日百文化

RI BAI WEN HUA　RB 日百集团主办　山东省十佳企业报纸　日照市十佳内刊

内部资料准印证第6号　内部资料　免费交流　www.ribaigroup.com　Email：rbqywhb@sina.com

2014年8月13日　星期三　甲午年七月十八　第8期（总第139期）　本期四版

务必真实 务必扎实
务必现实 务必落实

整顿纪律 整顿作风 形成工作新格局

——集团召开党员干部专题民主生活会

本报讯 为加强党员干部队伍建设，转变作风，更新观念，提高党员干部的凝聚力和向心力，及时发现问题、解决问题。7月19，集团党委、商业公司党委及各党支部纷纷组织召开党员民主生活会，结合工作实际，积极开展批评与自我批评。

7月28日，集团党委党员干部民主生活会召开，集团及子公司高层、中高层领导参加了会议，会议由集团党委书记、常务副总裁齐延丽主持，各高层领导在会上分别做了批评与自我批评，集团董事长、总裁新丽做了重要发言。

新总首先指出，这次专题民主生活会开的严肃认真、团结和谐、实事求是，大家开展的批评和自我批评也是中肯的，是发自内心的，为集团公司提出了很多好的建议，但仍存在剖析自身不够深刻，没有涉及本质，相互批评碍于面子，没有触及灵魂的问题。下一步还要继续深化，结合工作实际见实效。

首先是在工作作风方面。一是注重形式主义，轻视经济效益，下级为上级服务的太多。针对反映的上报材料太多的现象，新总要求上报材料应该是有重点的，同时上报材料要重视应用，不能成为摆设，造成成本的浪费。各公司、部门要做好自查自纠，做到简单化、表格化，并将方案和成果上报集团办公室统一调度。二是还存在有令不行，有禁不止的现象。去年11月份总裁办公产大会议上，要求各公司领导成员、管理者都要深入基层，深入实践，多参加劳动，多参与经营活动，要求各公司领导成员、管理者自行打扫卫生，经过调查，仍有个别部位没有落实，存在下属打扫的现象。

其次是在思想作风方面。一是有些领导思想上存在不符合实际，或者说脱离实际，不实事求是的现象。做事情、做决策时不实事求是，背离“四个务实”，比如对着二姐的要求，有的部门需要体力劳动，要做出符合实际的规定，制定制度的时候要切合实际。二是增收节支、店外消售等任务指标存在“假、大、空”现象，有些领导成员带头好大喜功，这是不符合企业文化的，增收节支把关太玄，自己给自己把关，数据上有出入。下一步由战略预算部，两级财务部牵头，制定增收节支确认的具体指标，建议由上两级主管来考核，上级的上级来负责，数据来源的核准，要查有实据，要经得起检查，数据的考核由两级人力资源部门完成。

谈到组织纪律方面，新总强调，组织纪律对一个组织来说是至关重要的，领导干部首先要带好头。有些同志存在自由主义，不负责任的乱说，拖拉，说组织不好，看不到自己的缺点，也看不到别人的优点，我们要谦虚，要有组织纪律，比如重要会议内容严禁泄风漏风，犯自由主义，当志好人。

另外，存在不廉洁现象，不廉洁现象和行为上升到了领导班子层面，上升到了高层，腐败容易产生的岗位环节很多，各种采购环节、基本建设项目、人财物产供销的各个环节都容易产生腐败，如有人除欠商品的问题，过去老大嫌有，现在死灰复燃，要严厉查处，一经查实，一律按制度处理。

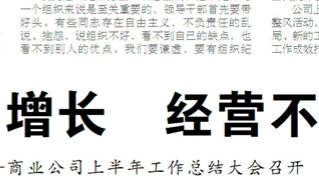
会上，新总也就个人存在的问题及其他班子成员的问题进行了批评和自我批评，要求结合会上提出的问题，要继续深化整改，逐条逐项列出清单，形成改进材料。同时建议领导层带头搞整风活动，整顿纪律，整顿作风，一级做给一级看，要相互反映、揭露问题，揭露不廉洁的人和事，揭露搞帮派的人和事，揭露任人唯亲的人和事，揭露铺张浪费的人和事，揭露弄虚作假、假大空的人和事，揭露违规违纪的人和事。

目前，集团党委已下发《关于在高层、中高层中开展整风活动的通知》，分份获开展批评与自我批评以及整纲纲要。

公司上下要深刻理解活动意义和重要性，通过整风活动，统一思想，统一认识，形成新的工作格局，新的工作氛围和良好的精神面貌，为取得新的工作成效打下坚实的基础。 □ **本报记者　袁启**

业绩稳步增长　经营不断创新

——商业公司上半年工作总结大会召开



本报讯 7月16日，商业公司召开2014年上半年度工作总结大会，会议以视频会议形式举行，商业公司领导班子成员、全体中层干部以上人员以及门店柜组组长等参加大会。

本次大会创新性的将各门店，物流中心总经理工作述职与公司半年度工作总结相融合，在总结工作经验、剖析问题与不足的同时，着重分享各门店、部门工作中涌现的优秀经验和工作亮点，改进下半年工作开展思路，进而报告中创新思路提出不穷，例如，日照店紧跟市场变化，突出“快”字；莒南福店创新设计表格，强调数据分析；莫德福岚山店、新玛特购物中心五莲店创新促销形式，展示创意促销；新玛特购物中心岚山店挖潜增收，协助采购进行空厅拖欠；新玛特购物中心莒县店主动应对市场需求，组织干部员工开展生鲜自采自营；新玛特购物广场关注消费者需求、感受，提升购物环境，顾客满意度大幅提升等等，与会人员相互学习、深受启发。

随后，曹锡总监曹梅会、百货采购总监潘玲、超市采购总监张宇皆分别作半年度工作总结发言，就各自分管工作作下半年工作安排，对各门店、部门的工作开展提出了指导意见。

最后，商业公司总经理焦炘作《商业公司2014年上半年工作总结及下半年工作部署》报告，报告全面回顾了上半年经营业绩指标达成情况和各项重点工作开展成果。

1-6月份，商业公司业绩稳步增长，经营举措卓有成效，创新思路层出不穷，各项计划，目标达成良好，尤其是净利润十北及费用预算控制等较为突出。焦总充分肯定了商业公司广大干部员工在经营管理中的进步，以及大家的辛勤付出与开拓创新，向全体干部员工表达了衷心的感谢。

会议同时对上半年工作中存在问题的整改提升与下半年各项重点工作的开展进行了部署。焦总报告中指出，上半年在取得了一些成绩的同时，也存在诸多的问题与不足，这就要求我们在下半年的工作中不断地总结、改进、提升。

下半年及未来我们仍然面临激烈的市场竞争，各门店、部门要紧跟年度业绩指标，结合市场环境和门店实际，积极开拓，创新思路，围绕效益优先的同时，抢抓市场份额，通过各项的管理提升，提升顾客的消费度，提升企业的核心竞争力，确保全年业绩指标的达成。

在剖析工作中暴露出来问题与不足时，焦总要求深入挖掘问题的根源，查摆经营管理数据反映的背后的问题。围绕下半年经营指标的达成，要以挖掘目标客户需求为核心，用精确定位、精选的特有商品、细致的服务、精心营造的购物环境来打造公司经营的核心竞争力。

此次大会议程更加紧凑，内容更加充实，主题更加多实，更加关注工作经验与创新思路的分享，畅谈提升思路，深入分析、挖掘数据背后的问题，为下半年工作提升与目标达成明确了方向。

会后，商业公司各门店、部门迅速行动，传达会议精神，落实工作部署，广大干部员工群情振奋、干劲十足，向全年各项工作目标发起冲锋。

□ **商业公司办公室　李宗钦**

好作风从哪里来

本报评论员

去年年会，董事长，总裁提出了“四个务实”的指导思想：本质，再次总裁办公大会以再次提出了密切联系业务，牢固树立“业务第一　效益至上”的理念；今年年初，集团出台“加强纪律　改善作风”十项规定，打造集团节约的工作形式；上月，高层专题民主生活会再次强调深化整改作风问题，从领导层带头开展整风活动。一系列工作的开展，剖析作风。

好作风从哪里来？从“严”中来。

从严，就要动真碰硬，制定“加强纪律　改善作风”十项规定，反对上下级收礼送礼，严禁接受供应商吃请，禁止员工亲属等参与业务经营；民主生活会上，新总指出不廉洁现象和行为上升到领导层，要从领导层带头搞整风活动，整顿纪律，调高选拔违纪的人和事，对于明摸的问题严厉查处，加强作风建设，就是要保持工作风，刹歪风的急劳，决不聚不满不满的形式。

好作风从哪里来？从“细”中来。

从细，就要从具体深入，要从日常小处着手，从点滴中做起，从小事上做起，从细节上“加分”，安排工作必须规定时间，并会必须提前通知，严格周事制度，规范加班周要，培训，会议一律周自助餐，做出符合实际的工资奖励定，制定增收节支的具体指标，把作风建设与公司实际工作对接起来，细化、量化，用细节提升把改进作风一步一步地引向深处。

好作风从哪里来？从“实”中来。

务必真实，务必扎实，务必现实，务必落实！这一思想提出以来，一直强有力的指导着公司战略发展经营管理的方方面面。

从实，就是要让“四个务实”的思想落地生根，开花结果。密切联系业务，开展“下基层　帮好子”工作；注重经济效益，转变考核重点，取长计划落实；打破一贯坐办公室的习惯，加强会议管理，精简上报材料，从实际出发，为服务企业发展而做，决不能把加强作风建设当成是“起刮洗”，“应付事”。

好作风从哪里来？从“快”中来。

从快，就要提高效率，简化程序，要形紧落实，迅速行动，急办的事情不一定非得层层审批，可以“一提开”；紧急重要的事情，可以直接找总裁沟通。“抓好子”当日即前往门店开现场解决问题，民主生活会后三日即下发“整风活动”通知，精简上报材料，制定增收节支标准等工作当即展开。面对当前的经济环境和激烈的市场竞争，振作精神，紧抓快干才能发展壮大，决不能慢慢吞吞，拖拖拉拉，议而不决，决而不行。

好作风，还要我们持之以恒。一时一事并不难，难的是锲而不舍、一以贯之。抓一抓就好转，松一松就反弹，“东风”刮过，“西风”又来只会更加低生形式丛生。以踏石留印、抓铁有痕的劲头，毫不松懈地抓下去，必会见得风清气正，也必能促成企业蒸蒸日上，共同成就“百年日百”的伟大事业。

述評

高层论点

效益最大化 就要夯实零售基本功

劳动互联网的便捷性、即时性、互动性及精确性，让张手业内人士为新时代的到来而欢呼，但同时劳动互联带来的挑战万变，让张手传统什业的职业经理人无所适从。

那么，在时新时代的到来，面临电子商务的冲击，身处传统零售业的我们应如何自处呢？张手人心中都有不同的答案，也有受人指入了迷茫。

2014年年会，总裁在工作报告中用坚定的语气告诉我们：效益最大化！

年会结束后我们开始了新的征程，各公司、门店都开老村、冲刺洞等作为重点指标纳入到考核中。然而，在实际的工作中我们似乎又发现了一些不和谐的音符，有的门店为了提升毛利，过于控制水电费的支出，有的在空调的启用上“过度节约”，过于追求基础运营费用的节约，作为潍加毛利的手段，这看实是本末倒置！

效益最大化，我们究竟怎么理重出发？我认为，万变不离其宗，还是离不开最基本的——辛售基本功！

首先，提升团队执行力势在必行。

我们可能认为自己是个有条理的人，或迟钝的人，是具有高度弹性、抗压能力强，或时间管理能力强的人。我们可能很容易发挥自己执行能力的强项和弱项，并最大程度地发挥自己的强项，回避自己的弱项。

但是我们却忽略了团队执行力的问题，在沟通中，我们是否发现有张手“沟而不通”的情况，或者同一个团队的下属工作进度不一致、节奏不一致、质量参差不齐等现象，究竟问题大梗正来自于个人的一样。

那么，要想管理好我们的团队并提升团队整体绩效，就要求我们做好各个层级工作的衔接，对跟下上团队方向的个人或集体要重点关注和培养，告诉他们要学会倾听，关键时刻，关键路段，不妨摆摆“烈炬”。另外还要学会用文化的语价值，唯有文化才能调动人，激励人，凝聚人。一个企业要有高的价值追求，不仅要做产品，更要做文化，做人心，做品牌。

其次，运用好80/20法则。

80%的销售源于20%的顾客，80%的成果源于20%的时间和精力，80%的公司收入来自20%的客户和区域，80%的业绩是由20%的人员完成的。所以我们要找出最主要的原因，用最主要的时间和精力，去关注最主要的商品和顾客，抓好重要核心的供应商和核心客户，如此去做，我相信结果一定会比现在好。

作为管理者要与时俱进是一把武，抓耳挠腮，上蹿下跳，不管真的工作做得再好，影响力还是有限；抓时多的工作并不等于重要的工作；没有目标的工作多是浪费的；把合适的人用在合适的岗位上；充分做好工作授权，即使你比下属做得好，也并不意味多所有的细节都要参与。

再次，树立良好的价格形象。

电商的一个重要优势就是没有店铺租金费用，而且有价格优势，这使得厂商的做策利润可以高出实业。然长时间以来，我们在竞争压力的格局情况面都是雷同不相，做了要素面文章，没有真正的用商品价格形象的管理做知做实。

厂商的价格形象如同五凡路把的重压一般艰苦，亦如拔数千里之绵的一个叔穴，做好零售基础，在长期奋斗的，合并本客数的同时一定要树立良好的价格形象，做实口碑，惜地这样利润非常做薄，因为压根零和又富，有的企业可能无法坚持到下一个春天。

最后，小步快跑，步步为雪。

中国商业制造业的产能过剩已经是不争的事实，张手国定资产以厂房或设备的形式在不停的扩张值，这会都是沉没成本，同样在传统零售业中，所有的工作会新都应与全球的销售计划指导下有序进行，工如所有的事务管控都高不开制度数据一样。

做生意要三个齐“劳、事、市”，创造城略气势，认真负责做事，市市长住市场，“过水开水，不进则退”，唯有不断参实夯行的零售基本功，不断的创新与发展，才能实现公司效益最大化，才能在当前激烈的竞争中勇立潮头！

□ **商业公司百货采购总监　潘玲**

新闻30天

集团召开职代会改选工会主席

本报讯 7月22日，集团召开七届二次职工暨工会会员代表大会，大会应到代表80人，实到61人。会议主要议题为增补工会委员会委员、改选工会主席。

经工会委员会提名，齐延丽同志当选日百集团第七届工会委员会委员，会后，召开了第七届工会委员会二次会议，选举齐延丽同志为工会主席。

□ **工会办公室　邢景山**

集团积极组织“慈心一日捐”活动

本报讯 响应我市“慈心一日捐”活动，集团各公司、部门积极组织员工进行爱心善款的募集。本着“自愿捐款、量力事款”的原则，每位员工捐出一天的工资，本次共计捐款近7万元，此次募捐的款项将同公司“爱心基金”的使用结合起来，为公司及社会员工开展献爱心活动。

□ **本报记者　丁玲**

公司“爱心基金”救助老职工遗孀

本报讯 日百员工家属金立英老人在大夫去世后，无固定收入，生活困难。公司了解情况后，迅速研究决定使用“爱心基金”给予救助，除每月给予金立英老人300元补贴外，还给根据情况报销其部分医疗费用。

7月22日，工会副主席陈常美将爱心救助金和慰问品送到了金立英老人手中，老人一再对公司给予的关怀表示感激。

□ **工会办公室　邢景山**

当代职业培训学校顺利开展培训

本报讯 7月21日上午，莒县“2014年中级营业员技能提升培训班”开班。

紧密围绕《日百集团关于全员提升业务技能的意见》文件精神，在莒县两店的配合下，本次培训工作顺利开展，培训营业员100人，将于8月末结束。授课讲师多为两店的内部讲师，培训内容初会实际，在理论中结合生动案例，便于理解。实用性强，学员评价普遍较好。

目前，莒县区域第二期技能提升培训班和日照区域首期技能提升培训班正在报名中，将于8月中旬正式开课。

□ **日百商学院　秦伟**

焦点访谈

把你的“流量”留给顾客

编前语：据英国《每日邮报》报道，华盛顿一条商业街道路中间曾出了“使用手机”与“禁止使用手机”的通行道，引禁止走路玩手机的行人收集点划分“可以使用手机”的通道让行人，此举是为了减轻部分市民身份丧失的担心人，随着信息时代的到来，手机成为人与人之间密切联系的纽带，尤其是智能手机的出现，人们对手机的依赖程度日益加深，“手机控”似乎已成为许多年轻人的代名词，这种依赖已经影响了人们的生活方式。

焦点回放：

近日记者在门店走访中发现，有些员工在营业现场玩手机，接打电话，发送信息等，甚至有顾客经过连头都不抬一下，还有些员工躲在饮水区、员工通道上网、聊天、手机屏幕的点点光亮在黑暗中尤其刺眼。这些对手机的过度关注和依赖，花费了大量上网流量的同时，也分散了员工的注意力，弱化顾客的服务“流量”也就相应变少了。

公司对营业现场使用手机有明确的禁止规定及相应的处罚措施，不同门店、部门也采取了不同的管理方法，然而此类现象仍屡禁不止。另外，适应大众传播媒介的发展趋势，公司正在进行微信会员的推广，有些品牌也要求员工利用手机推广会员信息，但是在实际操作过程中，有些自制力差的员工却以此为借口，在上班时间玩手机，这与公司的初衷背道而驰。

如何能既发挥好手机的作用，又摆好我们的现场管理呢？

焦点访谈：

新玛特购物广场男装部休闲组照步士导购员杨倩：在微信上发布活动信息一般都是利用下班时间进行，对于门店来说的一些关键管理方式可以理解，然而有些处理手机的现象。

新玛特购物中心五莲店百货部经理董美俊：个别部位员工玩手机的现象比较普遍，许多年轻的员工用手机上淘宝、看视频、聊天，发现现手机，除了纳入现场管理，员工还要承担倒垃圾之类的公共性活动，在手机管理方面，开始时时候天行过硬比较定，但这会影响员工的坚见心理，在会具体的这一方面，目前做指导并不多，主要还是通过专门的国定电话进行。

新玛特购物广场女装部经理刘丽华：发现员工上班时间玩手机是必须要纳入现场管理的，部门对员工使用手机发布信息的时间进行了统一规定，其他时间需要操护会员信息的要进行申请，象一些大的品牌会专做导购员的微信信息操护，有些品牌也有自己的老顾客，需要经常给她们发送一些新款展销信息。部门的手机管理还是不分海使到员工的实际情况，员工对手机的管理方式也比较认可。

新玛特购物中心昌邑店实习店总莱客服部经理董丽：门店收银员大多是十七八岁的农校学生，缺乏自制力，玩手机的现象比较多，当她们专注于玩手机的时候，就会忘记对顾客的服务。发现玩手机既影响人员场管理，又要进行一定的罚款，同时发现一次还要没收手机一个月，三番两下，也到了比较好的效果。当然了，各部门都有自己的实际情况，员工对手机的管理措施也是不同的。门店正在针对各部门实际工作情况及员工特点进行手机专项管理的讨论。

新玛特购物广场店总经理钟玉梅：现场管理不允许员工使用手机与利用手机进行宣传是不冲突的。我在门店有自己的微信号，每当有员工加入就会自动进入对应部门的微群，发表活动信息一般是在短款会时间进行，先由主管在群发重上发布，然后由员工利用时间来正激现的方式来鼓励员工，这种做法效效良好，而且每个专厅都有店长，一些业务往来都是由店长利用下班时间来完成，专厅内也都设有固定电话，这样就可以有效避免员工上班时间使用手机。

新玛特购物中心五莲店总经理丁艳：门店的手机管理仍然是以这样为主：如员工确实需要接打电话则要求和顾客沟通所的方式，避免在营业现场使用手机，员工的自我约束能力也比较强，目前来看管理效果良好，班中玩手机的现象很少，另一方面门店的微友群发展要求各个部门的参与，这项举措取得了良好的效果。经过全体员工的共同努力，目前五莲店微友数量排名第一。我的展则就是只要不影响接待顾客，可以适当的进行会员维护。

商业公司营销部总监唐梅合：在营业现场的手机使用管理上，公司有明确的缺上规定，各级管理者和广大员工要严格执行现场管理的相关规定，这样做的目的，就是让员工把注意力集中到为顾客做好服务上。有顾客的时候，要认真服务好顾客，客流少的时候，也应该注整理商品，熟悉商品信息，学习商品知识等活动，这也是为顾客提供优质的服务做准备。

公司要求专厅内安装移动蓝机，以便与广商沟通或进行顾客回访业务，做信息广告活动应当是最左按排在晚前晚班后，如果员工确有特殊情况需要使用手机，在不影响接待顾客的情况下，经责场主管许可，可采取回避式处理的方式。

焦点评论：

2013年年会报告上提出：以顾客为中心，不管是现场管理的纵向转变，还是公共事中的“典型顾客”，还是业务技能提升等工作的展开，其核心都是为更好地服务顾客。

因此，要想做好诸如手机使用之类的现场管理，首先要强化广大的员工以顾客为中心的服务意识，从根本上重视对顾客的服务，引导员工树立正确的价值导向，使员工在过程工作中，能以顾客为核心，只有这样才能形成良性循环，压公司内形成良好的氛围。

另外，加强员工的培训，强调现场管理，增强员工的纪律性，提高员工自制力，增强员工主动学习的意识，引导员工在不操作顾客的时候主动学习业务技能，管理人员也要转变管理思路，现场巡视不只是为了检查劳动纪律，还要合理利用时间，加强对员工进行业务技能的培训辅导，

手机作为使人方便了生，传播方便的通讯工具，其管辖作用也是不可忽视的，其核心也是为了内容共享，图使提高效率及时准确的信息，要正确认识手机现场管理与利用手机进行信息传播的关系，结合公司、部门工作实际，图使提高服务水平，引导员工合理使用和管理手机，把更多的“流量”留给顾客。

└ 本报记者 袁启 丁玲

曝光台

向每一平米要效益

近日，在门店走访中发现，各门店卫生、空柜的现象仍然存在，因供应商搬柜未补进，自营商品陈列不丰满导致货架利用不充分，品类规划或货架调整等原因导致空柜空柜，类似现象着实令人感到痛心。

公司强调“业务当先，效益至上”的经营理念，要求提高资产利用率，抓住闲置资产这个半鼻子，重事长新施在年会工作报告中也明确指出：要注重效益，重视长效，将未利用的楼层利用起来比去新开门店强多了，然而实际工作中我们发现，由于“公区投控”的客观因素，提出的问题还是问题，这显然与我们的经营理念，与当前形势是背道而驰的，也影响了顾客对门店的印象，不利于客流量的聚集，从而影响了门店销售。

门店占据的都是区域内的黄金位置，在这个寸土寸金的时代，商家为了争夺一个好的地理位置而花巨资的现象要见不鲜，而我们还在因招商难、商品丰富量小、合同签订流程繁琐、商品陈列摆设一城划等种种原因，因遗解决最大的问题，销量不高，销售额难以达成，背后除了竞争激烈，市场不景气的客观因素，很多时候是资源的闲置和浪费给了我们前进的后腿。空场、空柜给公使我们的商品陈列摆设，商品陈列不丰满，这给顾客留下了不良的心理感受，也间接剥了顾客更多选择的自由，使我们损失了更多这成销售的机会。

通过现象看本质，资产闲置这一关键问题，既造成了资源的浪费，又给了公司提高效益的后腿，不利于公司的可持续发展。如何才能把闲置资产的半鼻子，提高资产利用率，让门店的每一平米都产生效益，金力推动公司效益提升，这是我们当前迫切解决的问题，也是必须引起我们关注关注和高度重视的问题。

└ 本报记者 袁启 丁玲

守候你 直到你回家

进出身边的故事

日百故事会

2014年6月20日，连锁百货部重美俊经理接电话，当她一切正常，送货由电梯起后，顾客给我送场，下班钟声响起，重经理带领各部位人员进行最后一次清场工作，以期以没有滞留人员，并对安全问题进行巡查。

就在清场中发现有一位顾客神情慌张，仍然在卖场内东张西望，发现这一问题后，工作人员提高了警惕，重经理随即上前询问，在沟通过程中，发现该顾客语速思维混乱，语言表达含糊不清，并且行为怪异，不象是正常人，察觉情况有异，重经理立刻请这位顾客到办公室，耐心细地地与他进行交流，在重经理的情情善诱下，终于得知了顾客家属的联系方式。重经理立刻给他的家人打电话，从家属的口中确认了该顾客患有精神问题，自己外出走失了，这时又面临着另外一个难题，他的家属都在外辗，路途较远，无法立刻赶来接人，可是他还早已到了下班时间，正在发愁怎么办的时候，重经理主动提出代为照顾这位顾客，这样他的家属就有充足的时间赶来接人，又不用担心他会再次走失。

虽然当时能场早已过了下班时间，可是重经理并没有对滞留顾客不管不问，而是安排人员在电场门口的休息处陪同该顾客等家属过来接他回家。其他伙尾工作完成后，重经理亲自过来陪同顾客聊天，安抚他的情绪，确保不会发生意外，因为路途遥远，直到深夜十二点多，他的家属才从外辗赶过来，将他接走，整个过程中，留下这位顾客的人员没有一丝不耐烦与抱怨过来，顾客家属对我们的工作人员十分感激，并表示要专门给予了高度赞扬。

随场中计算会有特殊人群出现，面对他们的时候，我们要予以力所能及的援手，给予人道主义关怀。这也是每公司的社会责任。

└ 商业公司新玛特购物中心昌邑店 王小萌

提升业务技能 变被动为主动

一天，我正在卖场巡视，走到皮鞋箱包区时，看到两名女顾客正在向某专厅，导购员咬爽的喊责声“你好，欢迎光临XXX”把我也吸引了过去，于是就有了下面的场景。

把顾客迎进专厅后，导购员脱美着跟在顾客旁边，只见A顾客拿起一款圆皮鞋看爱不释手，B顾客说：“挺时髦挺气，就是不好打理，去年我买过一双，现在颜色都发白了，可难看啦！”

看到她们的顾虑，导购员脱美看说：“翻皮皮鞋打理起来是有一点麻烦，但您可以抽出一点时间，先用湿布擦掉鞋面的灰尘，再用毛刷顺着毛的方向擦，最后每鞋面干了再喷上护理液，鞋子马上就会焕然一新，而且，只要您方便，我们随时可以为您提供免费的保理！”

B顾客说：“原来是这么打理呀，以前不清楚，真是白踏了我一双好鞋！”

言语间，顾客又选到新款麻鞋区，A顾客在一款横帖的凉皮鞋前驻足了几秒，B顾客也向她推荐这双鞋。

导购员在旁笑着说：“姐，您的脚丫还真是了解您，她给您推荐的这款麻鞋是我们今年的新款，而且无论款式还是颜色都非常适合您。”

导购员拿起一只造码的鞋子递给了顾客试穿，并接着说：“姐，您看您穿上这款鞋子，既简约又不失庄重，都说人生得一知己足矣，你们俩情投么好，真让人羡慕。”B顾客在旁也一直称好。

A顾客穿着走了几重，觉得很舒服并询问价格，这时，导购员又说：“现在新款6折销售，折后价是352元。”

A顾客顿时眼神黯淡了些许，而位顾客都觉得价格贵，导购员接着说：“确实，单看价格，您有这种感觉很正常，这款鞋子价格偏高，因为质量确实不错，您也一定明白，买对一样挑过关错三样，您一定不希望鞋子买回去穿了几次就不喜欢了，那才是浪费，您说是吗？”

随着A顾客还是有些犹豫，导购员又接着说：“姐，陪买东西不一定能便宜划算，关键是看能否适合自己，便宜的鞋子如果不合脚，这给您又有什么用呢？再说了，脚上有很多的穴位，买一双合脚舒适的鞋子真的很有必要呢！”

在这种你一言我一语的谈笑声中，最终这笔销售顺利的达成了。

通过一场销售案例中，作为一名管理者，我对这名导购员的表现，也深有感触。在销售过程中出现的种种情况，无不考验着导购员的销售技巧。从这一案例中，可以总结出以下几点：

第一，要善于“拉拢”顾客的朋友，她可以成为我们的对立面，也可以成为我们的朋友，当她成为我们的朋友时，销售就会易得多。

第二，“没有卖不出去的商品，只有笨拙的销售员”，销售不理想的时候大说不要找价格太高的借口，不是我们的商品价格太高，而是我们没有找到商品真正的价值所在。

第三，当顾客对我们的商品有任何顾虑时，不要被动的解决，而是要运用自己掌握的商品信息和业务技能，主动、巧妙地从侧面突出商品的优点与卖点，从而达成交易，提高销售业绩。

└ 商业公司新玛特购物中心五莲店 郑伟明

创先争优 争做销售先锋

关键业绩指标排名榜

（2014年7月）

商业公司年度销售计划完成比例排名

部门		名次
营销部	新玛特购物中心五莲店家居部	1
	日丽店针织部	2
	新玛特购物中心昌邑店百货部	-1
	新玛特购物中心昌邑店家居部	-2
采购部	百货采购部针纺类	1
	百货采购部运动休闲类	2
	百货采购部珠宝类	-1
	百货采购部男装类	-2

商业公司年度毛利完成比例排名

部门		名次
营销部	新玛特购物中心五莲店	1
	新玛特购物中心岚山店	2
	日丽店	-1
	高德福岚山店	-2
采购部	百货采购部针纺类	1
	百货采购部日化类	2
	超市采购部餐饮娱乐类	-1
	百货采购部女装类	-2

管理论坛

赢在细节

俗话说，“干一行爱一行”，爱就是最好的老师，爱就是工作的动力，爱就是成功的前提，爱也是一种人品，从而成为顾客满意的服务。

一位开拓品店的老板，他给顾客挑的钱会是新的、干净的、无折痕的，他每天都到银行换新币及整齐的硬币，顾客收到他的钱，往往是这样的感觉，连钱都是干净的，人应该不坏也更可信。因此小店因头客很多，这位老板将他金新的爱照注于这个小店，他走进顾客心理体验的细节，把服务中的一个环节做到了极致。

随着公司第二届“提升创优夜晚优，顾客满意在日百”大竞赛，大提升活动的推行，如何将原有的服务环节做得更加细致周到，成为当前服务提升工作的重点。只有爱做才能做业，只有敬业才能用心，只有用心才能真正感知并体验顾客满意心理，才能有建议性、开拓性的开展工作。例如：公司正在推行的“FAB”销售法就是敬服务的细节，如何再将每个细节做得更加人性化，亲情化就是我们每位员工“爱岗敬业”的标准来决定，再加，随着人们精神文化需求的发展，人每人之间的交流更为频繁，期盼吉祥话连连祝福，表达一个美好的心愿成为当前生活的重要部分，我们在定位公司经营理念上，但我们又是否注意到了所想的价格呢？如果我们跟进一步，能给予顾客亲切的提示和祝福，顾客会有什么样的感受呢？

随着市场的发展，交通的便捷，网络的通达，各行各业已经几乎没有秘密可言，复制和改版成为当前企业快速发展的捷径，在竞争能保留且不可复制的唯有企业的文化，企业文化的推行就是细节的管理和强化，只要我们热爱敬业，专注业务，勤于学习，始终关注细节，不断用心感知并体验顾客消费心理需求变化，就会在工作中一步步可不断的得到眼界和成长。

└ 商业公司新玛特购物中心开发区店 盛祥娟

化好商品“脸”

俗话说：“人靠衣装，佛靠金装”，商品更需要“化妆”，而如何化好商品“脸”，要求的就是我们常好商品陈列，提高和宣传商品所美观度，这也是超市采购部本年度业务技能提升的重点。高效的商品陈列作为品类管理的重要一环，它需要以顾客为中心，以品类为基础，以数据为支撑，兼顾品类角色、关联性、陈列关系等，品类关系趋势等等诸多方面的因素。

在刚刚过去的4-6月份，为了有效提升品类管理能力，强化品类管理工具应用，强化数据分析应技能，超市采购部成立了品类业务技能提升小组，系统推进项目有条不紊的进行，根据部门新进人员多的实际情况，小组制定了四部推进的方案：品类知识学习提升，系统数据分析工作培训，陈列实操优化配置方案，商品陈列调配配置案制作，期间，部门品类经理强化提升了大量的品类管理技能，根据超市八大部类进行快状区域划分和布局调整，根据八类相连、中类相近、大类关联的原则进行调列划分，根据陈列复杂分析，对类别资源分类管理，扩大对贡献度高的A类商品的陈列资源，缩减贡献度较低的C类商品的陈列资源，通过调整，本单价利销售顺同步提高，大量管理工具的使用，不但提升了品类管理能力，更有效的保证了日丽店、岚山区域连锁日的顺利完成。

商品“脸”是我们与顾客进行交流的窗口，只有顾客感觉窗口量的美色是毫不掺杂引入了，才有可能促进那一步，观看窗口以内的景色，从只最终呈现自己喜欢的，高效的商品陈列，不但可以合理配置空间资源提升效益，而且有助于提高注目率，促成成交率，高效的商品陈列是我们日百美丽宣传的主题，我们超市采购部要为考虑的，化好商品“脸”，表现自然美。

└ 商业公司超市采购部 陈训国

约稿启事

《日百文化》长期面向公司全体干部员工及社会各界朋友征求各类新闻稿件、优秀人物报道以及涉及经营、管理、文化建设等稿件，希望大家共同关心日百，支持公司的改革发展。

同时征求教文、诗歌、摄影等各类文艺作品，《日百文化》希望同大家一道，共同打造一个交流和展示的舞台，期待您的来稿！

另外，欢迎大家对《日百文化》提出宝贵意见和建议，您的反馈就是我们前进的动力！

谢谢大家！

联系方式：0633-8703868；

电子邮箱：rbcyuhk@sina.com；

内部员工可直接通过OE待至企业文化部袁启邮箱。

《日百文化》编辑部

日百文化 投稿（7月份）	
部门	投稿
岚山高德福	26
商学院	21
昌邑新玛特	20
新玛特广场	19
五莲新玛特	17
岚山新玛特	9
昌邑高德福	7
日丽店	6
房产公司	5
所采部	2
工会	2
你河医店	1
开发区店	1
商业办公室	1
超市采购部	1
百货采购部	1

日百文化 采纳（7月份）	
部门	采纳
昌邑新玛特	5
五莲新玛特	3
商学院	2
新玛特广场	2
工会	2
岚山高德福	1
昌邑高德福	1
岚山新玛特	1
开发区店	1
商业办公室	1
超市采购部	1

员工风采

温润而泽，朴实无华

——记五莲店首位专家顾问型员工郑泽华

长相清秀，气质温纯，性格内敛，这是我对郑泽华的第一印象。从2012年10月份开始从事女装销售，到2013年被评为五莲店首位“专家顾问型员工”，14个月的时间，她是如何从一名普通导购员脱变成一名优秀的“专家顾问型员工”？带着疑问，我来到了五莲新玛特，并找到了问题的答案。

“**因为热爱，所以热爱，兴趣是最好的老师。选择女装销售，不只是为了得到一份养家糊口的工作，更是为了心中那个美丽的梦想。**”

兴趣是最好的老师。采访中这句话我听到了两次，一次是服装部韩玉露经理对我说的，一次是郑泽华本人对我说的。对于部门主管来说，郑泽华是优秀员工，在部门中起到了良好的模范带头作用。对郑泽华本人来说，在工作中她可以来到自我价值，红人专厅就是她展现自我的舞台。“来公司以前我只是一个家庭主妇，每日面对的是柴米油盐。加入日百这个大家庭以后，我开始接触女装，开始的时候很迷茫，怕做不好，后来我就一发不可收拾地爱上了这份工作。”怀揣着对时尚向美彩的热爱，在这个色彩斑斓的世界里，她始在时尚的前沿，化身时尚大师，帮助顾客完成对时尚与美的追求。郑泽华告诉我，对这份工作的热爱是她取得成绩的动力，正是这份热爱丰富了自复一日枯燥的生活，弥补了工作家庭难两全的缺憾。

“**她的学习能力很强，能够学以致用，经常会为本部门的其他伙伴培训相关知识，她的成长带动了整个部门的成长。**”

来到红人专厅的时候连连客流低峰期，远远地就看到郑泽华正在写着什么，看到我们走过来她轻轻放下了笔来。当我询问的时候她才不好意思的将笔记本拿了出来。通过这个再普通不过的笔记本，我看到了郑泽华对知识的渴求，对工作的用心，专厅内的每一款服装从面料成分到设计理念她都有全方位的理解，并做了详细的记录。“经常翻看，总能发现一些新的东西。”她根据服装款式与色彩进行的搭配陈列总能让人眼前跟前一亮，14个月的时间，从一名新员工，经过不断的摸索学习，形成自己的理论知识，并运用到实践中，最终脱颖而出，成为优秀的专家顾问型员工，这就是郑泽华的成长历程。

“**难能的顾客和销量低谷是对自身能力的提升，当出现问题的时候我会反省一下是商品陈列没能吸引顾客，还是销售技巧出现了问题，或者是我的专业知识满足不了顾客的需求。**”

从事销售行业每天都要面对形形色色的顾客，遇到难缠的顾客时，郑泽华会采取“迂回战术”，转移顾客的注意力，用自己的专业知识与对服装的独特见解来打动顾客。性格温和的郑泽华从来都是面带微笑，耐心细致地为顾客讲解各种问题，用自己的真诚与专业化解各种问题，她的笑容让人如沐春风，她的专业让人深深折服。受时间与空间的限制，当专厅内客流量小，销售不理想时，郑泽华做的更多的是对自身的反思，而不是对客观因素的抱怨，更不是抱着得过且过的心态来面对每天的工作，接待得了难缠的顾客，经受得住销售低谷的考验，这样的员工正是我们需要的。

“**李先生，四十多岁，国字脸，身材中等，戴眼镜，在医院工作，性格柔和，喜欢为爱人购买色彩明亮，气质高贵的服装……**”

像这样的会员登记在郑泽华这儿还有很多，这种独特的登记方式既能让人记住老顾客的长相特点，又会帮助导购员根据顾客需求及时推荐符合顾客审美观的服装，从而有助于销售的达成。“时间长了难免会对一些顾客产生混淆，这样记下来对其翻看就会熟悉顾客的情况，”郑泽华不好意思的说道。只要会员顾客一走进红人专厅，郑泽华就会在第一时间叫出他的姓氏，并且会给到好处的推荐符合顾客形象气质的服装，郑泽华与顾客如老友一般关系融洽，偏向功利的销售也在一种友好的氛围中完成。融入的服务让顾客产生亲至如归的愉悦感受，一本会员顾客登记就是郑泽华销量领先的真经。

“**顾客对我的信任就是我莫大的荣耀，我觉得作为一名导购员销售的不只是服装，更是自身的业务技能以及对美的鉴赏能力。**”

简单的一句话却道出了销售的真谛。传统的销售方法是以类出商品为目的，迎合顾客对某件服装的喜好来极力促成销售的达成，郑泽华突破了传统观念的束缚，变被动为主动，在美学音韵走的指导下，根据顾客的气质、形体、穿着场合主动为顾客推荐商品，鼓励顾客试穿，在此基础上实现连带销售。这种站在顾客角度思考问题的思维方式赢得了顾客的信任。记得有一次，一位与郑泽华熟识的老顾客看中了其他专厅的一款服装，试穿了半天却迟迟不肯付款，直到得到郑泽华的肯定才决定购买。“能得到顾客的信任，让顾客通过穿着我们的服装得到自信就是我最高兴的事。”在顾客的眼中，郑泽华不仅仅是一名导购员，更是一位时尚顾问，他们愿意相信，从这里走出去，他们将会成为最耀眼的明星。

谈起个人，郑泽华很腼腆，略显羞涩：说起工作，她侃侃而谈，如数家珍。怀揣着对工作的热爱，保持着对知识的渴求，郑泽华脚踏实地，不急不躁，虚心求教，不卑不亢。她如珍珠般散发着温润的光泽，又如砾般触礁而光华。这，就是我们的专家顾问型员工。

本报记者 丁玲

一线启示

小提示牌带来的大提示

说到提示牌，相信大家都不陌生，大到广告牌，小到墙角的“温馨提示”，五花八门，各式各样，在商场，它起到的作用不言而喻。

初到新玛特工作时，有一次去一楼卫生间，在洗手的时候无意间拍头在较矮的洗手盆上方看到了这样一张提示牌“残疾人专用”，当时心里只是觉得有点不舒服，虽然提示牌本身并没有什么问题，但是如果换位思考一下，如果我是一位残疾人，我肯定是不愿意看到这样的文字的，残疾人大都带有一丝自卑情绪，这样的提示牌显然没有考虑到这一点，写得太直白了，后来再到这个卫生间的时候，我又留心观察了一下，一楼卫生间的入口是一个十几层高的楼梯，爬上楼梯右转就是洗手间，可能就是这楼梯的原因，我几乎就没见到残疾人来过，而这个较矮的洗手盆几乎都是小孩或者个子较矮的人在用，我当时心里就在想：这个提示牌是不是换个说比较好呢？比如“特殊人群专用”？可我却来了到，这样的问题也不知道跟谁反映，这个问题也就搁置了。

一天我们部门的李经理在跟我们谈完活的时候说：“如果伙伴们有什么问题，好的建议或意见，欢迎找我反馈！”我的脑海里立刻就浮现出了提示牌的事，于是就跟李经理反馈了我的想法，并跟经理开了一句玩笑：“如果残疾人都可以爬十几层的楼梯了还用得着用那个较矮的洗手盆？”经理笑着说：“你的意见很好，我会向有关部门反映的。”

没过几天，我又一次去一楼卫生间的时候发现提示牌换了，换成了“特殊人群专用”，没想到我的建议居然被采纳了，而且还那么迅速的实行了。

作为日百的一份子，我们每个人都有责任和义务，为日百的发展贡献力量。只有每个人都做到了充分发挥主人翁意识，积极为公司发展献计献策，我们的日百才会实现明日的辉煌！

商业公司新玛特购物中心岚山店 李梦娜

“踢猫效应”，你知道吗？

工作是一种修行

在一个公司中，如果老板毫无理由的训斥了一名高层领导，高层领导则会把愤怒发泄到中层领导身上，中层领导则会把愤怒发泄到员工身上，员工在公司无法发泄愤怒，回到家时，则会把愤怒发泄到妻子身上，而妻子则把愤怒发泄到儿子身上，儿子无处发泄愤怒，则会踢打自家猫。

这种现象在管理心理学中叫做“踢猫效应”。

我深有体会，记得上次药品局来检查，因为个别柜台工作准备不到位，上级主管要求又严格，时间紧，任务重，我便把火一下子撒在了员工身上，一些员工能理解，而个别没见过这种阵势的员工就受不了，回到家里，把委屈都撒在了丈夫身上，检查完后，她私下找了我谈话，认为我的这种做法处按受不了，心理受到了伤害，我这才意识到了事情的严重性。

作为一名基层管理者，我明白了一个这样的道理：把工作做到前面，准备工作要充善，才不至于事情临到时的慌，手忙脚乱，毫无工作效率。不要因我的心情象月亮，初一、十五不一样，从而影响到员工的工作积极性和生活中的心情。要懂得这样一个道理，努力工作，快乐生活，这样公司才能形成积极、健康的企业文化，大家才能在工作中不断提高自己的工作技能，完善自己的道德修养。

在工作中，不要只事都和周围的饮饮者攀比，这样极容易自寻烦恼，因缺种，或集体而缺环了自己的心境，同时也对工作产生厌恶，当有了一点小成绩后，要有宽的享受幸福，这样才能保持好心情。

在工作中遭到他人的批评或责难，也要想一想上司曾说过的那些表扬的话当自己打气，同时减轻自责和压力。

这些虽然是一些小事，但累积得多了，就会在潜移默化中中产生大的影响，这会使一个人产生强大的自信心，爱上自己的工作环境，从而产生巨大的工作动力，工作中的权力是为了更好地组织、协调大家密切配合，让每个人都能最大限度地把优势发挥出来，同时有效回避散气，如果把权力当作谋私利和控制别人的工具，那么只能快活一时，最终必以悲剧收场。

工作既是我们通过自身努力从而实现名利双收的舞台，也会因我们的热爱而变成修行真善美的乐园。

商业公司新玛特购物中心莒县店 赵光娟

编后语：

作为一名管理者，要时常反思自己的管理方式以及对待员工的态度，管理绝不是对员工趾手画脚，瞎指气使。

以德感人，以身作用，用自身的一言一行来为员工起到表率的作用，要成为一名合格的管理者，就要克服官僚主义的不良习气，要敢于进行自我剖析，承认自己的不足之处，敢于从自身找问题，提效益。

新亮点

“主人去哪了”

来到莫桶福昌县店，在二楼奇包柜的旁边有一个失物招领自示引起了记者的注意，十多条钥匙，数张银行卡和身份证整齐有序的排列着，等待着主人的认领。

接了解，为解决顾客遗留卡券、证件、钥匙无人认领的问题，莫桶部于今年4月18日设立名为“主人去哪了”失物招领自示，三个多月以来，共计领走身份证、钥匙、银行卡32件。许多是长时间无人认领的物品，其中一位顾客，身份证和银行卡丢失了一年多，期间通过多种渠道都没能联系到顾客。这位招领自事后，工作人员将证件放到了展示柜内，她的同事看到后联系了她，这才将证件领走。失物总算是找到了主人。

莫桶福昌县店的这一举措不但解决了联系顾客难的问题，还有利于门店顾客满意度的提高。此项举措立足本际，为工作长期存在的疑难问题提供了解决思路，值得在公司范围内推盛推广。

本报记者 丁玲

莫让短板决定我们的高度

所谓管理缺陷，顾名思义，是指管理上存在的欠缺或不够完备的地方，也就是我们日常管理中存在的短板，一只木桶盛水的多少，不在于木桶上最长的那块木板，而在于最短的那块木板，每个企业都有“短板”，这是对事不对人的主要目标，也是企业的“死穴”。劣势决定优势，劣势决定生死，这是企业经营的金科玉律，也是个人全面提升的行动指南。

卖场中部儿童品因改不时，商品人为摆环、商品价格变使用不规范，内位管理混乱等现象比比皆是，这些都与当前公司提倡“业务当先，效益至上”的经营理念背道而驰。

许多工作需要部门与部门之间交叉配合，相互监督，如果配合不好就会出现责任划分不明确，推诿扯皮的现象。本商品价签使用来说，相但是价格签的直接负责人，督察员、质检文员有督导检查的责任，三方共同管理。即使是这样，价签使用不规范、打印模板错误、随意更改、多个价格签重叠放置的现象仍然不在少数，这就是管理上的漏洞，相但在使用价签时，没有检查打印出来的价签是否正确，更没有做到书价使用，督察员、质检员在日常检查中则没有尽到检查的责任。在管理中遇到难题就退缩了，从而放任了一些行为，让一些本该规范的行为成为了常态，甚至是理所当然，管理的目的就是要落到实处，而此种常态化的管理将管理架空，成为一具形式上的空壳。

千里之堤，溃于蚁穴，管理要注重细节，将公司各项规章制度切实落实到每一个工作流程，只有这样才能做到真正意义上的把管理做好，把工作做好。商品价格签的使用看似是小事，可是作为自选卖场来说，正是这一个个小小的价格签左右顾客对话，通过它们，顾客会很清晰的知道商品的价格，产地甚至是完全真用、使用日期等等。如果价格签使用不规范，一定程度上会误导顾客，就会产生一系列的连锁反应，产生诸如实际价格与标价不符引发的顾客不满，在一些有心人士看来就是价格欺诈了，从欺观来看，会影响卖场销售，从宏观来看，则会影响公司诚实守信的良好形象，不利于顾客满意度的提高，价格签虽小，可是不但的责任却是项巨的，必须引起我们的足够重视。

木桶最短的木板的高度决定了木桶盛水量的多少，要想让管理上高度上水平，落实“四个务必”，就要找到管理上的缺陷并进行弥补，扬长避短、齐头并进才是生存之道。

商业公司新玛特购物中心五莲店 董楠楠

顾客是个好人，请对他好点

中国有十三亿人口，你我都只是微不足道的沧海一粟，顾客从茫茫人海中走向你，选择由你来为他服务，你们见面的几率是十三亿分之一。

前世五百次的回眸，只为今生与你擦肩而过，或许你面前的顾客就是上一世在石桥上苦苦等待你的良人，也或许他就是在佛堂上仰望你的蜘蛛。这微小的缘分不是每个人都能获得，顾客是个难得的好人，请对他好点。

不要抱怨顾客的刁难，你每天都要接待形形色色的顾客，不可能所有的顾客都是温文尔雅的君子。人有喜怒哀乐多种情绪，他愿意用最真实的自己来面对你，而不是用虚伪的笑容来把自己伪装，这就是对你莫大的信任。不要在心里抱怨，不要在顾客走后与其他人说三道四。这种感受别人情绪的机会不是谁都能有，顾客是个真诚的好人，请对他好点。

你也有自己的生活，也有自己的愤怒和悲伤，请不要把个人的情绪带到工作中，更不要把这种情绪发泄到顾客身上。顾客来消费付出了金钱，理应得到优质的服务和一个真心的笑脸，你要得到金钱就理应付出一些辛劳。顾客愿意因为你的商品或服务而支付辛苦得来的金钱，使你得以生存，顾客是个慷慨的好人，请对他好点。

对你好的人你可能会说齿难忘，对你不好的人你又怎么才能彰到以德报怨？我们不是圣人，更不要自私的要求顾客用忠实来报答你曾经对他恶劣的态度，他可能会因为你的一个眼神，一句话，一个动作，而从此再也不肯走近你的周围半步，甚至是会告诉他的亲朋好友离你远点，这样下去你就会众叛亲离。顾客是个小气的好人，请对他好点。

你希望身边的人赞美你，尊重你，指己及人，顾客也希望得到你的赞美与尊重，爱美之心人皆有之，当顾客穿上你推荐的新衣服走出来的时候请告诉他：穿上它你很美。请不要吝啬你的真诚与赞美，请让顾客相信他是最棒的，在这个竞争激烈的社会，得体的衣服是人们最好的外貌，顾客是个爱美的好人，请对他好点。

古语有云：天将降大任于斯人也，必先苦其心志，劳其筋骨，谁建的顾客就是对你能力最好的提升，可能你面前的顾客就是上帝派来考验你的，要知道你在做的不是接待顾客，而是通过自己的努力与付出能向通往人生巅峰的道路。你要做的是克服思想上的恐惧，从而得到人格的升华。顾客愿意牺牲自己宝贵的时间来帮助你的能力，顾客是个无私的好人，请对他好点。

你面前的顾客可能是事业有成的成功人士，也可能是求职无门的职场菜鸟，或者是相夫教子的家庭主妇，他们每天都在各自的生活中奔波忙碌，承受的压力可想而知。在为工作生活疲于奔命的同时，他们还愿意与你多说几句话，还愿意让你倾听他们内心的想法，请你谦恭的对待顾客与天易。顾客是个独弱的好人，请对他好点。

每天迎来送往，奔波忙碌，你在从事着世界上最伟大的工作，与世界上处于金字塔顶端的人类打着交道，在用自己的智慧与专业技能改变着别人。

见或不见，顾客都在那里；愿或不愿，总有那么几个不友好的顾客。不管你对顾客是笑容可掬的长者，还是态度傲慢的贵妇，亦或是高深莫测的商人，作为顾客的他们都是好人，请对他们好点。

商业公司莫德福昌县店 胡妮娜

请您试试男装

——导购别艳霞的巧妙销售小记

入夏以来，天气炎热。春天的衣服穿着太热，之前的夏季衣服已明显过时跟不上潮流，大众消费者着逼到了给衣服换季的刚性需求期。

前几日，一位葛盏老人到我们女装部为自己选购夏季服装，当她转到某专柜时，当班导购别艳霞便主动上前接待了这位老人，看老人行动不便就搀扶她坐下休息，并给老人倒了杯水。老人已经在商场转了一大圈，也累了便坐下与别艳霞交流起来：原来老奶奶年逾八十，因为儿女不在身边照顾，自得身体硬朗，就独身一人来选购服装。但是商场的衣服琳琅满目，看上眼心的但穿起来不合身，连换道了几个商场都没有选到合适的衣服。别艳霞仔细打量了一下老人的体型，尝试着找了几件宽大的女装款式，但都因为老人家体型过于高大肥胖而试穿失败。眼看着老人家又流露出失望的表情，别艳霞灵机一动，从男款针织衫区找出几件比较中性的针织衫给她试穿，老人家试穿后感觉效果非常好，脸上顿时流露出满意的笑容，并立即选购了两件，考虑到老人行动不便，别艳霞主动代她去填单缴款付钱，打好包后又一直把她送出商场。老人家不停的夸：“要说还是咱新玛特的美女好，心眼好，也机灵懂事！我这老妈子逛了好几个商场都解决不了穿什么的难题，到别新玛特，让咱这美女一下子就给我解决啦。”

在销售日趋激烈的时代，工作中我们要更多地发挥自己的主观能动性，大胆设想，勇于创新，只有这样才能突破传统思维模式，从而克服东际工作中遇到的困难。方法总比问题多，只有勤动脑，多思考，学会变通，才能顺暗花明又一村，取得更好的成绩。

商业公司新玛特购物广场 田崇娟

全员业务技能提升在行动

一次修车引起的深思

上下班的通勤车辆——电动自行车在经过一段戴罐的路段时，突然停电罢工了，不通电的电动车骑起来尚不如步行，无奈让它在车库里休息了几天。

周末，抽时间去修车，路过常去的一家修车铺，不巧修车师傅不在，只好推着车子继续前行，来到不远的另一家修车铺，等我讲明自车子的故障后，师傅非常热情、负责的找来万用表进行一番测量，边测量边说："没有测量，我不能随便下结论"，在一番认真细致的测量后，师傅说："车子电路没有问题，应该是你充电器的问题"，我不解的回问到"车子明明是在通电的情况下突然断电的，后来才发现充电也没法进行，怎么就是充电器坏了呢"，在师傅的一通解释，我的不断发问后，师傅也终于表示无奈的说"不行你就去别的地方看看"，这前前后后大约花费了十余分钟的时间。

于是，我又推着车子折返，刚好来去的那家修车铺师傅回来了，我又一番说明，活音响落，师傅立马利索说"电瓶有根电线脱落了"，于是非常麻利的打开电瓶进行了焊接，故障也顺利解除，五分钟的时间收费五元，表示感谢后，我骑上车子，陆人说是。

一个在熟练修车师傅面前的简单故障，另一个修车师傅却需要耗费两倍的时间，最后还能出了错误的判断!一个五分钟赚了五元钱，一个耗费了几个小时却却没有任何收入，所需修车铺服务态度这到不大，甚至前一家更为热情，但师傅满意度却反差很大。这一切不都是业务技能在作怪吗？反观我们的工作不也有很多的相似吗？两个相邻的修车铺不正象我们的门店和竞争店吗？我们能否提供责优价廉的商品、优质的服务留住我们的顾客？当竞争店周围内的顾客偶然因为一些原因被更争店"让"给了我们，我们又是否服务的好，留的住呢？一连串的问号摆在面前，作为一名管理者、作为商品的具体销售人员，我们能作答的工具有很多，业务技能应该是摆在了首位。

通过上面的案例我们不难看出，业务技能提升是效率的保证，业务技能提升是效益的保证，业务技能提升是顾客满意度提升的保障。

业务技能是效率的保证。在快节奏的现代社会中，每一个人的时间都显得那么宝贵，没有谁能够或愿意去等待一个业务技能不熟练的服务人员花费更长时间的努力才帮他达成一项目标，即使最终结果达到了要求，快速消费的时代，时间就是金钱，写到这里不禁联想起来F1赛车，世界顶尖赛车手的成绩和每一次进站保养换修师傅的技能也有很大的关系，4-15秒的时间要完成换轮胎、加油，这有扎实的业务技能，这样的时间和质量要求简直就是幻想。反观工作中我们身边每一个工作效率高的人，哪一个又不是业务技能精的人呢。

业务技能是效益的保证。诚如上面的例子中第一位修车师傅花费了十几分钟就了很多工作但没有一分报酬，第二位师傅五分钟获得五元钱的报酬，我们每年花大量的时间付出大量的精力进行业务技能的大比武，最后还是要反馈到我们的效益上来。陈列技能提升了，进店顾客增多了，面点制作技能提升了，食品的花样品味增多了，消防技能提升了，处理突发事件的把握提高了，同样一个电厅的两个销售人员，月底拿到的报酬不同，是因为他们的销售业绩差别较大，创新机遇因素，还是因为他们的销售技能存在差别导致了最后的结果，同样的茶叶在柜台上销售一斤几百元，到了茶馆融入了茶艺师傅的技能和环境氛围，一壶就要上百元。

业务技能是提高顾客满意度的保障。顾客买的是商品，是服务，更是业务技能，相信我们去医院打点滴的时候，一个实习生连扎三针还不成功的话，即使她的服务态度再好还很难让你评价满意。扎针可能大多数情况下我们没法选择那个扎针给你扎，但是日常生活中的大部分消费我们有绝对的选择权，如何让顾客选择我们？如何让顾客选择我们并认可我们的服务？还是要专业技能。

在全集团上下表彰列列开展业务技能提升活动的今天，首先我们要真正理解为什么要开展这项活动，它的目的和意义又是什么呢？当我们付出了很多，全身心投入的时候，又能收获到什么呢？只有我们清醒、清楚的指导为何做，怎么做，我们了解做出成效，让每一位热情参与的人员成为业务强手，通过一个个强手的打造树立集团新的形象，获得新的发展。

└ 日百商学院 李振华

用心、创新、梦想

响应公司提升业务技能的号召，7月份商业公司组织了半年度业务技能大赛。高德福岚山店全员上下对大赛高度重视，认真组织，制定参赛方案。

据我和福都的伙伴们将平常枯燥的战市系法，打造成一场时尚发布会，她们将丝巾的多种用途展现给顾客，从而在谈季推荐销售。在店堂装饰方面，心灵手巧的她们把废旧的POP折成风车和玫瑰花，这样不仅废物利用，还提升了专厅的形象，她们带着对公司的认同，对工作的热爱，用心敬事，在工作中获得快乐。

岚山店张晓庆店总经常挂在嘴边的一句话就是："做销售的人一定要用心，否则肯定做不好。"创新来自于灵感，灵感来自于用心，用心来自于对事业的追求和对企业的忠诚。哈佛大学的一项研究表明，企业员工的职业幸福感每增加5%，客户满意度就会相应增加11.9%，企业组织效益会随之提升2.5%，也就是说，员工在充分体验职业幸福感后，会产生对企业的认同感，并感觉工作是一种快乐，从而带着愉快的心情投入到日常工作当中去。

在岚山店有一项基本要求：为了比外部顾客——消费者真正满意，首先要服务好内部顾客——一线员工。门店多次强调"服务链是良好工作的传递"，岚山店服务链是职能部门服务业务部门，管理层服务销售终端一线员工，首先将优质服务在企业内部自然传递，进而企业才能将优质服务传递给客户。在这种理念的指引下，大家都深刻认识到：服务员工，让他们感到被企业尊重、关心，才能让员工始终心情愉悦地投入工作，进而把优质服务传递给顾客。

著名的"公司船文化"提到：公司是一条船，当员工选择了这家企业，就成为这条船上的一名船员。这条船是满载而归还是触礁搁浅，取决于船上的所有船员能否齐心协力，同舟共济。岚山店正在努力把这种精神根植在每位员工的心中，希望通过共同努力，让日百这艘航母"乘风破浪会有时，直挂云帆济沧海"。

└ 商业公司高德福岚山店 林春燕

会说话的彩妆

七月来了！热，很热，非常热，360度无孔不入的紫外线，浑然天成的"桑拿房"，不敢黑美眉，不要脱妆，这个夏天我要做"冰肌美人"。

不会擦BB霜，眼线笔不听使唤，双眼皮上的眼影总是"分家"，38度的高温令脸上的妆容熟流成河啊！没人教又不好意思问，哎！家里的彩妆很衰啊！

"啊呀！又脱妆了，美女给我补补妆吧！谢谢啊！"恰巧人伙的第一天上午某专厅就迎来一位"热流成河"的顾客。"好的，您到这边坐一下吧！"导购王明镇热情相呼着。"哎呀烦死了，又脱妆了。"看见镇长的自己美女抛怨的说着，"夏天妆容最容易花掉了，但是呢我们可以用一些产品保持妆容啊！美女你看我现在给你用的这款护肤型妆粉，不仅定妆效果好而且是一款呼吸粉霜，搽在脸上轻薄透气。"一边为顾客补妆一边讲细介绍产品的王明镇脸上挂着自信满满的笑容，"都这么说啊！出去一趟又花掉啦！"顾客将信将疑的说。"美女啊，彩妆是一个很神奇的东西，我的产品会说话啊！你看我补好了。"王明镇俏皮的说着。"谢谢你啊！"美女看见镜中的自己神采奕奕很是感谢我们的导购。道完谢后美女急匆匆的走了。"诶！你怎么不让她买啊！门店该要开业抢客啦，你看你什么业务技能啊！"临相导购着急地说。"不要着急我的产品会说话。"王明镇自信满满的回应同事。很快就到了下午，上午那位"热流成河"的顾客再次来到了专厅，不过这次她是一脸笑容，妆容精致，细看下来脸上的妆还是上午王明镇为她化好的样子。"你好，你上午给我推荐的度妆粉我拿一个吧，你说的还真对，我的妆到现在都还好好的！"顾客笑着对王明镇说。"好的，您稍等我帮您开单。"王明镇利落的开单，嘴角的笑容自信的宣告着，这一单绝对跑不了。

业务技能的掌握，不仅要体现在顾客的情绪上，而且还要熟练掌握产品知识，帮助顾客在使用产品时产生"原来是它"的感受，让商品说话，让妆果说话，顾客一定"跑不了"。

└ 商业公司新玛特购物中心昌县店 张洁

一次修车引起的深思

上下班的通勤车辆——电动自行车在经过一段戴罐的路段时，突然停电罢工了，不通电的电动车骑起来尚不如步行，无奈让它在车库里休息了几天。

周末，抽时间去修车，路过常去的一家修车铺，不巧修车师傅不在，只好推着车子继续前行，来到不远的另一家修车铺，等我讲明自车子的故障后，师傅非常热情、负责的找来万用表进行一番测量，边测量边说："没有测量，我不能随便下结论"，在一番认真细致的测量后，师傅说："车子电路没有问题，应该是你充电器的问题"，我不解的回问到"车子明明是在通电的情况下突然断电的，后来才发现充电也没法进行，怎么就是充电器坏了呢"，在师傅的一通解释，我的不断发问后，师傅也终于表示无奈的说"不行你就去别的地方看看"，这前前后后大约花费了十余分钟的时间。

于是，我又推着车子折返，刚好来去的那家修车铺师傅回来了，我又一番说明，活音响落，师傅立马利索说"电瓶有根电线脱落了"，于是非常麻利的打开电瓶进行了焊接，故障也顺利解除，五分钟的时间收费五元，表示感谢后，我骑上车子，陆人说是。

一个在熟练修车师傅面前的简单故障，另一个修车师傅却需要耗费两倍的时间，最后还能出了错误的判断!一个五分钟赚了五元钱，一个耗费了几个小时却却没有任何收入，所需修车铺服务态度这到不大，甚至前一家更为热情，但师傅满意度却反差很大。这一切不都是业务技能在作怪吗？反观我们的工作不也有很多的相似吗？两个相邻的修车铺不正象我们的门店和竞争店吗？我们能否提供责优价廉的商品、优质的服务留住我们的顾客？当竞争店周围内的顾客偶然因为一些原因被更争店"让"给了我们，我们又是否服务的好，留的住呢？一连串的问号摆在面前，作为一名管理者、作为商品的具体销售人员，我们能作答的工具有很多，业务技能应该是摆在了首位。

通过上面的案例我们不难看出，业务技能提升是效率的保证，业务技能提升是效益的保证，业务技能提升是顾客满意度提升的保障。

业务技能是效率的保证。在快节奏的现代社会中，每一个人的时间都显得那么宝贵，没有谁能够或愿意去等待一个业务技能不熟练的服务人员花费更长时间的努力才帮他达成一项目标，即使最终结果达到了要求，快速消费的时代，时间就是金钱，写到这里不禁联想起来F1赛车，世界顶尖赛车手的成绩和每一次进站保养换修师傅的技能也有很大的关系，4-15秒的时间要完成换轮胎、加油，这有扎实的业务技能，这样的时间和质量要求简直就是幻想。反观工作中我们身边每一个工作效率高的人，哪一个又不是业务技能精的人呢。

业务技能是效益的保证。诚如上面的例子中第一位修车师傅花费了十几分钟就了很多工作但没有一分报酬，第二位师傅五分钟获得五元钱的报酬，我们每年花大量的时间付出大量的精力进行业务技能的大比武，最后还是要反馈到我们的效益上来。陈列技能提升了，进店顾客增多了，面点制作技能提升了，食品的花样品味增多了，消防技能提升了，处理突发事件的把握提高了，同样一个电厅的两个销售人员，月底拿到的报酬不同，是因为他们的销售业绩差别较大，创新机遇因素，还是因为他们的销售技能存在差别导致了最后的结果，同样的茶叶在柜台上销售一斤几百元，到了茶馆融入了茶艺师傅的技能和环境氛围，一壶就要上百元。

业务技能是提高顾客满意度的保障。顾客买的是商品，是服务，更是业务技能，相信我们去医院打点滴的时候，一个实习生连扎三针还不成功的话，即使她的服务态度再好还很难让你评价满意。扎针可能大多数情况下我们没法选择那个扎针给你扎，但是日常生活中的大部分消费我们有绝对的选择权，如何让顾客选择我们？如何让顾客选择我们并认可我们的服务？还是要专业技能。

在全集团上下表彰列列开展业务技能提升活动的今天，首先我们要真正理解为什么要开展这项活动，它的目的和意义又是什么呢？当我们付出了很多，全身心投入的时候，又能收获到什么呢？只有我们清醒、清楚的指导为何做，怎么做，我们了解做出成效，让每一位热情参与的人员成为业务强手，通过一个个强手的打造树立集团新的形象，获得新的发展。

└ 日百商学院 李振华

插上翅膀，让梦翱翔

业务技能大赛开始了，主管激情澎湃的讲解着每一件作品的设计理念，评委们对一件件作品点头称赞，就连路过的顾客都被一件件奇思妙想的"艺术品"所吸引，不禁停下了匆匆的脚步，眼前的这一幕不禁让我想到了业务技能大赛前一天紧张而忙碌的情景。

6月29日上午10点半接到通知，比赛时间为6月30日，这个消息让我们措手不及，紧张和抱怨没有任何意义，快速行动才是唯一位，因为是营业时间，卖场内不允许有大的调整，所以在率就成了我们的"战场"，三人一组，两人一伙，开始了奋战，作为业务技能大赛的第一站，时间紧，任务重，所有人都紧着一股干劲。

先看做情景展示中幅栏部分的伙伴们，直尺、美工刀、铅笔、橡皮，胶水，单看工具就知道不是简单的工作，先用铅笔量好尺寸，然后用美工刀一条一条的割下来，再用剪刀小心翼翼地剪出幅栏的尖角，所有的剪好后再用胶水一条一条的粘好，大家都是那么认真，那么仔细！

再看做自行车的伙伴们，一名员工小心的拆看包装，一名员工在地上摆着车轮的形状，一遍不行再来一遍，直到做出让大家都满意的车轮，然后用胶带一点一点的固定，胶带的用量是很考究的，多了以后胶带会粘在牙膏盒上，少了又固定不住，经过了多次的试验后，终于摸索出了合适的用量，一辆又酷又帅的自行车就这样神奇的诞生了！

再往里看，是一群大姐围着一个塑料模特，大家七嘴八舌的讨论着，这是要干什么呢？看吧，一双双巧手，画着，剪着，折着，小心翼翼的用卫生纸为模特量身定做着礼服。每一个人都是那么专心致志，都顾不上擦一下额头上的汗水。设计条扶脑样式的裙子吧，裙摆的模样也有了，再佩条项链，就这样，在伙伴们的齐心协力下，一位栩栩生动的"名媛淑女"呈现在大家的眼前，让大家眼前一亮。

就这样，伙伴们充分发挥想象力与创造力，团结协作，业务技能大赛圆满结束，那一件件精美的作品凝聚着大家的汗水，用团结与智慧为梦想插上翅膀的翅膀，让梦想在充满希望的天空中翱翔！

└ 商业公司新玛特购物中心五莲店 许凯丽

我在做，我在收获

有一句话说的很好"成长就是一段奋斗的过程，对自己能力最好的证明就是在这段过程中收获了多少"。

7月份业务技能比赛，全员都在用积极的心态对待。业务技能提升就是要求每一个人都要具备丰富的业务知识和熟练的业务技能，这不仅能提高我们在工作上的能力，还能提高我们自身的修养与素质，让我们每天都有新的收获、新的发现。

通过学习，我积累了几点提升自己业务技能的经验：

第一：我们必须掌握专业知识，熟知专厅的商品知识及品牌文化，厅格按照531原则进行服务，有促销活动时要将促销活动加入到域真中去，如："您好，欢迎光临xx专厅，现在xxx活动，请进来看一下"，这样即使顾客没有进来，也会从域真中了解我们的品牌和促销信息。

第二：好的陈列是为销售服务的，销售与陈列有着密切的关系，我们要学习商品的陈列技巧，对专厅内的商品陈列进行不定期的调整，给顾客换热一新的感觉，并利用好模特陈列吸引顾客的眼球，引导顾客进厅试穿。

第三：熟知专厅的每一款衣服的面料、洗涤保养方法、型号、能够准确的看尺寸，用FAB法则对将最新商品的亮点介绍出来。

第四：学会揣摩顾客的心理，及时的判断顾客属于哪一类型的消费群，及时的给顾客一些合理的建议及服务，及时的回答顾客所提问的问题，消除顾客存在的疑惑。学会观察细节，用心地对待顾客，然后快速的根据顾客的类型与需求推荐适合他们的商品，合理搭配，促成连带销售。

第五：熟知店内的促销信息、专厅的促销信息，及时的宣传促销信息，吸引顾客，促成销售。

第六：开单迅速，准确无误，顾客交款回来后迅速标注小票，让顾客检查商品，迅速包装，并告知顾客洗涤保养的方法，鼓励顾客办理会员卡，发放会员卡。

正所谓"一份耕耘，一份收获"，只要努力，没有什么可以成为前进路上的阻碍，让我们每个人以积极、主动、热心的行动，从自身做起，共同进步。

└ 商业公司新玛特购物中心昌县店 陈蒙蒙

被信任是一种快乐

公司自六月份以来开展员工业务技能提升活动，每位员工及管理者均根据自身情况制定了业务技能提升的方案，并且通过六月度的员工业务技能大赛展示出了员工扎实的基本功和良好的业务技能。

业务技能的提升工作需要全员的积极参与，因为每一位员工在服务过程中代表的是我们公司的整体形象，直接影响到顾客对公司服务的评价；部分员工对业务技能提升的认识存在片面性，有的认为，顾客来了我按照"531原则"做好接待，掌握好率专与价格，做好产品的讲解，这就是很好的服务，这就是业务技能的提升，但在市场竞争激烈的今天，我们的产品不尽相同，服务不仅是"来有迎声、问有答声、走有送声"，更重要的是做好差异化、个性化的服务才能够真正打动顾客的心。

前几天看到一篇很好的文章，在早例会时与员工互动时进行了分享，其中第一个问题就是"销售最大的收获是什么？"当我把这个问题抛给员工时，得到的回答非常多，有的员工回答是"提升"、"成交的快乐"、"任务的完成"等等，这些回答当然没有错误，但真正的最大的收获是：你生活中多了一个信任你的人！是啊，生活中还有什么能比被别人信任更令人愉快，但是我们在服务的过程中如何能够获得顾客的信任呢？这当然需要我们拥有被别人信任的能力，这种能力就是扎实的业务技能和全心全意为顾客服务的信念。

销售是信心的传递，情绪的转移，体力的说服；谈判是决心的较量；成交是意志力的体现。一定要给顾客讲有合金量的东西，这当然包括我们公司一直倡行的"FAB销售法则"，这是最好的讲解工具，一定要学会创造价值，即为顾客创造他需要的价值。在与顾客的交流中所有的一切事物都要学会链接，情感的关系大于利益关系和合作关系，要与顾客有深层次的情感交流，顾客购买的不仅是产品本身，更是产品相应的额外服务。你永远没有单二次机会让顾客建立对你的第一印象。销售时给顾客的第一印象：我就是你的朋友，我今天与你见面就是和你交朋友，所有的顶尖高手都是会把客户当做家人的人。

因为熟练，所以专业；因为专业，所以极致。只有专业才能成为专家，只有专家才能成为赢家。任何顾客都不会和业务选手玩，因为他们深知业务没有好坏结果，顾客只相信专家，专家代表权威和被信任，让我们全员共同提升业务技能，做行业的专家，从中获得被信任的快乐！

└ 商业公司新玛特购物广场 庄莉

脚踏实地，从细节开始提升

点钞、盲打、收银八部曲，这就是我每天都在重复操作的业务技能，不知道的人可能会认为他们很难，而事实上这不过是我们工作过程中的点点滴滴，是我们工作的一部分。

关于点钞，可能大家会说，不就是数钱啊，这不很也会，NO，你不知道数钱也有很多种吧，比如54321、五指、四指、三指、两指、单指还有扇面，开始的时候我也就只会单指数，后来又学了好多种指法，虽然一开始的时候数的不准，但无意中听到顾客说真厉害，会这样数钱，心理感到非常自豪，并暗暗地告诉自己我会努力的，相信我吧。

盲打一开始的时候只会用单指操，感觉四指、五指输条码特别阳，但经过一段时间的练习，手指就可以在键盘上按照指法做好分工，熟练又快速的输入一个个商品条码，然后发现多指输条码比单指快多了，我也从中找到了乐趣。

在我们的业务技能中，最重要的就是收银八部曲了，从最开始的"您好，欢迎光临，请问有已交款的商品吗？"从而让顾客感受到我们的友好，到"请问有会员卡吗？"的询问，让顾客感受到作为我们日百会员的尊贵，接下来就是按顾客的要求装袋，唱收唱付，双手递交购物袋面带微笑欢迎顾客下次光临，这整个过程中让顾客感受到我们的热情，带着愉悦的心情离开。

业务技能、收银八部曲不是靠说或者背出来的，而是靠我们做出来的，工作过程中我们严格按照规程操作程序，把业务技能提升活动的精髓体现出来，并落实到我们的工作中，种下业务技能提升的种子，让它落地生根开出美丽的花朵。

└ 商业公司新玛特购物中心昌县店 王华静