

# 饲料营销策略

——以湖南恒农集团公司为例

尹大广<sup>1</sup> 肖和良<sup>2</sup> 王成甲<sup>3</sup>

1.湖南省邵阳市洞口县水东镇动物防疫站,湖南洞口 422300;

2.湖南省邵阳市洞口县畜牧水产局,湖南洞口 422300;3.湖南恒农集团公司,湖南洞口 422300

**摘要** 饲料企业饲料营销和售后服务是很重要的环节,饲料质量是饲料企业的决定因素,但好饲料也要进行宣传,进行营销和售后服务工作,才能发挥饲料品牌效益。本文以湖南恒农集团公司饲料营销理念、饲料营销薪酬管理及考核方法和售后服务为实例,阐述饲料企业饲料营销策略。

**关键词** 饲料企业;饲料营销;售后服务;策略

运用现代营销理论为饲料企业解决市场细分、营销定位、产品组合、产品定价、分销渠道、促销手段、营销团队管理等一系列营销管理创新问题<sup>①</sup>。湖南恒农集团公司的营销工作是在总经理的直接领导下,主要由营销副总是来统一协调安排,包括市场信息的收集整理、市场规划、销售管理、客户管理及业务经理工作管理,并运用营销技巧进行饲料销售活动。

## 1 饲料营销定位

1)战略定位。集聚资源做深、做透核心市场(洞口、隆回、武冈)分区分线专业经营和运作。

2)营销定位。分区拓展、分线成长、打造湖南西南区域性一流饲料企业和品牌。核心市场(洞口、隆回、武冈)—全价料—直销模式。外围市场(怀化和贵州)—浓预料—网络销售模式。创建复合型营销组织,配备专业性营销人员,建立专业化营销队伍,促使各条战线快速成长,带动公司快速成长。

3)产品定位。高质立市、优质优价,确保质量稳定。核心区域重点打造一套高质优价有竞争力的至尊套餐系列产品:康乐乳、至尊 550、至尊 552、至尊强化大猪料 558、怀母 606 和哺乳 608。做直销与本地中小专业户建立紧密性合作,做稳做实市场,实行差别化销售,滚动开发市场。另开发一套质优价

收稿日期:2017-10-30

尹大广,男,1967 年生,兽医师。

3)加强畜产品质量安全监管。严格执行兽用药产品使用中休药期的管理规定和动物申报检疫制度,加强屠宰加工及市场流通领域的安全监管,加强养殖档案管理,加强兽药、饲料与添加剂等投入品的安全监管,建立完善的畜产品生产安全监测预警系统平台,完善可追溯体系建设。

4)加强畜禽养殖废弃物无害化处理与资源化利用监管。加强病死畜禽无害化处理中心的监管,严厉处罚乱丢乱扔病死畜禽的行为。加强养殖场排污监管,抓好源头治理和过程监管。推行有机肥替代化肥行动,维护好粪污资源化利用中心,提升有机肥厂综合生产能力,抓好末端利用监管。

## 参 考 文 献

[1] 张缘成.农业部发布“金融支农创新十大模式”[N].农村金融时报,2017-10-16(A03).

[2] 李凯年,逯德山.发达国家保持畜牧业持续稳定发展的做法及启示[J].世界农业,2008(2):43-46.

[3] 王湧,曹冬梅,孙安全.畜禽粪便中重金属污染现状及控制[J].猪业科学,2016,33(5):48-49.

[4] 潘瑜春,孙超,刘玉,等.基于土地消纳粪便能力的畜禽养殖承载力[J].农业工程学报,2015,31(4):232-239.

[5] 雷贤忠.种养结合补短板[J].养殖与饲料,2017(9):1-2.

[6] 韩太武.第八师动物卫生监督互联网+大数据智能监管平台设计[D].石河子:石河子大学,2016.

廉的恒农系列产品,恒农 550、恒农 662 可以考虑在 50~100 kg 范围内通过经销商网点做部分区域市场,增加市场覆盖率和占有率。外围市场以浓预料为主,但必须在保证质量的前提下,无论在价格上、产品外包装上做出恒农特色。

## 2 营销团队管理

1) 饲料营销薪酬管理及考核方法。市场转型:以开发中小专业户为增量手段,设置“前有金山,后有老虎”竞争激励机制。

① 销售经理销售量计算。销售饲料量为折合全价料销量。折合销量比例为全价料:乳猪料:教槽料:浓缩料:预混料=1:2:3:4:6。如 1 t 乳猪料折合全价料 2 t。冰点:基础销量任务 50 t/月(折合量),但冰点基数是变动的。

② 大区域经理销量与待遇。基本工资 2 500 元+冰点内基本费用(差旅费 70×22 d+车补 1 200 元/月+电话费 250 元/月)+区域超冰点销量提成。

③ 业务经理销量与待遇。基本工资 1 700 元/月+冰点内基本费用(差旅费 70×22 d+车补 1 100 元/月+电话费 200 元/月)+超冰点销量提成。

④ 试用期业务经理销量与待遇。试用期为 3 个月。基本工资 1 500 元/月+冰点内基本费用(出差费 60 元×22 d+车补 1 000 元/月+电话费 200 元/月),不计提成也不扣罚。考核:试用期内总任务量为 45 t,如完成任务随时转为正式业务经理,享受正式业务经理待遇。

2) 运用网络信息技术管理销售团队。为了更好地利用现代化网络信息技术,加强沟通联络,提高办公效率,特设立湖南恒农销售精英微信群,加强销售团队管理。

① 微信群工作图片发布要求。图片标注时间、地点,图片必须着恒农工装和含有经销商、饲料或清晰可见的猪场合影。

② 微信群工作汇报发布要求。工作汇报按照统一模板,每项填写完后,请注意换行。所有工作汇报必须手动输入,截图发布无效。

## 3 集团技术力量和营销队伍构成

公司聘请湖南农大谢甲伍博士为饲料配方设计师;王成甲,湖南农大畜牧本科,邵阳学院动物营养学副教授,并授聘于北京挑战集团销售总经理,

管理本集团 3 000 多人饲料营销团队,2017 年 1 月聘为湖南恒农副总经理,分管饲料质量品控和营销团队管理。聘请洞口县畜牧水产局原总畜牧师为公司技术顾问,负责营销团队、客户养殖技术和疫病防治技术培训,以及饲料销后技术服务。现有营销团队 17 人,有中专文化以上的 12 人占 70.6%。

## 4 运用直销、促销、优质优价种猪和猪苗、优质服务营销技巧

1) 制订直销、促销方案,培植忠实铁杆客户。公司采取每吨 25 包(40 kg/包),促销活动送 2 包,大客户每户每月用量在 50 t 以上,当月促销每吨 50 元。大客户每年达 500 t 以上,年底促销每吨 50 元。通过直销、促销等营销技巧,培植铁杆客户,稳定了恒农饲料销量。如洞口县兴发猪场常年存栏 3 450 头(母猪 360 头),月用全价饲料 240 t 左右,从恒农 2012 年开业以来,一直使用恒农饲料。另培植铁杆中小客户 55 个,月用饲料 430 t。

2) 供应优质优价种猪和猪苗。利用公司内部的邵阳天然生态农场有二元种猪和商品猪苗的优势,公司客户有需要种猪和猪苗的,优先供应,种猪每头优惠 100 元,商品仔猪(15 kg)每头优惠 30 元。

3) 优质售后服务实例。案例一:2017 年 2-3 月,陆续有 5 户饲料用户向公司反映,饲养的哺乳母猪存在奶水不足问题。为此,2017 年 4 月 12-18 日在洞口县随机抽样调查 53 户 2 816 头哺乳母猪,有 975 头存在奶水不足,占 34.6%,其中严重奶水不足病症的 327 头,占 11.6%。53 户使用 9 家饲料厂饲料,近 6 户使用 1 家饲料厂饲料。解决方案:从 2017 年 5 月 23 日起,公司调整饲料配方,把哺乳母猪料粗蛋白含量提高到 18.4%,较原来 17.9%提高 0.5 个百分点,每吨增加成本 59 元,每吨饲料添加缬氨酸 550 g,乳益(河南九鼎产品)1 000 g,每吨增加成本 142 元,2 项合计每吨增加饲料成本 201 元,每包增加 8.04 元成本。2017 年 8 月 5-9 日,调查恒农公司饲料用户 69 户哺乳母猪 1 998 头,只有 336 头存在奶水不足,占 16.8%,其中严重奶水不足病症的 68 头,占 3.4%,分别下降 17.8、8.2 个百分点。较好地解决了用户哺乳母猪奶水不足病症问题。

案例二:2017 年 9 月 27 日,饲料用户欧阳祥(湖南洞口县岩山镇菱角村)向公司销售经理反映,饲养的 113 头猪 1 周末严重腹泻,死亡 5 头大猪。

公司马上派出技术服务经理上门调查。经查:病猪体表苍白,无尸斑(无紫块,肿块等),眼黏膜苍白,肛门外和会阴黏有少量黑色柏油样稀粪。主要病灶在肠部:十二指肠和空肠内容物红色血液化或很多的血凝块,小肠肠系膜毛细血管蓝色充盈度明显,直肠充满黑色柏油样稀粪。治疗方案:①用氧氟沙星注射液(主要用于革兰阴性菌):按每 10 kg 体重肌注 1 mL。每天 2 次,连用 5 次以上。②饮水改为口服补液盐。补液盐配方为:食盐 350 g、小苏打 250 g、氯化钾 150 g、白糖 2 kg、常用水 100 kg。以利于增加机体的电解质,保持酸碱平衡,增加病猪抗病能力,促进生长发育。③肌注牲血素:按每 10 kg 体重肌注 0.6 mL。主要补铁,用于发病早期。④肌注止血敏:按每 10 kg 体重肌注 0.6 mL,用于发病早期。⑤用泰妙菌素拌料进行预防。按每吨饲料混合 600 g 泰妙菌素,预防 10 d 以上。1 周回访,全部治愈。诊断此疫病为猪增生性回肠炎,病原为细胞内劳森菌,革兰氏阴性细菌。这是洞口县发生的第 2 例,首例发生在 2015 年 4 月 30 日,洞口县洞口镇万里村刘逊鹏猪场存栏 358 头,发生猪增生性回肠炎 28 头,治愈 25 头,治愈率 89.3%,死亡 3 头大猪,发病率 7.8%,死亡率 12%,这是洞口县首例也是邵阳市首例猪增生性回肠炎<sup>[2]</sup>。

案例三:2017 年 10 月 9 日,饲料用户曾某(洞口县雪峰街道平清村)向公司反映,1 栏新购进仔猪 11 头换恒农饲料后,有 3 头猪被咬尾。咬尾现象普遍存在,可采取保证仔猪正常采食和饮水、断尾、育肥的公、母猪提前去势、对咬尾恶癖症者隔离饲养、保持合适的饲养密度、保证良好的饲养环境卫生、及时对咬尾病症尾根伤口处理、分群时用酒精、食醋稀释液喷雾、严禁饲喂发霉变质饲料、避免异常的声音和噪音刺激、定期驱虫等 11 条措施<sup>[3]</sup>。指导该场对尾根伤口用 0.1%高锰酸钾溶液冲洗消毒、2%

碘酊或抗菌素软膏涂抹伤口,1~2 次/d,5~7 d。今后引进仔猪分栏分群时用酒精、食醋稀释液喷雾。在全身和鼻端进行喷雾,3~5 次/d,减少咬尾现象。

案例四:2017 年 10 月 13 日,饲料用户张某(洞口县毓兰镇南江村)向公司反映,3 栏种猪 39 头换恒农饲料后,没有症状就死亡 2 头猪。到现场诊断为猪肺疫腹式呼吸型病例。开出兽医处方,1 次量:链霉素 100 万 IU 1 支+青霉素 80 万 IU 2 支,2 次/d,3~4 d 1 个疗程。磺胺嘧啶钠片拌料:每头 10 片,2 次/d,1 周以上。治疗结果:1 周后回访,治疗 39 头,治愈 37 头,治愈率 94.9%。猪肺疫腹式呼吸型,是腹部加快运动,一种代偿性运动来促进呼吸运动形式,没有胸式呼吸症状明显,往往被饲养员、兽医忽略而延误治疗<sup>[4]</sup>,加之该病例处在天气突变期,季节性温差和昼夜温差都在 10℃以上,导致猪肺疫暴发。

## 5 讨论

饲料营销人员除了要掌握营销学的基本原理、基本策略之外,还要精通动物营养、饲料科学以及疾病防治等知识,并且尽可能将这些专业知识和营销知识有机地结合在一起,才能做好饲料营销系列活动,湖南恒农集团公司饲料营销策略,特别是售后服务实例,对此做了较好的诠释。

## 参 考 文 献

- [1] 王放银.饲料营销学[M].北京:中国农业出版社,2008.
- [2] 肖和良,刘兴华.邵阳市首例猪增生性回肠炎诊疗报告[J].中国动物保健,2015(7):41-42.
- [3] 尹邦才.猪群咬尾病症防治的研究[J].猪业科学,2017(3):133-135.
- [4] 肖科.几例猪肺疫腹式呼吸型病例诊治报告[J].养殖与饲料,2017(5):53-55.