



1、坚持六个相信，金徽酒的底气

在相继召开的各销售公司的会议上，金徽酒股份有限公司董事长周志刚都提出“六个相信”理念的：相信趋势、相信目标、相信产品、相信模式、相信团队、相信坚持。



2、夯实营销转型，促进业绩增长

金徽酒股份有限公司董事长周志刚在各大销售公司会议上讲到：2023年各销售公司要围绕“聚焦资源、精准营销、品牌引领、双轮驱动”策略开展工作，坚持产品聚焦，坚持品牌引领发展；积极培育用户工程，深挖渠道，建设组织力；深耕精益化管理，坚持C端置顶，以营销转型，促业绩乘长。

与此同时，各销售公司也在了2023年发展的规划。如华东公司将贯彻公司营销转型“C端置顶”的战略要求，以“精耕细作 埋头大干”为发展总思路，围绕“365”工作思路奏响华东发展奋进曲，全面推动营销工作实现新突破。

北方公司将以“品牌引领+大客户运营+深度分销”的营销思路，加强品牌建设，优化公司管理体系，聚焦能量系列产品和重点市场，大力发展优质团购商和政商大客户，加强市场基础建设，加强消费者培育。

银川公司将以“C端置顶+一县一策+以授权促转型”的指导思想进行全面转型，推动营销工作实现新突破。

西安公司将以聚力创变，趁势乘长为的指导思想，上下同欲，当仁不让，为今后营销工作取得辉煌战绩不懈奋斗。青海公司将以“重点突破，快速成长”为核心，为金徽酒在青海市场取得突破性进展发挥最大潜能。

而从甘肃本土市场来说，金徽酒股份有限公司副总经理、省内公司总经理王宁讲到：2023年省内公司以“转型突破 勇毅乘长”为主题，围绕“品牌引领+渠道动销”的运营模式，进行转型乘长。

我们看到，各销售公司都将夯实营销转型，促进业绩增长作为金徽酒2023年发展的核心主题，在2023年疫情后的第一个“爆发”年，金徽酒勇于突破，则意味着其营收将迎来快速增长阶段，品牌知名度将同步拓展，企业的含金量将大幅增长，尤其是在竞品依然集中于大本营市场的时候，金徽酒将率先实现市场卡位，加紧市场蛋糕的分割。

当金徽酒实际性走出甘肃的时候，从“甘肃金徽”转变为“西北金徽”，在西北白酒市场已经没有实际性“挑战者”了，金徽酒将能快速实现“行业前十”的目标，而届时金徽酒将为整个白酒行业带来新的竞争格局。



【文/榄外人；来源/黑猫工作室】