

打造中国健康产业营销创新强势品牌

孫鶴原◎著

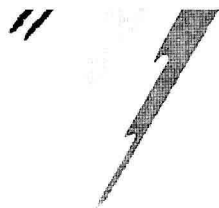
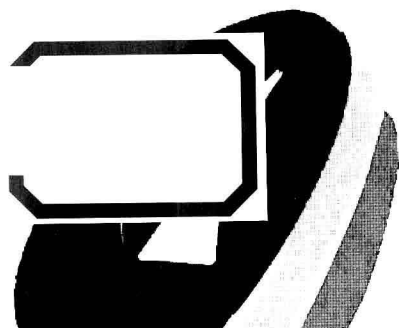
贏在



中国国际广播音像出版社

打造中国健康产业营销创新强势品牌

赢在



中国国际广播音像出版社

电子出版物数据中心

赢在9+1/孙鹤原 著. 北京: 中国国际广播音像出版社

2006. 8

ISBN 7-89993-177-0

I. 赢…… II. 孙……III. 企业管理

出品人: 孙鹤原

责任编辑: 陈辉

出品单位: 中国国际广播音像出版社

通信地址: 北京复兴门外大街2号 (国家广电总局院内)

中国国际广播音像出版社发行

新华书店经销

开本/880mm X 1230mm 印张/5.5

2006年9月第一版 2006年9月第一次印刷

定价: 22.00元

版权所有 翻印必究

C 目 录

o n t e n t s

序 “9+1”有你才完美! 1

第一章 结合国情的发展战略 15

“9+1”品牌联合营销 16

连锁经营 打造业界航母 33

树国际品牌,建百年老店 51

第二章 符合民情的经营哲学 57

健康产业:推广优质的生活 落实一流的产品 58

健康就业:一人就业 全家健康 60

健康事业:千店连锁 共同富裕 63

第三章 体现人情的经营宗旨 66

对社会:以民为本 产业报国 66

对消费者:传播健康理念,提供亲情化、个性化服务 71

对就业者:素质教育 共识共事 75

对员工:教育培训 共赢共享 77

对股东:诚信负责 合作双赢 79

第四章 康家健业的五大特性 82

时代性 82

系统性 85

创新性 90

实践性 94

推广性 96

第五章 康家健业的三大理念 98

管理理念:科学、标准、系统 98

人才理念:健康 素质 知识 110

服务理念:把顾客镶嵌在服务链上 119

以"9+1"品牌理念为核心的企业文化 122

产品文化,企业生命力的保证 123

制度文化,规范企业的保障 127

教育文化,打造学习型企业 129

爱心文化,建设和谐大家庭 130

第六章 “9+1”特色营销 132

定心 132

定位 134

定目标 139

定计划 139

定力 144

结语:企业家的三大责任 148

序 “9+1”有你才完美!

是真诚,让我们携手风雨;是朋友,让我们彼此同心;是信念,让我们矢志不渝;是感恩,让我们回报社会;是执着,让我们共创财富;是目标,让我们飞跃未来! 不断跨越,勇敢超越,寻求飞越,实现卓越!

各位朋友:

首先非常感谢您对康家健业的信赖与支持,感谢您对“9+1”品牌的关注与理解,感谢您能翻开本书,来感受我们所为您展示的一切。

北京康家健业科技有限公司是集科研、开发、生产、销售、服务于一体的现代化高科技企业,致力于以“9+1”为品牌的新型保健品联合营销体的打造。

公司总部设在北京,联合营销体研发基地在安徽省,致力于在天然植物中提取和分离有效成分,为医药、食品、保健食品、化妆品企业提供专业的原料服务,



依托得天独厚的药材资源,行销遍布欧、美、日、韩、东南亚等十多个国家和地区。

联合营销体生产基地分别在青岛和北京、广东、上海,具有按照现代化生产要求配备了包括生产胶囊、片剂等多种新型设备,具备完善的质检,质保及规模化生产能力。已通过国家 GMP 认证,以及中国质量认证中心 ISO9001:2000 认证,2004 年通过国家食品药品监督管理局功能性保健食品的审批,系列产品的生产技术均来自中科院海洋研究所和中国海洋大学科研人员的科研成果。

北京康家健业科技有限公司是以党的十六大“共同富裕”为理念,以《国家十一五规划纲要》为依据,以联合营销为基础,以连锁加盟为方式,走联合研发、生产、物流、销售、服务为一体的新型商业模式路线,符合新时代的要求,切合新的经济形势,具有突出的市场感召力和市场竞争力。

北京康家健业科技有限公司秉承着“健康就业,共同富裕”的理念,最大限度为加盟商提供等值投入超额回报的竞争平台,通过整合企业内外部和企业之间的资源,有效实现资源的共享和优化,力求使加盟商的科研技术和相关产品达成既定的市场计划 and 目标。公司以现有现代化的管理方法,连锁店的经营形式,专业化

的服务体系,高水准的营销策略作保障,通过实现销售体系专业化,利润分配人性化,竞争机制市场化等,为加盟商实现跨越式发展。

政治经济学中,有句名言:“解决问题要抓主要矛盾”。为了使您对康家健业有清晰、准确、全面、系统、客观的认识,在此,我们必须首先解读清楚以下两个问题:

一、解读国情

解决问题要抓主要矛盾,企业发展必须结合国情。

刚刚闭幕的十六届五中全会,审议通过了2006至2010年国民经济和社会发展规划的建议。专家人士认为:与“十五”计划及以前的五年规划相比,我国第十一个五年规划的制定理念和基本点发生了革命性变化,从而为这个发展中的大国的未来五年勾画出新的发展思路和路径。而其中最大的特点,则在于“共同富裕”理念的确定。

几年来,我国一直将“扶贫”中扶贫含义定义为扶助贫困,如果只是“扶”则力量是微弱的,包括制度不全,政策不够,国力不强,关注不到,影响着我国人民生活水平的提高和扶贫进程,而十六届五中全会将实现共同富裕列入十一五发展规划,“十一五期间”国



家将更加关注民生、民情、民心、民意。

1978年12月13日，邓小平同志在中央工作会议闭幕会上说：“在经济政策上，我认为要先将一部分地区，一部分企业，一部分工人农民，由于辛勤努力成绩大而收入先多一些，生活好一些。”同时小平同志还强调：“用先富起来的带动后富起来的，最终实现共同富裕。”

1985年邓小平同志在中国共产党全国代表大会上讲话指出：“在改革中，我们始终坚持两条基本原则：一是社会主义公有制为主体，一是共同富裕。

同时，党的“三个代表”思想也体现了“推动物质文明，政治和精神文明的发展，不断增强综合国力，逐渐实现全体人民共同富裕”的理念。而今，构建和谐社会的目的也是为了推动中国小康社会的发展。

构建共同富裕机制，是一项涉及自然条件、经济发展、社会生活、政府行为法制因素等的系统工程。

北京康家健业科技有限公司以实现共同富裕为宗旨，采用“健康消费，素质就业”为营销模式，即科研、生产、经营、物流、服务为一体的生物科技公司，预计十一五期间，实现再就业1万人，实实在在为我国实现共同富裕做出一点贡献。

二、解读“9+1”

“9+1”是康家健业人致力打造的联合营销体品牌，“9”代表多种资源的集合，“1”代表康家健业的主体地位，“9+1”联合营销体作为一种新型的商业模式是康家健业人在创新文化的引领下集体智慧的结晶。

解读一：“9+1”联合营销体完成九大战略思维的转变，实现一个战略目标——打造健康产业的上连锁店。

解读二：“9+1”经营理念：强化九个理念，达成一个目的：构建和谐完美的健康家庭。

这九个理念分别是：

对管理团队的“三创”理念：

1. 创业——具备创业的心态

创业要求人具备的素质就是自强、自立，在遇到挫折和困难的时候，处变不惊，在失意和困惑的时候，能有看到黑暗过后光明前景的远见，能够有效地掌握借退蓄力，借退蓄势的能力。



2. 创新——具备创新的思维

创新思维不仅是具有创意的观点,还是专业化的技术,更好的过程和更新的意识与新技术的结合,是新型的头脑风暴的创新形式,这种形势更为有效的减少挫败的几率。

3. 创造——具备创造的能力

新型创造,不仅要求具备创造性人格,还要具备创造性技术,把融入革命性色彩的想法,发展成为生产力,充分体现其经济价值的一面。

对营销团队的“三业”理念:

1. 就业——就业靠技能

就业的基本要求就是技能,技能是生存的基本要求。要保障自身在“优胜劣汰”中拥有优势的做法就是要具备“人无我有、人有我优,人优我专,人专我转”的新型就业理念和就业规划。

2. 职业——职业靠素质

职业是职业兴趣、职业能力、职业个性及职业情况

等多方面融合而成的共同体。影响和制约职业素质的因素很多,主要包括:受教育程度、实践经验、社会环境、工作经历以及自身的一些基本情况,一般说来,劳动者能否顺利就业并取得成就,在很大程度上取决于本人的职业素质,职业素质越高的人,获得成功的机会就越多。

3. 事业——事业靠信念

信念是做好事业的理想和坚定执著的理念,是成就“凡人”,创造“非凡”的基石,是思想上、观念上和精神上的支撑,是企业文化的凝练和精髓。

对公众健康的“三生”理念:

1. 生命——生命是宝贵的,健康是一种责任

健康是生命的基础和保障,对于仅有一次并且十分脆弱的生命而言,用健康捍卫它,是每个人的责任和义务。因为这不仅关系到千家万户的幸福安康,还关系到人类的生息繁衍和灿烂文明的促进和传承,所以健康是每个人的责任。



2. 生存——生存是基本的,生存是一种本能

人生存的意义在于对他人的贡献,为了实现自身在社会和群体中的价值,其基本条件就是生存。生存是人类最基本的形态,是生命延续的基础,是贡献的实体,是生存价值的体现载体,没有生存,一切皆不存在。

3. 生活——生活是完美的,生活是一种态度

生活不是简单的重复昨天,继续今天和期待明天,而是总结昨天,把握今天和计划明天。它是拥有无尽的美好憧憬和前进动力的化身,是对美好事物的向往和期待的载体,美好的生活是无尽的财富。

解读三:“9+1”康家健业每销售一款产品,捐献一元钱做公益活动。

“9+1”爱心文化是康家健业企业文化凝结而成的智慧的结晶,它突出的表现在,每销售一款产品,捐献一元钱做公益活动,这种把企业和公众爱心有机地结合在一起的公益形式,能极大地激发公众的公益热情,也有效的带动了企业民族化的发展进程,把爱国情结和现代化工艺人性化地结合在一起,使企业更具有生命力。

与传统的营销模式相比，它实现了以下九大战略思维的转变，打造中国健康产业的e连锁加盟店。

1. 在经营的理念上，由追求利润向充分实现企业价值转变。

“9+1”联合营销体明确提出：市场是检验企业实力和能力的永久试金石。本着一切以市场走向和发展为准绳的思想，我们要对企业进行彻底的适时、时时的调整，让“9+1”联合营销模式的企业在发展战略上突出时代创新的特点，在战术上最大限度的发挥出自身的优势，最高程度的实现企业综合效益。

“9+1”联合营销模式改变了以往传统的经营理念，摒弃了把追求利润作为企业自身终极目标而造成的企业真正价值缩水的企业经营误区，“9+1”联合营销模式不专注于获得短期的经济轰动效应，在乎的是这种模式给业界企业所能带来的长远经济效应。

“9+1”品牌联合营销体将为每一个欲大展鹏程的企业保驾护航，实现高速度稳定的发展。我们主张必须¹在企业经营模式上不断开拓创新，通过联合营销、连锁加盟的形式，使企业能够以最小的投入来获得一个高回报和高知名度的竞争平台，同时实现品牌等多种知名度的扩散效应，近而，带动企业价值的综合水平不断



提高,实现企业真正意义上的发展。

2. 在经营观念上,由“拥有”一切向“利用”一切转变。

“9+1”联合营销体精耕细作企业内部和外部以及企业之间一切资源,期待把通过对企业资源的深入挖掘和细致地研究能够不断的影响企业的发展。在具体的操作上,“9+1”联合营销体主张在整合企业内、外部资源的基础上,充分挖掘联合体企业实体之间的战略优势,将彼此的资源有效的利用,从而达到资源的集约化,努力实现科研技术与其相应产品,能够开发一个,成功一个,形成强大的市场感召力,进而获得使市场份额的不断扩大。依托强大的市场感召力,形成市场感召市场新局面,造就多米诺骨牌的连锁反应,相信企业会因此实现超倍速的增长,营销体实现整体提高,营销体内、外实现良性互动,联合营销体的“环保效应”得以突出。

3. 由产品时代依靠产品进行的单一竞争,向服务时代的品牌综合体系竞争的转变。

“9+1”联合营销体认为当今的市场经济的竞争不是产品领域的产品质量、品牌、售后服务的单一竞争,

而更大程度上是产品结合营销策略、结合销售技巧、结合服务质量等多元竞争。“9+1”联合营销体的品牌管理能力具有使很强的内化免疫力和抵抗力，使企业长期保持健康、稳定的运营效率，通过自身强大的产业链、营销链，带动企业突破自身发展的局限，使企业在合法、合规、合情的情况下，更加规范化和规模化，更具有市场的竞争力。

4. 由“依靠产品创造单重价值”向“依靠知识和信息等创造的多重价值”转变。

“9+1”联合营销体面临当今市场的多元化的竞争，针对产品的同质化程度越来越高的情况，做出了相应的定位和推广方案。它为加盟的企业提供了具有多重无形价值附加的产品理念。从媒体组合、相关知识推广等多方面综合提升产品品牌和企业知名度。从产品科技含量到自身的文化底蕴，共同塑造符合现在人需求，满足现在人要求的消费新理念。

5. 企业战略由依靠传统的产品理念向打造品牌联合营销战略的转变。

“9+1”联合营销体分析认为：当单个品牌的战略的发展十分艰难，只有通过品牌联合，增加品牌资本的