

李时珍医药:起舞零售终端

有业内人士曾预言:谁掌握了终端,谁就是市场赢家。

早在成立之初,李时珍医药集团就确定了“以零售终端为核心”的策略,至今在药品零售市场精耕细作了近二十年。目前,李时珍医药集团已与全国各地6000多家药店终端建立了紧密的合作,并正朝着1万家店的目标进军。

李时珍医药集团品牌战略执行官、东南事业部业务总监杨明江称,现在,他们只和有门店终端的企业合作,相应地,也只给有合作关系的企业发货,如此可以保证市场的纯洁度和产品价格的稳

定,使得合作的药店具有持续性优势,从而保障其长期盈利的可能。

派驻健康咨询师

杨明江认为,未来药店与企业之间的合作将会更趋向于工商协作联盟形式,企业与药店进行战略联盟合作,整合、共享信息资源,相互依存和促进,最终形成强强联合的联盟模式。

据了解,李时珍医药集团与药店终端进行合作的一个最大特色,就是向每一家合作药店都派驻一名健康咨询师。健康咨询师的专业技能、服务意识和企业口



碑的结合,在助药店创造经济效益的同时,也给药店带来许多回头客。

不仅如此,健康咨询师还义务协助一部分药店做其他销售任务,这对门店店员有着很强的触动效应。

此外,李时珍医药集团还有着一大批实战经验丰富的培训师,并建立了一套严谨、完备的培训制度,在给健康咨询师队伍做培训的同时,也给合作药店提供大量的培训支持。这已成为李时珍给予药店的配套服务之一。

做品牌文化的运营商

杨明江说,通过培训把自己的员工和店员定位为健康咨询师,使店员在荐药、解答咨询过程

中,能为消费者提供完善的治疗方案和一些防病治病的常识,此时,营业员不再是药店里的“搬运工”。这些努力不但为药店终端带来良好的经济效益和社会效益,更重要的是双方的品牌形象已根植在消费者心中。

“李时珍医药集团不仅为药店提供优质的产品,更为重要的是与药店终端共建品牌文化,共同把中医药文化与大健康的观念传播给消费者。”杨明江说,“我们不仅是简单的产品制造商,更是品牌文化的运营商,我们为客户提供的是一种新的理念、新的合作模式。”

广东本草组织药学服务培训



据广东本草药业连锁有限公司内部调查统计,85%以上的店长或经营者认为,药店必须开展专业的药学服务,才能在实际经营活动中略胜一筹。

为此,广东本草药业连锁有限公司委托国内最权威的资讯机构、拥有中国药店经营管理学院最专业讲师团队的《医药经济报》标点培训,开展了一系列量身定制的专业系统培训课程,如《门店经营管理专题培训》等,为各门店授道解惑。

针对如何提高门店管理水平和药师专业水平,以及如何开展药学服务等问题,2010年5月28日,主题为“如何提

助店员蜕变为专业人才

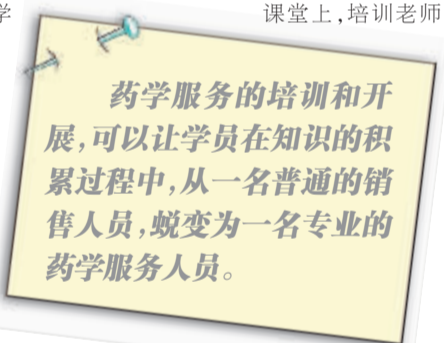
高门店的药学服务技能”的专业培训拉开了帷幕。既往的专业培训让各门店店长、店员收益良多,因此,在离此次培训开始前一个小时,众多学员已经早早地来到公司礼堂,认真地翻阅着手中的学习资料,预习当天的课程。

在课程学习中,学员了解到:药学服务包括咨询服务和传播药品信息,目的是解决顾客关注的合理用药及药品供应问题,以应

对已发生和潜在的用药问题;药学服务不仅仅应在销售药品时开展,更重要的是平时的积累,如为顾客提供合理建议

时,需要更好地了解、熟悉自己所销售的产品,利用更多的营销手段开展服务,让顾客感受到店员在热心地为他的健康着想,这样才能提高顾客的满意度和忠诚度。

课堂上,培训老师



精彩贴切的案例分析以及独到的见解,让学员更深层次地了解到药学服务的重要性和迫切性,让学员学会在药学知识

的积累过程中,如何从一名普通的销售人员,转变为专业的药学服务人员。

多位学员表示,通过此次的学习,自己得到的不仅仅是知识上的提升,更是认知和精神的升华。一名刚踏上药店工作岗位的新店员表示,这次培训让她明白,在工作和学习中,应该解放思想、不断探索,摆脱所学专业束缚,才能为门店的发展作出更大的贡献,自己才能不断进步。

每一期精彩纷呈的专业培训,介绍的知识专且精,分析的案例包罗万千,以致每期培训结束后,学员都意犹未尽。在他们的脑海里都有这样一个愿望:期待公司下期的专业培训!

(李平)

太阳石(唐山)药业有限公司(以下简称“太阳石药业”)是我国首家、也是惟一专业生产儿童和妇科用药的制药企业。目前,太阳石药业已成为美国纳斯达克上市的美华太阳石集团公司的全资子公司,注册资本为2,750万美元,总投资5,500万美元。

从1996年成立至今,太阳石药业已走过了14年,从最初一个关于妇科和儿科的梦想,到如今成为美国美华太阳石集团公司的全资子公司登陆纳斯达克,这与太阳石药业创业伊始树立的“坚定不移地走妇女儿童用药的专业化特色之路”的企业理念,以及“全面呵护女性健康、帮助孩子健康成长”的企业使命密不可分。

太阳石药业营销中心位于北京,生产基地位于唐山高新技术开发区,占地面积45,000平方米,建筑面积35,000平方米,绿化面积占31%。公司现有员工1,192人,下设5个管理中心13个部门,六大生产车间,生产栓剂、颗粒剂、口服液、胶囊、片剂等14个剂型的百余个中西药制剂药品,全部通过国家GMP认证。主要生产线均采用进口设备,颗粒剂生产线成为亚洲最大生产线。公司坚持自主开发、与高等院校、科研部门合作开发并重,积极引进消化吸收国内外成果,以此增强企业发展后劲。

2008年11月,太阳石药业成功收购了张家口圣大药业有限公司,后者更名为太阳石圣大(张家口)药业有限公司,丰富了太阳石药业的产品线,增加了“好娃娃”品牌的儿科抗菌消炎类的产品线。

太阳石药业以“全面呵护女性健康、帮助孩子健康成长”为己任,精心打造“好娃娃牌”儿童系列药品、“康妇特牌”妇科系列药品、“女美牌”女性系列药品,在妇女儿童用药领域确立了领先地位。太阳石药业先后被评为国家级“高新技术企业”、“外商投资先进技术企业”,被国家工商行政管理总局授予“全国守合同重信用企业”,被河北省医药行业协会评为“河北医药工业利税大户”、“河北医药工业十强企业”。

为了母亲的微笑,为了孩子的健康,太阳石药业永远献出呵护妇幼健康的爱心!

(太石)

太阳石药业: 妇女儿童用药专家

喜之源携手绿色小镇

打造个人调理连锁超市

一边是如咖啡馆般的DIY体验馆,一边则陈列着琳琅满目的“天然、有机、低碳”产品,据称要颠覆传统药

色小镇近期落户厦门禾祥西路,并拟于今年8月正式开业。

据了解,佰芬·绿色小镇系台湾绿色小镇健康连锁企业与福建厦门喜之源实业有限公司等企业联合打造。目前,“绿色小镇”在我国台湾已有近100家直营店,主营绿色中药、花

草、天然有机五谷营养餐等,产品多达上千种,年营业额近2亿元新台币。

厦门喜之源公司相关人

士表示,佰芬·绿色小镇将建立以厦门和上海为核心的营销总部,发力全国市场,计划于5年内在全国拓展200家直营店和800家特许加盟店。

“提起中药,人们想到的是古色古香的柜台、复杂的煎煮程序和难以入嘴的口感。‘绿色小镇’时尚中药馆将改变人们的这一印象。”佰芬·绿色小镇项目经理陈女士说,“在‘绿色小镇’,无论是营养膏还是花草茶、中药蛋糕,不仅好看、好吃,还能起到调理身体的作用。”

针对目前大陆药店多为中老年消费者光顾的现状,佰芬·绿色小镇宣称要把门店打造得像个人护理用品店一样赏心悦目,以吸引中青年女性

顾客。“中青年女性顾客往往是全家消费用品的采购者和决策者,是最有购买力的人群。为此,我们针对女性顾客的口味、爱好以及对美的需求,DIY体验馆推出了20多种个性化口味饮品。”

“以20~45岁的女性顾客为目标顾客群,加上‘汉方个人调理连锁超市’的清晰定位,可以快速吸引目标顾客群入店消费。”福建厦门好又惠总经理沈燕元表示,“现在,顾客要买个人护理用品,首先考虑的是屈臣氏,那么,如果顾客想买个人调理产品呢?整合‘天然、有机、低碳’等健康元素、提炼中医药调理文化的‘汉方个人调理连锁超市’可谓应需而生!”

中青年女性顾客往往承担了全家消费用品的采购,是最有购买力的人群。为此,绿色小镇针对女性顾客的口味、爱好以及对美的需求,推出了20多种个性化口味饮品。

店和药妆店经营模式、彻底改变以往经营模式及单一客户群的“全球首家汉方个人调理连锁超市”——佰芬·绿