

手套生产线项目仅用3个月就全面完成,将医用手套的生产能力提高80%。在目前H1N1流感蔓延情况下,医用手套市场看好,刚完成的生产线已满负荷生产。生产部门合理安排,生产车间半年来基本处于开足马力加班加点状况。春节后第一周医用手套车间连续7天加班,4条手套生产线及1条手套检查线满负荷工作,手套包装工人均超产38.9%,这都是近年少见的现象。企业生产热情及能力的提高为销售打下好的基础。

市场营销更是爱的传递和延伸。该厂认为,销售人员是主体,经销商是载体,消费者是客体。在爱的传递过程中要充分调动销售人员及经销商的积极性,为消费者提供增值服务,提高满意度。

首先提高销售人员的积极性,兑现上年度销售人员各种奖励,制定更有效的年销售工作激励方案,优先为销售部门配备现代办公设施,给予销售人员通讯补助,鼓励销售人员多联系客户,建立稳定客户群。二是善待经销商。金融危机下经销商不可避免受到冲击,企业主动与经销商联系,帮助经销商解决实际问题,让经销商感到温暖。目前该厂经销商呈现每月增加趋势。三是视消费者为真

正上帝,让消费者感受到企业的关爱及增值服务。

根据以上3条原则,企业调整经营策略,不断拓宽销售渠道;引入客户层级管理,针对国内不同销量的客户采取分级定价体系,规避渠道冲突,提高销售效率,有效激励和培育客户,促进全局市场协调发展。销售人员奔赴全国各地,拓宽渠道,开发销售终端,力争抢得新的销售增长平台;精心设计了直供百强医药连锁的直供销售策略,设计专供产品,仅上半年新增终端客户2500多家;实行业务员市场终端严格的实地巡访检查制度,严格考核,进一步设立交叉检查及本部电话抽查制度,确保终端陈列品种供货及时,掌握终端销售动态,监督促销落实。

调整产品销售重点。针对主导产品安全套高端产品销售受金融危机影响较大,着重推广中低端产品,扩大中低端产品市场份额。针对H1N1流感增大的手套市场需求,着重推广医用手套产品,今年新增了巴西、意大利、南非等手套大客户,同时通过美国首屈一指的医疗耗材审核,预计今年将形成批量销售,实现医用手套首次向美国出口。

陈维芳 董贵成

陶氏欧洲公司 合成橡胶价格全面上涨

陶氏欧洲公司宣布,自2009年7月27日起,其在欧洲、中东、非洲和印度市场销售的所有等级的合成橡胶全面提价。其中,丁苯橡胶售价每吨上调200欧元,聚丁二烯橡胶每吨上调240欧元。公司称,由于各种单体特别是丁二烯的价格不断上扬,公司不得不提高合成橡胶价格,以保持长期可持续供货。

郭毅

上半年越南橡胶出口量增长

2009年1~6月,越南橡胶出口量达到24.6万吨,与2008年同期相比增长7.6%;越南向中国出口的橡胶量达到16.6万吨,占其橡胶出口总量的67.5%。

博文

东洋向丰田提供 Proxes A20 原配轮胎

东洋美国轮胎公司日前宣布,该公司将向丰田Prius V车型提供原配轮胎——Proxes A20轮胎(如图1所示)。Proxes A20轮胎是一款全天候环保型轮胎,具有较低的滚动阻力,在湿路面和干路面条件下具有良好的制动性能。为Prius V车型配套的Proxes A20轮胎规格为P215/45R17 87V。



图1 Proxes A20 轮胎

尚轮