

在2016年底,海南畜禽禽料在“精细化管理”的营销方针下,稳步提升市场占有率。通过精准定位市场,主动出击,制胜未来。

高明通威 模式引领 合作社推动行业转型升级

高明通威通过合作社的持续建设与运营,积极探索合作社运营模式,在南海大地推广“合作社+养殖户”模式,带动养殖户增收致富,推动行业转型升级。

在2016年底,高明通威在“模式引领”的营销方针下,稳步提升市场占有率。通过精准定位市场,主动出击,制胜未来。

山东通威 内提效率降成本 外拓市场上规模

山东通威采取内提效率降成本、外拓市场上规模的经营思路,圆满完成2016年度各项任务,2017年一季度销量同比增长50%。

在2016年底,山东通威在“内提效率降成本,外拓市场上规模”的营销方针下,稳步提升市场占有率。通过精准定位市场,主动出击,制胜未来。

巴大宝鼎 服务增值上销量 挖潜降耗稳质量

2016年,巴大宝鼎通过“服务增值”的营销方针,实现销量增长,客户满意度提升,拿下华东区第一。

在2016年底,巴大宝鼎在“服务增值”的营销方针下,稳步提升市场占有率。通过精准定位市场,主动出击,制胜未来。

海南畜禽禽料 精细化管理创新高 高质高量赢未来

2016年,海南畜禽禽料在“精细化管理”的营销方针下,实现销量增长,客户满意度提升,拿下华东区第一。

在2016年底,海南畜禽禽料在“精细化管理”的营销方针下,稳步提升市场占有率。通过精准定位市场,主动出击,制胜未来。

做市场,合作社服务,家庭农场生产”的经营方式,建立了内部激励机制,形成了订单激励、生产奖励、互助服务等利益联结机制,解决了“家庭农场生产经营的技术、市场、资金”等问题,增加了成员收益保障,打出了新的互利共赢、协同发展的营销模式。

如何推动合作社进一步发展?高明通威首先把握先进的管理理念,组建专业技术服务团队,建立完善的财务系统,实现运营规范化;其次,协助建立合作社,组建管理团队,打造合作社文化,实现文化引领发展;第三,协助合作社申报项目和用户信用管理,实现服务综合化和养殖户组织化;第五,整合优势资源入链合作社,提供融资、担保、保险、大病销售等多种服务,实现降本增效。

打响了!创新突破,立足第三方共赢的目标,“通威合作社”模式持续引领高明养殖业转型升级。2017年,面临新的竞争形势,高明通威不惧对手,不惧困难,全员携手在新年一季度实现开门红,为全年目标实现打下坚实基础!

如何激发团队,释放员工潜能?山东通威首先优化公司组织架构,提高生产效率和工作效率,提升企业形象,营造良好企业文化氛围;其次,丰富员工文化生活,配合工会,定期组织小活动,增进员工彼此间感情,增加团队凝聚力;第三,改善员工居住环境与食堂就餐环境,增添宿舍、宿舍新设备,提升员工居住的舒适度;第四,树立“典型”,通过榜样的影响,使全员在不知不觉中仿效追随,在组织内部形成“人向上”的良好竞争氛围;第五,加强与员工间的交流与沟通,建立员工与管理者之间的信任。

在市场营销方面,制定考核方案时,注重对目标销量的考核,对完成目标销量超,超额计划销量部分发放奖励;业务人员参与制定区域市场针对性营销方案,提高业务人员的经营意识和责任感;开展开发的市场,鼓励区域业务人员思考,加大市场化开发力度,激发业务人员的市场参与主动性和攻坚克难的主动性。

在降本增效方面,加强精细化管理,优化人员配置,提升人均效益,避免生产,最大限度使用设备和前期投入的设备;开展生产,提高生产效率,改善生产效率和工作效率,提升企业形象,营造良好企业文化氛围;其次,丰富员工文化生活,配合工会,定期组织小活动,增进员工彼此间感情,增加团队凝聚力;第三,改善员工居住环境与食堂就餐环境,增添宿舍、宿舍新设备,提升员工居住的舒适度。

巴大宝鼎通过“服务增值”的营销方针,实现销量增长,客户满意度提升,拿下华东区第一。

在2016年底,巴大宝鼎在“服务增值”的营销方针下,稳步提升市场占有率。通过精准定位市场,主动出击,制胜未来。

海南畜禽禽料在“精细化管理”的营销方针下,实现销量增长,客户满意度提升,拿下华东区第一。

在2016年底,海南畜禽禽料在“精细化管理”的营销方针下,稳步提升市场占有率。通过精准定位市场,主动出击,制胜未来。