

集中优势兵力 开拓广阔市场

——
促进工业发展
泰州市以营销为龙头

夏建洲 韩俊 陈浩

“搞市场经济就要为人所不能为，就要不断用新的思想、新的机制、新的举措去开拓市场、强攻市场。”这是泰州市市长张厚宝对营销工作提出的思路。

按照这个思路，近年来，泰州市政府提出以经营销售、技术开发、生产制造为主线迅速建立与市场经济体制相适应的营销机制，要求年产值千万元以上的工业企业组建产品销售公司或类似的专门经营机构，将生产和经营分离开来，从组织上集中力量开拓市场。这无疑是把企业推向市场、逼向市场。到目前为止，泰州市 81 家年产值千万元以上的企业已有 71 家组建了经销公司。开始了将以往的“散兵游勇”集聚成“集团军”，迈开向市场纵深处开拓的步伐。

与此同时，泰州市工业企业注重抓好以“产品销售、信息传递、售前售后服务、产品宣传”为内容的“四网”建设。将建立驻外经营机构作为组建“四网”的重点和突破口。目前，凡是有一定条件和实力的工业企业都在全国各大中城市设立驻外经营机构。全市 45 家重点企业已建立驻外机构 252 个，其中，有的企业

在全国已形成完善的销售网络。销售方式也逐步实现三个转变。即由游击战向阵地战转变；由零星设点向分区布点、成片开发转变；由单独经营向规模经营、多元化经营转变。春兰(集团)公司、宇宙焊接材料(集团)公司、电子仪器厂等一批重点企业借此已迅速占领全国市场，有的企业产品市场占有率已名列全国同行前茅。另一方面，随着驻外机构的不断建立，销售网络的不断完善，也促进了信息传递、售前售后服务和广告宣传三个“网络”的逐步形成，并且反过来进一步推动销售工作步上新台阶。

在加强销售机构建设的同时，泰州市各企业还不断吸取本市及外地的先进经验，不断充实销售队伍，提高销售人员素质。各企业不但从数量上，而且从质量上壮大销售力量，以形成对市场强有力的开拓攻势。通过调整、充实、公开招聘、择优选拔等方式扩大营销人员队伍，各企业销售人员占全体职工的比重已从两年前的 3% 上升到 5%，有的企业根据自身特点和经销工作需要已达 10%，甚至达 20% 以上。销售人员的知识结构和结构也发生了可喜的变化。据对全市重点企业营销人员结构调查，具有中等以上学历的人员占销售人员总数的 25%。各企业舍得花大钱投资，对营销人员进行培训，采取请进来、送出去的办法，多(方)渠道培训营销人员。一年来，各系统和企业已举办各类培训班 58 期，受训人员达 1640 人，去年上半年开始，全市组织 500 多名营销人员参加江苏省工业企业营销人员函授培训，收到了良好的效果。

在抓队伍建设和机构建立的同时，许多国有企业、集体企业还大力借鉴、引进乡镇企业的灵活的经营机制，实行“包销售收入、销售费用、资金回笼、销售利润，与工资奖金挂钩”的“四包一挂”营销责任制，促进销售工作的不断前进。去年以来，全市又全面推行了以销售收入、资金回笼为主要内容的全额大包方法，实行多销多奖、少销少奖、欠销不保工资、价格必保的“硬包”(下转第 48 页)

(上接第 33 页)办法,进一步调动了营销人员的积极性,销售工作出现了向纵深发展的好形势,一些长期产品积压的亏损企业出现了“销售‘包死’、企业‘复活’”的奇迹,原来销售较好的企业也出现了“有水快流”的新气象。

强劲的营销攻势,推动了企业的跳跃式

发展。今年 1—7 月,全市乡以上工业企业实行产值和销售收入分别比去年同期增长 81.49%和 88.29%,产销率达到 95.87%,出现了销售增长大于产值增长的好势头。

(作者单位:泰州市人民政府办公室)