孟建忠

# 个人信息

出生年月： 1976.08.06

性 别： 男

语言能力： 英语 – 六级

离职期限： 2周

目前所在城市： 河南郑州

籍 贯： 山东青岛

婚姻状况： 已婚

电 话： 13396422546

# 教育背景

**1995.09 ~ 1999.07 青岛大学**

市场营销专业，本科（全日制）

**培训经历**

2005.05 ~ 2005.09 APP营销总部 MBOS(奥林匹克经营管理系统）、WCCD（世界级客户开发）

# 工作经历

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **起止日期** | **公司名称** | **工作岗位** |
| 2021.02 ~ 至今 | 郑州哈尔九宝食品（调味品）有限公司 | 营销总监 |
| 2018.01 ~ 2019.10 | 广东百味佳味业（食品）科技股份有限公司 | 销售总监（总经理助理） |
| 2015.01 ~ 2017.12 | 曼秀雷敦(中国)药业有限公司（广州钦泽供应链） | 营销总监 |
| 2011.08 ~ 2014.12 | 北京华夏基石管理咨询集团 | 高级咨询师、项目总监 |
| 2008.08 ~ 2011.08 | 山东晨鸣纸业集团股份有限公司 | 营销部长、产品公司副总经理 |
| 1999.07 ~ 2008.08 | APP金红叶纸业集团有限公司 | 大区经理 |

# 工作经历

**2021.02 ~ 至今 郑州哈尔九宝食品有限公司**

**公司简介：**郑州哈尔九宝食品有限公司"品质为立业之本",多 年来致力于鸡精、鸡粉、鸡汁、牛肉汁、鲍鱼汁等多元化高档次调味品的研发、生产和销售，相继推出了哈尔九宝、五星九宝、鲜宴斋、马吉尔、金家思、金家宴、百宴宝等多个系列百余种品项。

**担任职位：营销总监**

**汇报上级：**董事长

**管辖范围：**无

**主要职责**

* 营销战略规划，根据公司发展战略规划，组织制定年度销售计划并组织实施
* 带领销售团队进行市场开发工作，执行公司销售政策，完成销售目标
* 为企业建立完善的营销KPI考核体系和营销培训体系
* 定期向总裁和相关部门提供有关销售情况、费用控制、终端建设等反映营销工作现状的信息，为公司重大决策提供信息支持
* 组织研究相关行业政策、竞争对手信息、终端客户信息等，分析市场发展趋势
* 根据公司经营状况，提出市场推广方案
* 公司新项目推动（食品产业园）

**主要业绩**

公司销售业绩实现新的突破，能增长率在30%以上

公司旗下马吉尔生粉产品成为北方高档生粉第一品牌（质量好，价格高，销售好）

公司大型调味品产业园成功建成运转

**2018.01 ~ 2019.10 广东百味佳味业（食品）科技股份有限公司**

**公司简介：**广东百味佳味业科技股份有限公司（原名：东莞市百味佳食品有限公司），成立于2000年6月，占地面积6万多平方米，拥有员工500多名，是一家在中国较具规模、专业从事新型复合调味品生产的科技型民营企业，是中国鸡粉调味料、鸡汁调味料、松肉粉行业标准起草单位，参与鸡精、鸡粉、鸡汁调味料等行业标准的拟定；“中国饭店金马奖(中国最佳调味品供应商）”“中国调味品行业二十年鸡精（鸡粉）产业十强品牌业”；2015年10月26日公司成功挂牌新三板，证券代码：833936；公司生产鸡粉、鸡精、鸡汁、炸粉、沙拉酱、鲜味汁、浓缩果汁、辣椒酱及其它各种风味调味酱、调味汁等十余种高质量调味品，其中以鸡粉、鸡精、鸡汁及炸粉为核心产品；公司一直非常注重对产品质量的控制和规范化、先进化的管理，拥有较健全的产品控制规章和管理制度，并由专门的“食品安全与质量风险控制中心”对产品从原料、包材的供应商选择、验收到产品的最终出品进行层层把关；公司还依托全国的市场销售渠道网络，形成了华东、华南、华西、华北、华中、西南、东北、西北等10个大区、共有近50个客户联络处、约300名销售精英遍布全国30多个省、直辖市，为客户提供良好的售前售后服务

**担任职位：**销售总监（总经理助理）

**汇报上级：**总经理

**管辖范围：13**8人

**生意体量**：十亿（含非上市公司部分）

**主要职责**

* 根据公司董事会的要求，围绕调味品流通（餐批、农贸、乡厨）、餐饮、电商、KA商超（现代渠道）、特殊渠道等五大销售渠道，组织制定公司营销发展战略（品牌、产品、市场、销售等）
* 根据公司三年业绩倍增整体发展战略，编制年度销售预算，制定年度、季度、月度销售达标策略和具体执行计划，并督导执行，确保100%达成公司年度销售目标
* 全面管理全国八个销售大区的营销工作，督导各大区全面完成公司下达的销售目标
* 推动公司营销组织优化升级，管理和激励销售团队，包括各大区目标分配、营销绩效KPI考核、销售人员优胜劣汰等
* 根据调味品行业市场竞争状况，不断优化营销策略，并做好市场价格秩序管理；
* 客户开发和管理，完善公司各渠道客户体系，适应公司销售业绩不断提升的要求
* 协调公司生产、采购、销售等部门的协作关系，做好供应链管理
* 与券商合作，推动公司股票转主板上市（IPO）

**工作业绩**

* 组织制定了公司2019-2021三年营销发展战略：业绩倍增计划（整体15亿，归属上市公司10亿）
* 公司营销策略优化升级：品牌策略、产品开发策略、城市分级发展策略、客户体系开发策略、价格体系管理策略等
* 制定全新的营销绩效考核体系，充分调动销售人员的积极性
* 强化培养优势大单品，百味佳炸粉已经成为中国炸粉第一品牌
* 组织开发婴童专用调味品、鲜露系列产品和鲜味汁等产品，取得上市成功
* 2018年全面完成公司营销目标，2019年上半年超额完成既定的销售目标
* 筹备公司股票转主板上市（IPO），推进公司制度化和标准化建设，各项工作进展顺利
* 在餐饮渠道销售取得重大突破，成功开发湘鄂情、湘辣小厨、周黑鸭、盱眙杨四龙虾等大中型连锁客户，并与国内重点餐饮供应链企业千喜鹤、云禧国际等建立战略合作关系
* 百味佳炸粉做到中国同品类目第一

**2015.01 ~ 2017.12 曼秀雷敦(中国)药业有限公司（广州钦泽供应链）**

**公司简介：**广州钦泽供应链管理有限公司是曼秀雷敦在中国市场的战略合作伙伴，全权负责曼秀雷敦新产品，如面膜、肌研护肤品、彩妆、婴童护肤品在中国市场的营销工作。并且，广州钦泽供应链管理有限公司也是曼秀雷敦常规产品（润唇膏等）的华南区总代理。

**担任职位：**营销总监

**汇报上级：**总经理

**管辖范围：**125人

**主要职责**

* 负责曼秀雷敦化妆品（面膜、护肤品、高档彩妆、婴童护肤品等）在KA商超、CS日化连锁、百货、电商、婴童连锁、OTC药妆和美容院线等渠道的营销工作，主要包括：销售战略规划与落实，销售策略制定、年度销售目标的达成，销售渠道拓展、销售团队组建、工作指导、员工激励与成长管理、市场信息收集反馈与竞争对手分析等
* 制定公司总体及阶段性的营销规划和销售策略，带领销售团队实现公司整体销售目标
* 根据公司营销规划，制定年度品牌推广及传播策略，并负责资源整合推进落地实施
* 负责对外网络媒体或平面媒体的发布；各类媒体广告计划的发布、执行、监督及数据反馈
* 负责公司软性新闻宣传的组织、策划、通稿编纂与发布，树立品牌良好的社会形象与公众知名度
* 根据品牌发展战略建全并不断优化品牌VI、SI系统，建立完善、推行终端门店的运营标准，规划与建立终端和线上平台品牌体系，对品牌运营工作进行数据跟踪，定期分析运营效果并提供后续运营方案
* 负责销售管理工作，针对各类化妆品产品自身特点以及市场状况进行制定销售策略、规划、布局、方案，计划并组织实施
* 收集与反馈市场信息，负责行业内竞争对手信息与动态的收集与反馈，并提出应对方案，如新产品开发和上市推广等
* 带领销售团队和市场部开展线上线下的各类市场推广活动
* 负责公司产品的代理商和终端店铺引入，对销售业绩、市场拓展等关键运营指标负责，带领销售团队开发适合公司业务发展的经销商、重点CS百强连锁、重点LKA商超系统
* 主要电商平台的综合运营（天猫、京东、苏宁、唯品会等）
* 负责全国销售团队的组建、指导、激励与管理

**工作业绩**

* 2015年公司综合销售额突破7.5亿元
* 2016年公司综合销售额突破8.5亿元
* 2017年公司综合销售额突破10亿元
* 2017年成功开发曼秀雷敦彩妆系列新产品，实现销售回款6000万元
* 2017年对曼秀雷敦婴童系列护肤品开发成功立案，产品测试期过后立即上市

**2011.08 ~ 2014.12 北京华夏基石管理咨询集团**

**公司简介：**华夏基石管理咨询集团由我国管理咨询业开拓者之一、著名管理咨询专家彭剑锋教授领衔创办，旗下汇聚了500多位既具有扎实理论功底又具有实践操作经验的资深咨询顾问，是中国目前最专业、规模最大的专业咨询机构之一，中国企业联合会管理咨询委员会副主任单位；华夏基石始终致力于整合、传播国内外先进管理理念与最优实践成果，并推进其在中国管理实践中的运用；与此同时，不断总结、研究中国管理实际，提出了一系列对于中国企业具有实际意义的、原创性的管理方法与工具，并在国内外先进管理智力成果的基础上进行创新，开发具有独立知识产权的专业化产品和服务，得到业内高度认可；多年来，华夏基石帮助中国的领先型民营企业找到自身发展的道路，典型案例：《华为基本法》 、《新奥企业纲领》 、美的集团的第三条道路、新奥企业纲领、联想控股—中国企业的文化体系如何走向全球、TCL—速度抗击规模；帮助中国的大型国有企业完善治理结构、推动机制创新，进一步提升核心竞争力，主要客户：中国移动、中粮、国家电网、南方航空、中国铝业、中国银行等；帮助中国的地区国有企业进行组织变革、管理创新，确立竞争优势，主要客户：白沙集团、广西柳工、首创股份、郑州宇通、北京银行、粤电集团等；帮助全球500强经营管理的本土化与文化融合，主要客户：三星中国、埃森哲中国、东风日产、一汽丰田等；帮助快速成长期民营企业突破发展瓶颈，主要客户：六和集团、顺丰速运、新希望集团、欧普照明、老板电器、华帝燃具等

**担任职位：**高级咨询师、项目总监

**汇报上级：**总经理

**管辖范围：**15人

**主要职责**

* 任高级咨询师、培训师兼项目总监，主做食品、酒水饮料、化妆品、卫生用品及其他消费品领域的营销战略规划、营销策略规划及落地实施、样板市场打造等，以及品牌策略规划、品牌定位与品牌建设、营销组织设计和营销培训等；主要包括不限于如下重点工作：

1. 根据所服务企业的总体营销战略规划，制定并提交企业品牌发展规划
2. 梳理企业品牌定位，确定品牌核心价值
3. 辅导企业打造样板市场，提炼成功模式并滚动复制
4. 梳理企业产品架构，制定企业新产品上市及老产品升级与退市计划
5. 为所服务的企业指导策划有效的新产品上市推广方案并执行，确保新产品成功上市
6. 帮助企业物色、评估和整合媒体资源，确定品牌传播的创意与内容，有效传播品牌
7. 为企业制定并输出品牌形象标准，确保品牌形象在各地区、各门店的统一性
8. 为企业定期监测品牌运营状况并对品牌资产进行评估，根据评估结果调整品牌管理策略

**工作业绩**

* 食品及酒水饮料行业营销咨询案例：

1. 海南椰岛集团（椰岛鹿龟酒）营销战略升级咨询项目：重新规划椰岛集团营销发展战略，品牌二次定位和梳理，明确产品策略，打造椰岛鹿龟酒和椰岛海王酒两个核心大单品，椰汁饮料为补充；强化营销渠道策略，重点发力餐饮、KA商超、OTC医药连锁、GT流通四大渠道，电商渠道为补充；重新梳理市场价格秩序、招商政策和营销KPI考核体系
2. 浙江青莲食品公司业务转型与营销策略体系设计项目：针对青莲公司肉类深加工休闲食品营销业务如何有效突破这一核心命题，确定肉类深加工休闲食品的营销模式选择及策略规划，青莲食品肉类深加工休闲食品业务在长三角地区得到了快速发展
3. 黑龙江龙江家园酒业公司营销战略和策略咨询项目：对标老村长酒业，对龙江家园酒业进行营销诊断，重新规划五年发展战略，升级品牌发展战略“好粮酿好酒”，优化产品和渠道策略，主打流通和餐饮渠道，打造优质样板市场，并进行滚动复制，成功营造东北、华北、西北三大核心市场
4. 泰国正大集团食品事业部营销战略和策略咨询项目：为正大集团食品事业部进行了系统完整的营销战略设计、营销模式规划、营销策略体系制定（品牌策略、产品开发策略、定价策略、渠道策略、产品上市和促销策略）、营销组织规划与设计、营销团队建设方案提炼、营销实战培训等；正大食品连锁店运营体系规划与设计，包括运营模式和连锁店拓展管理等；通过本营销咨询项目，正大集团食品事业部理顺了发展战略，明确了营销策略，走上了快速发展的道路
5. 同福碗粥公司（粥类产品和饮料产品）营销战略升级管理咨询项目：帮助同福碗粥公司进行营销系统诊断 ；聚焦关键问题，进行营销模式升级和营销战略创新 ；营销部职能发育和组织体系完善； 营销团队培训、建设和经销商能力提升等；2014年同福碗粥公司整体销售额比2013年同期成长32%，2015年筹备股票上市，2016年股票上市新三板
6. 海底捞餐饮公司复合调味品营销战略和策略咨询项目：帮助海底捞餐饮公司进行营销系统诊断，为海底捞公司重新调整了营销策略体系，规划了科学的销售渠道体系，通过本咨询项目，海底捞餐饮公司复合调味品销售额快速提升，2015年综合销售收入位列火锅类复合调味品第一名；2016年，调味品公司股票以颐海国际的名字成功在香港上市

**2008.08 ~ 2011.08 山东晨鸣纸业集团股份有限公司**

**公司简介：**山东晨鸣纸业集团股份有限公司是以制浆、造纸为主业的大型企业集团，全国首家A、B、H三种股票上市公司，拥有武汉晨鸣、晨鸣热电、齐河晨鸣、湛江晨鸣、江西晨鸣、延边晨鸣、吉林晨鸣等10多家生产子公司；总资产375亿元，年纸品生产能力实现600万吨，进入中国企业500强和世界纸业30强，被评为中国上市公司百强企业和中国最具竞争力的50家蓝筹公司之一，“晨鸣”商标被认定为中国驰名商标；目前，晨鸣纸业集团在岗员工共2万人，年均销售纸品400万吨，年销售额超过400亿元

**担任职位：**营销部长、产品公司副总经理

**汇报上级：**总经理

**管辖范围：**300人

**主要职责**

* 对集团各子公司如生活用纸产品公司、涂布纸（铜版纸和白卡纸）产品公司、轻涂文化纸产品公司、箱板纸产品公司、新闻纸产品公司、静电纸产品公司和特种纸产品公司进行营销管理
* 指导有关规章制度的拟定、制定与监督实施

1. 认真研究国家有关政策，并根据公司要求拟订、制定市场营销的有关规章制度
2. 监督、检查有关规章制度的实施情况，对存在的问题进行处理

* 营销管理

1. 组织拟定公司营销发展战略
2. 组织拟定公司营销计划，并报总经理批准后执行
3. 组织拟定、制定公司的营销政策，报总经理批准后执行
4. 组织拟定整体市场营销策划方案，报批后执行
5. 具体负责营销策略方案的审定
6. 组织拟定价格体系并报批
7. 组织制定客户管理的制度
8. 组织拟定客户信用管理制度，报批后执行
9. 对销售合同组织评审和审批
10. 销售预算的拟定与控制
11. 市场营销网络的设置与管理
12. 目标市场的开发与管理
13. 新产品上市方案的拟定
14. 组织制定市场信息管理制度并监督执行

* 组织企业产品的市场形象策划，提升品牌价值
* 重大事项管理

1. 主动征求营销公司员工对公司营销重大事项的意见、建议
2. 在听取各方面意见的基础上对重大事项组织论证
3. 根据实际情况，对重大事项拟订决策方案，并报批执行

* 人力资源管理

1. 根据营销发展需要，审核人员招聘与配置方案
2. 组织制定营销公司的员工培训方案
3. 组织制定营销公司内部员工激励方案，并报批实施

* 营销业务工作

1. 主持召开营销工作重大会议
2. 对产品的市场营销情况进行调研分析，提供改进的建议
3. 在授权范围内，审批营销费用
4. 指导下属工作

* 代表集团公司参加各类产品推广活动，协调内外部关系
* 完成总经理交办的其他任务

**工作业绩**

* 理顺了各产品公司管理和业务操作流程，建立了全新的营销绩效考核体系，制定了重点客户开发和管理制度
* 为集团建立了系统、完整、科学的企业培训管理体系，并根据企业实际情况，组织编撰了整套培训教材，定期对晨鸣集团高层、中层、营销、生产人员进行专项培训
* 负责晨鸣集团生活用纸项目的筹备，筹备了整个生活用纸项目（产品开发、包装设计等）；负责引进了集团的主要生活用纸生产设备；一手组建了超过300人的营销团队；组织制定了完整的集团营销章程；组织制定了产品上市推广和广告方案；筹立了6个OEM加工厂，2011年晨鸣生活用纸实现整体销售额5亿元
* 2010年晨鸣集团整体纸品销售额突破300亿元
* 理顺晨鸣集团营销组织设置，设立全新的营销组织架构，沟通协调了营销总部与湛江、武汉、吉林、齐河、赤壁、海拉尔、延吉、齐齐哈尔等晨鸣子公司的关系

**1999.07 ~ 2008.08 APP金红叶纸业集团有限公司**

**公司简介：**由金光集团所属的亚洲浆纸股份有限公司APP投资的--金红叶纸业集团成立于1996年3月，占地面积1.14平方公里，总投资12.5695亿美元；公司拥有2家抄纸厂，8大外设加工厂，分别设于天津、沈阳、成都、武汉、福州、广东、海南、清远等地，并设有遍布全国的营运销售网络；目前，公司年产生活用纸原纸80万吨，成品加工年产70万吨；全国员工人数超过13000人，是亚洲最大的生活用纸产销公司之一；金红叶纸业优质产品分为一般消费品和商用消费品；其主要产品有：卷筒卫生纸、抽取式卫生纸、珍宝卷纸、盒装面纸、抽取式面巾纸、袖珍面纸、纸手帕、餐巾纸、厨房用纸、大型卷筒卫生纸、擦手纸和湿纸巾

**担任职位：**大区经理

**汇报上级：**营销总监

**管辖范围：**158人

**主要职责**

* 先后管过东北、山东、河南、安徽、河南、西北
* 整合和构建大区销售网络，招募、管理、培训、激励营销团队
* 组织拟定、制定大区的营销政策，报总部批准后执行
* 围绕100%达成销售目标，组织制订、修订大区年度经营计划
* 组织汇总、审核各分公司的月度工作计划，并督查其执行情况
* 组织制定部门绩效管理制度、指标体系及部门绩效指标
* 执行公司统一部署的营销活动，制定区域活动执行计划，管理并按时完成活动绩效评估
* 整合区域资源，策划和管理区域级的营销活动 、策划活动方案、制订执行计划、管理和监督活动执行、完成活动绩效评估和数据分析
* 完成各种市场报告、计划书的制作，进行市场调研及项目可行性分析
* 管理、激励、培训促销督导和分销团队
* 关注和研究目标竞品、区域媒介的选择和媒体计划

**工作业绩**

* 2008年属下山东省月均销售业绩突破2500万元（税后），销售业绩和销售效益综合考评全国第三名
* 2006年第六大区月均销售突破3000万元，大区综合销售业绩成长率全国第三名，KA通路业绩成长率全国第一名，AFH通路业绩成长率全国第二名
* 2003年山东省月均业绩突破未税600万元，列华北区第一名