



加强客户管理 推进战略转变

实现公司与客户互利双赢

本报讯 为认真贯彻落实2017年会议精神，深入推进“以顾客经营为中心”的思想落地，3月31日，加强客户管理卡券营销常态化研讨会在海港城培训中心二楼会议室召开。会议由商业公司副总经理张守岩主持，集团及子公司领导班子成员、各店总经理以及部分关联重点职能部门负责人参加了会议。

去年以来，面对经济新常态、电商崛起、实体零售竞争激烈的严峻形势，公司适时开展了中秋、春节全员卡券销售竞赛活动，并取得巨大成功。不仅为企业带来现金流，更重要的是提前抢抓了消费群，开拓了市场，扩大了销售，抢占了先机，提高了日百卡券的市场影响力，这是“以顾客经营为中心”战略转变的最好成果。

研讨会上，围绕如何加强客户管理、卡券的价值与功能、对公司当前和未来发展的影响力和意义、卡券销售和渠道及方式、如何增强社会对日百卡券的认可、激励全员销售干劲，以及如何规避营销各环节中的问题和风险等内容进行了重点研讨。与会人员准备充分，纷纷阐述了各自的观点，提出了一些具体的建议和举措，并在卡券的战略意义、转变对销售的认识等方面形

成了共识，董事长、总裁靳照做了总结和动员讲话。

会后，集团制定出台了指导意见，号召广大干部员工统一思想、快速行动，抢抓机遇、不断创新，全力开拓市场新蓝海。

集团要求各级要充分认识卡券营销的战略意义，卡券营销是公司眼前利益和长远利益的最佳结合，对企业当前和未来发展均具有十分重要的影响和意义。公司商业网点分布广，是日照唯一一家在各个区县都有网点的零售企业，商誉高，商品品种全，销售的卡券在各个区域都能使用，购买的商品在各个区域都有售后服务，在卡券营销方面具有突出优势。相比实物商品销售，卡券销售市场有巨大潜力可以挖掘，要把抓住当前的机遇，充分利用企业优势，大力开拓市场。

同时，要充分认识到卡券营销对员工的积极作用。公司对卡券营销出台了符合实际、积极稳妥的政策，把卡券当作战略产品，增加了卡券销售的费用预算，这些预算很大一部分是要转化为员工收入的，要让员工获得实实在在的好处。时势造英雄，以公司强大的信誉和商品做保障，大力开展卡券营销活动，是提升综合能力和发

现人才的有效途径。全员要主动转变观念，谋求卡券销售新突破。

研讨会上，公司明确了打破原有壁垒，使用日百金卡就享受日百会员待遇的重大改革。这一政策势必将使卡券营销渠道更宽、量更大。集团要求各级要多研究、多研讨，结合实际制定具体可行的营销措施，充分用好各种资源，多网点、多渠道、多模式，采取一切方式，展开销售。形式多样，不拘一格，大张旗鼓地宣传推销，大张旗鼓地开展工作。

开拓创新，安全是前提。集团要求积极规避内外部可能出现的投机行为、欠账行为。同时明确了卡券营销活动的分工，要求各级强化领导主体责任，把卡券营销摆在突出位置，纳入重要议事日程，充分发动全体干部员工，积极投入到卡券营销的各项工作中。

一年之计在于春。各项目标也已下达，关键要干字当头、快字当先，认真抓好贯彻落实。各级各部门要迅速把思想和行动统一到集团的决策部署上来，抢抓机遇谋发展，全力开拓求突破，为集团全年“抓改革 促经营 稳发展”开好局，起好步。 □ 本报记者 袁启

高层论点

加强房产内部管控 把好工程质量关

工程质量是一个永恒的话题，只要有工程建设，就会存在工程质量这个不可或缺的过程。如何加强管控，切实抓好工程质量，让业主买房买得放心，住得顺心，减少投诉和纠纷，提升企业美誉度，这既是一个复杂和困难的课题，也是一个简单和基本的过程。千里之行始于足下，把好工程质量关，就应该从基本的管理细节入手，切实加强内部日常管控，确保质量目标的实现。

一、以人为中心，建立质量责任制。人是工程施工的操作者、组织者和指挥者。人既是控制的动力，又是控制的对象；人既是高质量产品的创造者，也是不合格产品、失误和工程质量事故的制造者。因此，在整个现场质量管理的过程中，应该以工程管理人员为中心，建立质量责任制，明确从事各项质量管理活动人员的职责和权限，明确奖惩措施和考核激励，促使他们对工程项目全过程进行严格的监督控制。

二、抓好工程质量管控，必须抓好的几个细节。必须坚持质量永远第一，最关键的是加强工程的质量管理。只有从以下几个方面切实做到监管到位，才能避免客户的投诉，提升房产品牌形象。

1. 首先抓好原材料的验收。每个合格的工序和分项工程，不仅要有合理的工序安排，施工方案与措施，更重要的是首先要有合格的原材料。因此，对原材料质量必须严格把关，凡入场材料必须按照规范严格检验，发现不合格材料，坚决退货清场，杜绝不合格的材料在现使用；对材料质量弄虚作假的现象，应该坚持制止和处罚。

2. 对工程管理进行细分，在控制点、面的基础上进行“网格化”。网格的具体控制内容要包括材料控制、质量控制、安全控制、进度控制。每个网格形成一份资料，工程人员签字确认，主管审核，每个网格互为支持、联系、修正。

3. 坚持巡检、旁站制度。日常除了施工单位的自检，监理公司的复检，工程现场要加强巡检和关键部位、关键工序的旁站监督，同时要主动接受集团公司监察部门的监督检查，严把质量关，确保工程质量。这也是保证质量和进度的重要手段之一。

4. 坚持样板引路制度。工程样板引路制度，就是每道工序在开工之前，先做好样板，认可之后，以该样板为标准，进行该道工序施工，并作为该道工序的验收标准。比如，你要加工钢筋，就得先在钢筋场做好一些样板，供大家评鉴，或者你要砌砖了，就得先砌好一段砖墙，供大家认可之后才能施工。坚持工程样板制度，很好的解决了现场一个验收标准的问题，有了合格的材料，正确的工序，合理的方案与措施，那么，在严格把关的情况下，工程质量才会得到有效控制和保障。

5. 做好工序和分项工程验收。工程质量的合格，是建立在每一个工序的验收合格的基础上，因此，现场工程监督应该坚决杜绝一道工序未通过验收就进入下一道工序的行为，通过各个环节的监督，保证每道工序的合格。同时验收时坚决禁止先验收后补资料的行为。特别像隐蔽工程，坚决不允许未经验收合格，私自隐蔽的行为，同时，应该加强日常影像资料记录，要有完整的影像记录整个隐蔽工程的施工，并作为内部存档的资料备查。

以上是工程质量管理的基本要素，最重要的就是抓好落实，工程管理人员要坚持原则，敢于担当，脚踏实地，将各项规章制度和规范落到实处，才能切实抓好质量，促进房屋销售，为提升公司经济效益和社会效益做出应有的贡献。 □ 房产公司总经理 范宏

新闻30天

诚信经营 消费无忧

本报讯 3月15日，为迎接国际消费者权益保护日，商业公司积极开展活动，提升广大消费者权益保护意识。日照店联合消费者协会、东港区工商局等单位，开展了消费者权益法制咨询服务，暨日照百货大楼经营首问制度承诺宣传活动。活动现场，工作人员向消费者发放知识手册，引导广大消费者树立依法维权意识。活动中日照店分别与东港区工商局、供应商签订了“经营首问负责制”协议，经营首问负责制正式启动。成为全市首批实施“经营首问负责制”的试点商场。



其他各门店分别与当地工商局、消费者协会等联合开展宣传咨询服务活动等。惠德福富县店组织走进社区商品展示售卖活动，打造“好邻居”形象。各店3·15前后积极开展商品质量培训，加大商品质量检查、验收力度，及时消除商品质量问题。多种活动全面提升卖场商品质量，增强了全员商品质量意识，震慑了售假造假行为，净化了消费环境。 □ 本报记者 袁启

年会精神在落实

盯紧抓牢 推进重点工作有效落实

本报讯 随着年会的落幕，2017年全年工作的指导方针已经确定。紧紧围绕年会精神，各项工作紧密围绕的开展。

改革当头 经营管理齐推进

年会上，明确了“抓改革 促经营 稳发展”的指导方针，“改革”成为贯穿2017年工作的关键词。

为推动管理模式由总部加强型向门店加强型转变，打造复合型人才，3月28日，《门店加强型招商管理与策略技巧》主题培训在海港城培训中心开展。来自各条战线上的56名业务骨干在开发区项目部总经理张立谦的带领下进行了课程的学习。

作为改革的另一项重点工作，经营机制上全面导入阿米巴经营模式这一工作年会后也迅速开展。年会过后，董事长、总裁靳照一行随即展开了阿米巴经营考察访谈工作。靳总一行到国内多家知名零售企业考察学习，就阿米巴经营是如何开展的，取得了哪些效果、如何应对可能出现的问题等进行交流。考察结束后，又邀请多家国内知名咨询机构到公司进行考察调研，就项目整体情况进行沟通。此外，公司要求将经营预算落实到各单位，为后续改革做准备。走出去，请进来，全面导入阿米巴经营模式工作紧密围绕的开展，目前，正在甄选咨询机构介入项目运行。

紧盯经营 多样活动促销售

在全面深化改革的同时，商业公司各类营销活动也持续进行。第一季度，紧紧围绕“以顾客

经营为中心”，商业公司营销部策划开展了元宵佳节、情人节、三八妇女节、清明节等系列企划活动，借助飞凡网平台开展的活动也取得了预期效果。

房产公司也积极外出拓客，走乡串户，深入工厂，甚至将楼盘信息宣传到外地。跟进网贷、贷款工作，提高回款。年会后，房产公司各项目成交房源二十多套，发展意向客户近三十名。

深化发展 全员发动提效益

3月份，职能部门、商业公司各门店中秋节前卡券销售目标分别下达，广大干部员工积极发动，利用各种渠道大力宣传，公司内再次掀起了卡券销售的热潮。目标下达后，各门店、部门迅速组织召开动员大会，正确引导，将目标层层分解，细化到部门、个人，做到人人肩上有担子。卡券任务常态化是当前市场形势下进行的经营战略的重大突破，公司还将出台相应的规章制度、奖励方案，保证这一工作的有效开展。

同时，年会过后，为提升顾客满意度，围绕以顾客经营为中心，商业公司各门店迅速展开顾客满意度测评工作。

为弘扬正能量，第二批日百工匠评选工作也已开始，目前各门店、部门已将参评人员材料进行上报，工会也已开始了评选工作。2016创新成果奖推广应用方案出台，日前已经下发了《关于推广年度行事历》的通知。此外，为提高资金运转效率，资产全面盘点工作于4月5日展开。

“抓改革 促经营 稳发展”围绕年会精神，2017年各项工作稳步推进。 □ 本报记者 袁启

集团工会工作喜获佳绩

本报讯 近日，集团工会获得2016年度全市工会工作先进单位荣誉称号，肯定了集团在党联系职工群众工作中的桥梁和纽带作用。同时，五莲新玛特客服部，获得日照市女职工建功立业标兵岗称号。 □ 本报记者 刘馨忆

实习店总经理竞岗会举行

本报讯 3月17日，商业公司举行实习店总经理竞岗答辩会，八名中层骨干人员参加了竞岗答辩。参加竞岗的人员分别就提出的问题进行了回答。同时，竞岗人员通过现场讨论，展现了各自的综合能力。 □ 本报记者 袁启

电梯管理交流培训会召开

本报讯 3月10日，公司召开电梯维保管理沟通交流会和电梯安全管理知识培训会。会上，就电梯管理中存在的问题和经验进行了沟通交流，对电梯的安全使用进行了培训。最后，对电梯管理工作进行了总结，并对下一步的工作进行了安排。 □ 后勤服务部 荣光生

集团积极参加植树节活动

本报讯 又是一年春光好，植树添绿正当时。3月11日，“百团大战绿港城”青少年义务植树活动开展，公司积极组织人员参与，为港城绿化贡献力量。活动现场，挖坑、填土、浇水、大家分工协作，相互配合，到处都是忙碌的身影。 □ 本报记者 袁启

金卡助力 营销实现新突破

本报讯 清明节期间，商业公司结合节日特性，组织了一系列营销活动。活动围绕“日百金卡+”的理念，采用日百金卡+会员营销的新模式，扩大卡券销售渠道，大力提升卡券影响力。

活动融合了卡券销售、员工特惠、会员尊享、品牌联合等资源，实现了商品销售、卡券销售双增长。活动内容重点以顾客经营为中心，最大化方便顾客、服务顾客。卡券活动定位准确，员工和顾客的参与度极高，较好的带动了卡券销售和商品销售。

在超市采购部的努力下，商业公司营销部开展了日百&品牌联合商业计划，实施了雅牌、九阳、欧贝斯等品牌联合活动，将优质的商品和优惠首先推荐给内部员工、日百会员，体现了会员的尊享感和公司对员工的关怀，让内部员工得到实惠。

3月27日，会员部开展了“日百邀您回家”的活动。活动通过电话回访日百会员用券、领券以及会员爆品特供等形式，结合开发卡券销售策略产品的要求，将雅牌洗衣液的销售与会员、卡券关联组合，组织了内部员工、会员购洗衣液送卡券营销活动。3月29日-4月4日七家门店该单品共计销售约140万元，带动金卡销售近120万元，既提升了会员和金卡的销售，实现了会员选品的新模式，又锻炼了门店团队的作战能力，

增强了供应商的销售信心，可谓“一石三鸟”。

会员营销抓住了顾客，卡券常态占有了市场。把会员营销和卡券销售有机结合，抓住了经营的关键点，实现了营销工作的突破和创新。会员互动体验活动和日百会员邀您回家活动的开展，增强了日百会员的粘性，实现了会员管理的创新突破。通过“日百金卡+”的理念，将日百卡券与更多的资源嫁接，使卡券销售同比增长近10倍，实现了团购业务、卡券销售的重点突破。

活动期间实现了商品销售和卡券销售双增长，其中商品销售同比增长20%以上，带动了客流量、客单价的增长，同时提升了经济效益和社会效益。 □ 企划中心 毕志华 牟李



做好改革的减法

本报评论员

改革，从字面上来看是改良革新，实行变革。当前形势下我们需要深入推进全面深化改革。过去的一年，我们紧紧围绕以顾客经营为中心开展了各种工作，例如增加各种便民服务项目、进行门店经营布局调整。这都是在原来的基础上进行增加或改变。我们做好了改革的加法，却忽略了改革也应该做好减法。细看我们身边，随着外部环境变化及实际工作的调整，有许多曾经起到重要作用的措施已经失去了本来的意义。

近日，记者在门店走访中了解到，顾客退换货满意度调研应用情况不尽如人意。原本应该每个收银台一个的票箱，有的收银台上已经不见了踪影，有的被其他提示牌遮挡住，仅有的几个票箱里放了一些乱七八糟的宣传单页，退换货满意度调研卡则少之又少。通过查询数据，每月收回的满意度调研卡数量不到退换货笔数的一半。

进一步调研了解到，门店退换货流程改革的同时推出退换货满意度调研卡，推出初期确实对退换货服务起到了督促的作用。据统计，顾客退换货满意度长时间保持在99%以上。

实际采访中了解到，从部门到柜组都能够认真对待顾客退换货，尽可能让顾客满意。如果遇到确实难以协商的问题，客服部会介入，从中斡旋，最终也会达到让顾客满意的目的。采访中同时了解到，许多顾客不愿填写调研卡，更不会将调研卡作为反馈意见的工具。

如今看来，顾客退换货满意度调研卡似乎已成为了可有可无的摆设。继续运行下去，既浪费印刷成本，也占用人力资源，采访中更是听到了“废止退换货满意度调研卡”的呼声。

事物是不断变化发展的，我们需要以发展的眼光看待问题。对于曾经大力推行的举措，它们对一段时间内工作的推动作用是值得肯定的。然而，当它们已经不能对实际工作起到推动作用，或已满足不了实际工作需求，反而会成形式主义，甚至是浪费资源的累赘，该让它们退出历史舞台的就要让它们退出历史舞台。

深化改革，精耕细作，我们要在经营中“删繁就简”，打破惯性思维，将资金、人力等资源用在效益提升上，集中精力钻研业务。



一线观察

百货收银台也可购买的面膜

“我们的面膜有特价促销活动，价格很实惠，春天来了，补水面膜对女性朋友也非常重要，您看看吧，有需要的可以进行购买。”近日，在冀德福冀山百货店收银台的推荐所吸引，不由拿起导购推荐的面膜多看了几眼。

3月，商业公司开展了面膜会员答谢活动，并给每个部门都制定了面膜销售任务，一开始冀德福冀山百货店收银部的销售情况并不乐观，后来收银部积极寻找突破口，先将促销商品购买出来，再在百货部各个收银区域进行重点陈列与推荐，让顾客在付款时可以随时购买面膜，此举为商品打开了销路。

“有些顾客不了解我们的活动，我们先行付款将超市里的面膜买出来，在顾客结账时及时提示，随时购买，既方便了顾客也有利于我们销售量的提升，还减轻了员工的销售压力。”冀德福冀山百货店收银部经理李雪莹说。

经常逛屈臣氏的顾客知道，屈臣氏收银员身后的货架上都会摆放会员特价和换购商品，在顾客结账时会询问是否有购买需要，而顾客往往都会在购买必须品的时候被这些低价商品吸引，并选购一二。

我们组织大型换购活动时经常发现收银台前摆放换购商品，提示顾客如果有需要可以到总台进行换购，而将特价商品摆放在收银台前随时提示、随时购买的方式，更直接更方便，让购买百货类商品的顾客直观的了解到了促销信息。

虽然冀德福冀山百货店只拿出一个单品进行售卖，但这种尝试值得我们思考，超市里的特价商品除了在卖场重点陈列、海报宣传等方式外，我们也可以利用好百货类收银台的资源，达到更好的宣传和促销效果。

□ 本报记者 刘馨忆



日百集团庆三八职工演讲比赛



集团组织三八节职工演讲比赛

3月8日，集团三八妇女节职工演讲比赛在集团五楼会议室举行，集团行政总监刘新权致辞，为女工们送上节日的祝福。身边人说身边事，16名参赛选手声情并茂，用动人的语言讲述了销售竞赛中涌现出的先进人物与感人事迹。经过激烈的角逐，来自新玛特购物广场的毛鑫荣获一等奖。

演讲比赛展现了身边先进人物的事迹，交流了经验，弘扬了正能量，丰富职工业余文化生活的同时，展现了日百女性朝气蓬勃、奋发进取的精神风貌。进一步激发了广大女工不畏艰难、争创一流的干事创业热情，以更加充沛的精力和更加昂扬的斗志投身到公司改革发展的建设中，为日百的各项事业贡献力量。

□ 本报记者 丁玲

温个醒

特价不等于特权

近日，有顾客反馈了这样一则让人摸不着头脑的案例。在冀德福冀山百货店品牌专柜看中了一款特价的商品，导购员上前进行了介绍。经过一番推荐讲解，顾客决定购买，并询问导购员：“可以退换货吗？”导购员是这样回答的：“像这种促销商品只能换，不可以退，尺码也不全了。”

考虑到价格确实优惠，款式也喜欢，尽管导购员这样说，顾客还是购买了。在顾客交完款后，拿着交款小票到专柜领取商品，没想到导购员竟然在小票上写上了“15天内可退换货”的字样，口头上说只换不退，而小票上又标明可以退换，如此一来还真是自相矛盾。

公司服务承诺向来是不满意就退货，这家专柜只换不退又是谁赋予的“特权”？说法与做法不一致，这样的服务又岂能令顾客满意？

特价商品也是门店在促销的商品，同属于不满意就退货的范畴。自公司退换货流程变革以来，大大缩短了退换货时间，为顾客提供了更多便利，得到了顾客的一致好评。同时，专柜在退换货沟通方面也有了更多的自主权，只是自主并不代表“随意”，甚至是“任意”，更不能将凌驾于公司制度之上，享受本不存在的“特权”。

平会上说“精耕细作”，在前进的过程中我们更要时刻不忘初心。初心是什么？是商品，是服务，是日百三十多年经营的信誉与口碑，是代代日百人薪火相传的优良传统。“不满意就退货”是我们对初心的坚守，更是日百熠熠生辉的金字招牌，需要我们每一个人用行动擦亮。

□ 本报记者 丁玲

意识与设施孰为轻重？

近日，在冀德福冀山百货店走访时，身上穿的大衣起了很多褶皱，十分难看。走到服饰部，恰巧有位员工正在用挂烫机熨烫专柜的衣物，看到专柜没有其他顾客，便鼓起勇气走到员工身边问道：“能帮我熨衣服一下吗？”

“啊？”面对我的请求这名员工很是惊讶，犹豫着是否要答应我。“没时间呀，我们还得打扫卫生，下次吧！”另一位正在打扫卫生的员工，赶紧帮她的伙伴“解围”。

“不好意思，今天有点忙。”被请求的员工，也由此拒绝了我……

“刚来新款看看吧！”在冀山新玛特导购员热情的接待了我。“能帮忙把我的衣服熨一下吗？”我同样提出了帮忙熨烫衣物的请求。话音刚落，专柜内又走进了两位顾客。

“我现在有点忙，您去旁边专柜问问吧！”说完导购便扔下我，热情的接待新来的顾客了。

作为一名顾客，不买衣服却提出熨烫衣物的请求需要很大的勇气，导购员的拒绝更让人不知如何是好。而导购员对于有购买意向和仅靠服务的顾客的“热”“冷”处理，让人感到水火两重天。

“以顾客经营为中心”理念推行以来，各部门推出了措施，配备了设施，也进行了大张旗鼓的宣传。设施到位了，我们的服务意识跟上了吗？在门店经常遇见口渴的情况，询问导购是否有水时，很多专柜导购回答“没有”或是“只有水但是没有杯子”。为顾客提供饮用水是每个门店都已经推出的服务措施，也为这项工作做了大量工作：配备饮水机、饮用水等，设施到位了，但我们的意识却脱节了。明明有这项服务却不主动提供或者为避免麻烦而闭口不谈，浪费了物资也伤了顾客的心。

“以顾客经营为中心”在设施到位的同时，更应该注重员工意识的建设，让顾客经营真正在员工心中扎根。 □ 本报记者 刘馨忆

门店风采

多样主题活动 转方式 促销售

创意盆景持续升级

为深入落实2017年年会创新成果重在推广应用的精神，五莲新玛特开展创意盆景活动，丰富员工精神文化生活，强化团队协作和竞争意识，美化门店店堂环境。



创意盆景作为五莲新玛特的一张“明信片”，连续三年举办竞赛活动，每年都带来了不同的惊喜，呈现了许多优秀的作品。今年各个部门勇于突破，不断推陈出新，作品更是夺人眼球，不仅点缀了环境，给我们带来了片春意盎然，更是紧扣年会主题，将年会精神体现的淋漓尽致。“抓改革 促经营 谋发展”“阿米巴改革”等元素都在作品中得以体现，“抵制韩国乐天”“爱我中华”等作品赢得顾客拍手叫好，春暖花开，妙手回春，果熟总动员……每个盆景都被赋予了

特殊的寓意，既体现了对美好未来的憧憬，又宣传了我们的企业文化，受到了顾客的一致好评。创新成果重在推广，创意盆景贵在坚持，惟改革者进，惟创新者强，惟改革者胜，五莲新玛特永不能满足现状，不断创新突破，传承优良，活动将不断延续，创新将永不止步，我们会将更加震撼的作品呈现在顾客眼前。 □ 五莲新玛特 冯玉

特殊的寓意，既体现了对美好未来的憧憬，又宣传了我们的企业文化，受到了顾客的一致好评。创新成果重在推广，创意盆景贵在坚持，惟改革者进，惟创新者强，惟改革者胜，五莲新玛特永不能满足现状，不断创新突破，传承优良，活动将不断延续，创新将永不止步，我们会将更加震撼的作品呈现在顾客眼前。 □ 五莲新玛特 冯玉

特殊的寓意，既体现了对美好未来的憧憬，又宣传了我们的企业文化，受到了顾客的一致好评。创新成果重在推广，创意盆景贵在坚持，惟改革者进，惟创新者强，惟改革者胜，五莲新玛特永不能满足现状，不断创新突破，传承优良，活动将不断延续，创新将永不止步，我们会将更加震撼的作品呈现在顾客眼前。 □ 五莲新玛特 冯玉

转变营销观念 聚力突破创新

3月17日-18日，冀德福冀山百货店组织了一场以生活类为主题的促销活动——首届318生活节暨首届海洋气球展。活动期间创造多个佳绩，门店公众号微信阅读9万余次，销售达成近160%，来客数万余人次。本次海洋气球展在冀山乃至江苏、赣榆等周边区域引起轰动效应，极大的提升了门店影响力。 □ 通讯员 胡海信

创先争优 争做销售先锋

关键业绩指标排名榜

(2017年2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	1
	日照店	2
	冀德福冀山店	-2
	新玛特购物中心冀山店	-1
采购部	百货招商部男士内衣类	1
	百货招商部珠宝类	2
	超市采购部休闲百货课	-2
	超市采购部季节性服饰课	-1

商业公司年度毛利完成比例排名

部门	名次	
营销部	日照店	1
	新玛特购物广场	2
	冀德福冀山店	-2
	新玛特购物中心冀山店	-1
采购部	超市采购部水产课	1
	百货招商部男士内衣类	2
	超市采购部休闲百货课	-2
	超市采购部季节性服饰课	-1

关键业绩指标排名榜

(2017年3月)

商业公司年度销售计划完成比例排名		
部门	名次	
营销部	日照店	1
	新玛特购物中心五莲店	2
	冀德福冀山店	-2
	新玛特购物中心冀山店	-1
采购部	百货招商部珠宝类	1
	百货招商部男士内衣类	2
	超市采购部休闲百货课	-2
	超市采购部季节性服饰课	-1

商业公司年度毛利完成比例排名

部门	名次	
营销部	新玛特购物广场	1
	日照店	2
	冀德福冀山店	-2
	新玛特购物中心冀山店	-1
采购部	超市采购部面包课	1
	超市采购部干性食品课	2
	超市采购部休闲百货课	-2
	超市采购部百货区餐饮娱乐课	-1

注：以上数据(不含黄金自收款)由商业公司预算部提供，负数为倒数。

哲理故事

河边的苹果

一位老和尚，他身边聚拢着一帮虔诚的弟子。这一天，他嘱咐弟子每人去南山打一担柴回来。弟子们匆匆行至离山不远的河边，人人目瞪口呆。只见洪水从山上奔泻而下，无论如何也休想渡河打柴了。无功而返，弟子们都显得有些垂头丧气。

唯独一个小和尚与师傅坦然相对。师傅问其故，小和尚从怀中掏出一个苹果，递给师傅说，过不了河，打不了柴，见河边有棵苹果树，我就顺手把树上唯一的一个苹果摘来了。后来，这位小和尚成了师傅的衣钵传人。

【哲理故事及感悟】：世上有走不完的路，也有过不了的河。过不了的河掉头而回，也是一种智慧。但真正的智慧还要在河边做一件事：放飞思想的风筝，摘下一个苹果。历史古今，抱定这样一种生活信念的人，最终都实现了人生的突围和超越。

日百文化投稿 (2017年3月)

部门	采纳
五莲新玛特	27
冀山冀德福	22
冀山新玛特	15
冀山冀德福	13
冀山新玛特	11
日照店	7
商学院	5
房产公司	5
企划中心	3
超市采购部	2
新玛特广场	1
后勤服务部	1
集团办公室	1

日百文化采纳 (2017年3月)

部门	采纳
冀山冀德福	2
冀山新玛特	2
日照店	2
冀山冀德福	2
五莲新玛特	1
新玛特广场	1
集团办公室	1
后勤服务部	1
商学院	1
房产公司	1

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集各类新闻稿件、优秀人物报道以及涉及经营、管理、文化建设等稿件，希望大家共同关注日百，支持公司的改革发展。

同时征求散文、诗歌、摄影等各类文艺作品，《日百文化》希望同大家一道，共同打造交流展示的舞台，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！

联系方式：
0638-8222756；
电子邮箱：
rbgwhb@sina.com；
内部员工可直接通过OE传至企业文化部表后邮箱。
《日百文化》编辑部



心有阳光，无畏风雨

有人说女人是世界之诗，是世界的颜色。历史的长河中，出现过许多伟大的女性，她们的事迹被万人歌颂。我本以为我是个诗人，可以用各种各样的优美诗句来描绘她们，但很可惜，我并没有那个调调。今天我要给大家讲述的是一位平凡女性的故事，她就是贺娟。她没有惊天动地的大事，也没有万人敬仰的著作，只是客服部的一名普普通通的老收银员，日常的工作业绩在收银部名列前茅，她被伙伴们亲切的称为贺姐。

初见贺姐的时候，得知我是来采访她的，脸一下子就红了，站在收款台的一角，尴尬的手不知道该放在哪里，很难想象这样害羞的姿态会出现在一个年过四十的大姐身上。但就是这样一位不善言辞、说话会脸红的大姐，在中秋节卡券销售中达成销售21.12万元、春节达成29.47万元的骄人业绩。

作为收银部的骨干，贺姐义不容辞的担负起了更多工作，需要带兵就带兵，需要加班就加班，班组的脏活、累活她都抢着干，任劳任怨，在她的正面带动下，整个客服部掀起“比、学、赶、超”的良好销售氛围，中秋节、春节卡券销售过十万元的就有二十多名，为整个单位卡券销售的达成起到了积极的助推作用。

去年中秋节，公司下达卡券销售目标后，贺姐立即行动起来，充分利用微信朋友圈、电话、登门走访等方式，广泛向自己的亲朋好友宣传，进行卡券的销售。当时，正值她的孩子上大学，即将踏上一个陌生的土地，开始新的旅程。儿子希望平时没有太多时间陪自己的妈妈能够像其他的家长一样，送自己去千里之外的南昌上学。可是她却一心扑在工作上，利用一切时机联系卡券的销售，顾不上跟自己孩子说一些嘱咐的话。

临走前的晚上，贺姐默默帮儿子收拾临行前的行李。这时，她的儿子走进来，抱住她说：“妈妈，以后等我毕业了，挣钱了，你就在家享清福，我给你养老。”说到这里，贺姐眼眶有些湿润，她说：“工作这么多年，心里唯一觉得亏欠的就是自己的儿子，很多时候没有办法陪在他的身边，陪他去做他喜欢的事，但我很欣慰，他很懂事，那个晚上，我的孩子真的长大了……”付出总有回报，通过她的坚持和努力，中秋节卡券销售业绩位居部门第一名。

我问贺姐销售过程中遇到的困难是什么。贺姐露出她招牌式的微笑说：“销售本身就是一场挑战，会遇到很多的困难，我想，可能最难熬的就是等待吧。”春节的时候，贺姐的一个老同学单位过节要买13万的金卡，贺姐听后非常高兴，可是等了一天，两天，老同学一直没来。贺姐尝试着给他打过几次电话，老同学总是说再等等，领导还没定下来，说他们单位原来都在银座购买，银座还送货上门，有折扣等等，贺姐马上说：“老同学，麻烦您和领导说说，银座能做的我们都能做，且还能做得比他们还好。”

春节一天天临近，有一天贺姐在家，她丈夫有一些发烧，贺姐准备陪他去就医，这时电话响了，同学告诉她，现在就要到银座去买金卡，当时已经是晚上七点多，大哥催着说：“你快去吧，等那么长时间，现在终于有信了，这下好了，我都几十岁的人了，能照顾好自己的。”贺姐感动的眼圈一热，拿起衣服，匆匆的出了门。家人的支持，让贺姐一心扑在工作上，为公司奉献自己的青春，贡献一份力量。

最后，我问她：“是什么让你能够遇到了这么多的困难依旧坚持？”贺姐说：“我很幸运，因为我有一个爱我的丈夫，一个懂事孩子，还有一份我热爱的工作，说实在的，我也不清楚是什么让我坚持，但就是想这样干下去，直到我退休那一天。”

故事到了这里，我心里有太多的感慨，很可惜，我不是个文学家，没有办法找到合适的语言来描述我此时此刻的心情，但千言万语好像都能用一个字来代替，那就是：爱！

(本文为三八职工演讲比赛一等奖演讲稿)

□ 新玛特购物广场 毛鑫

用心积累，共同收获

2016年7月，我入职于本商场，正赶上中秋节和春节的卡券销售，分以下几方面来谈谈自己的心得与体会。

店长带头，领导挑大梁，同时给每一位员工分解目标。卡券销售期间，我们楼层经理开早会增加了一个环节每天解读卡券的目标、完成率与差距，鼓励大家努力完成，每天也不断讲公司给予卡券销售优秀人员的奖励，赵经理每天用心发动，同时部门主管带领我们销售，见人就开口，并且利用流行的微信、QQ不停的转发卡券任务。当我们完成卡券的每一笔销售，不论金额大小，主管都给我们讲“你太棒了”我们心里暖暖的，大家拧成一股绳，齐心协力，热火朝天的忙碌着卡券销售……

卡券销售中我的付出与收获。中秋节开始卡券销售的时候，我入职时间不长，对卡券销售不熟悉，一切从零开始。我开始用心积累顾客，做自己的会员顾客档案，见人就讲。上班的时候，接待每一位顾客，我都耐心讲解，设法要顾客的电话和微信号，说我们卡券的好处，目前我的微信好友已近千个……

华为mate9刚上市时，一位顾客过来看这款手机，我通过模型和图片给她讲解，最后成功预订。和顾客交流时得知她是开公司的，我就向她讲解卡券的优惠。她当场就有购买卡券，但说以后有需要肯定来买，后来她带朋友一共买了2万左右的金卡。现在我俩成为朋友，她在我这已经买了三部手机。

还有经常发生的场景“您好，您这能换手机卡吗？”“我这有膜能帮您贴上吗？”我都回答可以，当剪好或贴好后，问多少钱，我说免费的服务，并承诺以后手机有任何问题与需求来找我。同时我会咨询有无卡券的需求，如有需求随时联系我！在工作之余碰着聊的来的人也讲。我工作餐经常去一家米线馆，时间长了，和老板熟了，我讲我在新玛特上班，如有卡券需求可以随时找我。

“我每天都买蔬菜、肉、排骨等，以后我就不去早市买了，去你们新玛特吧！”从那天开始，他几乎每天来购买二三百的五莲卡，类似的事情不计其数。通过我的积极与用心努力，中秋节卡券的销售顺利完成。

转到了春节卡券销售的时间，这次我轻车熟路，不断累积顾客的同时，不断联系老顾客，转发朋友圈去销售卡券，四月份下来我自己一个人完成约十六万的卡券销售。销售卡券中充满酸甜苦辣同时，给我带来的好处不计其数，有了卡券销售，我自己的柜台销售也不断的在提升……

卡券销售中的助人为乐。作为手机销售的我，寒假期间是旺季，有时候我在接待顾客的时候，朋友来找我买卡券，我忙不过来招待，邻近的同事就帮忙带顾客去购买与登记。临近的姐姐、孙姐、寇主管，帮助我太多了，有时顾客多忙不过来，她们就进柜帮我接待顾客，相反有时间我也会力所能及的为她们做些事。我们相互帮助，共同收获着。

总之，卡券销售迎合了市场的发展，带动我们销售的热情，公司销售也在稳步提升。感恩所有的遇见与陪伴，2017年我会更加努力，和公司一起成长，争取更大的收获。

(本文为三八职工演讲比赛二等奖演讲稿)

□ 五莲新玛特 周伟伟

敢闯敢拼能打硬仗

——记日照店百货部家电床品组



2016年日照店百货部家电床品组，销售与销售利润保持持续增长，利润百余万。百货部共有员工200多名，共评选出优秀员工9名，家电床品组优秀员工占比是部门优秀员工人均占比的两倍。这是一个销售持续增长的团队，这是一个能打硬仗的优秀团队，这是一个闲不下来的班组。

说起团队建设，2016年“优秀班组”“优秀主管”“人才培养奖”等荣誉称号获得者班组主管郭娜说：“与其去要求别人如何去做，不如以身作则，你是怎么做的别人看在眼里，自然会记在心上。”之前文体类专区没有导购员，每到卫生检查等时间，这部分专区没人打扫，郭娜便拿着抹布来打扫，其他班组导购看见了，也没人好意思让她一个人去做，大家都多干一点，工作也便简单多了。在互相感染带动下，朱明清、刘娜等相邻柜台的导购员，帮助卖货、充货、打扫等工作，来了顾客更是热心服务，文体类专区的商品价格她们都能记住，没有导购也从没有耽误商品的销售。

2016年九阳众筹活动开展，货品预售、登记、发货等工作全都落在柜组中，在柜组主管郭娜的带领下，全员放弃休息时间保证活动的顺利开展，最多的一天光取货就多达960余台，第二天员工累的胳膊都抬不起来了，也毫无怨言，互相协助保障了活动的顺利开展。2016年12月，床品专区的位置进行调整，为了不影响到销售，调整工作全部在夜间执行，晚下班后员工主动留下收拾归拢物品，有时调整到很晚，即便如此也没有一个人退缩。

亚欧床品导购员崔久文放弃喂奶时间一心工作，2月份儿子过生日，老公早早来等她下班，她却忙着接待顾客直到下午一点多。同柜组的常文梅有时候下班回家看看就又来了，“家里没什么事，来专区还有点事干，在家里还老是惦记。”她们在柜组里总是有活干，一点也闲不下来，整理排面、陈列商品……正是因为有了如

此闲不下来的员工，床品专区调整后，位置虽然较以前差了，但业绩却反而增长了。

海尔导购员周雷，出了名的“联单大王”。2016年7月，一位拿着蒲扇看起来并不起眼的老大爷走进专区，周雷不仅为其打开电风扇让他乘凉，更是主动递上水让他休息。凭借过硬的业务技能，原本只想买个空调的大爷最后买了洗衣机、电热水器、冰箱等系列家电。之后又找她买了其他用品，现在大爷不管买什么都会找到周雷让她陪着。

柜组有个要求，不管是顾客买的床品还是家电，都要为顾客送货上车，家电床品组的员工们不管是哪个专区有需要都会行动起来，为顾客送货上车。班组巡检工作也从不让别人操心，柜组长不在的时候，员工也主动按照要求进行巡检。桑普导购员刘娜——柜组的“带班大王”经常主动承担起部门巡检检查的责任，什么地方卫生打扫不到位，什么地方垃圾没有倒，她经常提示并带动员工一起做，晚上下班后，别的员工都走了，她也不放心离开，总是再围着柜组检查一遍。柜组家电产品多，安全问题更多多加注意，多检查一遍就少一些安全隐患，强一分安全系数……

百货部郭经理说，这群孩子就是好，让我很省心。不分你我的团队凝聚力，闲不下来的责任担当，每人多干一点，别人看在眼里自然会记在心上，在互相感染与感动中团队越来越强大。 □ 本报记者 刘馨忆

门店警长卫士

想起莫德福岚山店安全部防损员王金会，耳畔就会响起动画片《黑猫警长》主题曲：眼睛瞪得像铜铃，射出闪电般的机灵；耳朵竖得像天线，听着一切可疑的声音；磨快了尖利的爪到处巡行，你给我们带来生活安宁……王金会就是一名称职的“黑猫警长”。2016年全年稽核挽回损失七千余元，综合业绩排名班组第一。

“王金会就是敢，别人不敢指出的问题她敢于提出来，别人不敢做的事她勇于去做，不怕得罪人。从门店开业一直工作至今，对公司各项工作有着强烈的责任心和承担意识，这是很多年轻人必须向老员工学习的地方。”提起王金会部门经理熊定国说。

“考虑不到危险，感觉就像是在自己家里一样，不让自己家里的东西被拿走。”在日常巡查时她非常注意顾客眼神，飘忽不定、“贼眉鼠眼”的顾客多加留意，并和工巡做好沟通提示。遇见有偷盗嫌疑的顾客但不确定时先打招呼，王金会说，一般顾客不会留意这样的招呼，他们不知道怎么回事，也不知道你喊的谁，就不会理你。小偷不一样，你一喊他就会紧张，对此做出反应。

即便是之前的怀疑加上后来的表现已经可以认定这类顾客行为不端，但是在进一步的询问时依旧应该注意方式方法。比如以，以服务员的语气去向顾客征求意见“您刚才试的那款产品您还满意么？”“不知道您选的是什么型号，能麻烦您拿来给我看看么？”……

安全隐患必须排除，这是对公司负责，对顾客负责，更是对员工负责。况且家人之间的情感是建立在共同奋斗的基础上，你来我往靠弄虚作假建立的感情，不会长久，更不坚固。

从莫德福岚山店开业至今，王金会在岗位上站了十三年。她热爱这里的氛围，重视工作的意义，累了想想门店的朋友、同事，一切便变得轻松，行动起来赶赴工作岗位继续去战斗。 □ 本报记者 刘馨忆



呼唤工匠精神



工匠精神，是一种对工作的态度，一种对品质的追求。在快节奏的现代社会，工匠精神显得尤为珍贵。它要求从业者对自己的工作充满热爱，精益求精，追求卓越。这种精神不仅体现在制造业，也体现在服务业、农业等各个领域。工匠精神是提升国家竞争力的关键，也是实现中国梦的基石。我们每个人都应该学习工匠精神，在自己的岗位上发光发热，为社会做出更大的贡献。

一线员工

为日百收银员的“稽核”叫好

前不久去竞争门店做市场调研，顺便顺了一块后腿肉，交款之前才发现给称成了“猪肝”。这一来价钱可差了不少——后腿肉15.9元/斤，猪肝才9.9元/斤。按这块肉重量，得差了不止十元。我下意识地想回柜台重新称量，这样的便宜不能占啊！转身之际想到我们日百收银员的“稽核”，便起了试试的心思，想看看此门店的收银员会怎么处理。结果，扫码、付款、装袋，整个过程毫无波澜地过去了——这样大的失误竟没有发现！这令习惯了日百收银员“火眼金睛”稽核的我很是惊讶。

无独有偶，朋友近日跟我说起去竞争门店买鸭腿，交完款才发现导购员给称成了糖果，三十多块钱的东西就收了十来块钱。这样巧合的两件事，让我想起了我们日百收银员的日常，除了收银外，顾客所购商品与价签不符、商品条码不对、商品混装、商品当赠品等问题到了收银员这里就像遇到了一个屏障，总能立刻反馈给卖场相关负责人，使之得到整改。

收银员的主要工作并非稽核，但与竞争门店收银员机械地扫码相比，我们的收银员更加主动和灵活。之所以有这样的差距，完全归功于我们的“稽核”制度。我们将收银员发现问题情况定到了目标管理卡中，这反映了对于“稽核”的重视，也极大地刺激了收银员“稽核”的积极性。

在这样的“稽核”制度下，我们的收银员统统成了“多面手”，除了收银，她们还是价格监督员、质量检查员、商品防损员。通过不断地“稽核”，收银员的责任意识、商品防损、问题稽核等已经刻到了骨子里。同时，我们还加强了商品质量的考核，在2016年收银员技能工资等级鉴定中，公司将“稽核”单独列为考核项目，为收银员的技能训练指明了新的方向。日常工作中，我们对收银员发现商品重量不符的“稽核”给予额外的加分奖励，让重量不符的商品无所遁形！

凭借我们的“稽核”制度，日百的收银员们人人都成了“稽核卫士”，个个“火眼金睛”。他们的主要工作职责并非稽核，却将这项工作做到最好，日常工作中每个岗位的员工都应该向收银员学习，成为稽核能手，我为日百收银员的“稽核”叫好！ □ 日照店 丁翠翠

美在平凡工作中绽放

有人赞美青松的挺拔坚强；有人赞美红梅的不畏严寒；有人赞美翠竹的高尚品格；有人赞美小草的生命顽强……是谁让它们受人赞美，是泥土是朴实无私无人不爱的泥土。我们身边也有许多像泥土一样无私奉献的人。

门店首次推出气球展活动，客流较大，出口设在玩具厅，该专区导购员王谦谦的对班因个人原因辞职了，工作量都压在她一个人身上。每从气球展厅出来一个顾客，她都会介绍：“玩具今天凭门票打8折”，不管顾客是不是搭理她，她都坚持说下去。“你休息休息，这样不累吗？”她总微笑着回答：“不累，开口就有希望，要是不开口是一点希望都没有。”

看到她不厌其烦的给每位顾客介绍商品，我备受感动，中午吃饭她也只用了10分钟，草草吃了点馒头后又穿梭在顾客中。连续两天加班加点的奋战在一线，晚上忙的顾不上吃饭，伙伴们说替她换她，帮她看着行李，让她吃饭休息，她却摇摇头说：“谢谢，不用了。现在是客流高峰期，我再坚持坚持，下班回家再吃。”这句普通的话语很是让人心疼，她没有抱怨工作累，相反却觉得能被顾客认可和需要，让她很有成就感和满足感。在她的努力下，两天销售了6240元，较去年同期增长5195元，这小小的数字，包含了太多的辛酸和无奈！

在日百有许多这样的人，默默无闻的付出，一份承诺，一种坚守，青葱的面庞在顾客认可中渐渐成熟，让自己的人生在平凡中“秀”出精彩，美在平凡工作中绽放。 □ 莫德福岚山店 杨甜甜

优秀的员工，“开了挂”的销售

3月3日-19日，新玛特购物广场家居部罗莱家纺开展了大型促销活动，力度大、时间长、礼品多。当然，销售也很让人惊喜。原因在哪？最直接的莫过于罗莱家纺两位优秀的导购员——葛平荣和秦颖。此次促销，葛平荣和秦颖信心满满，主动要求上全天，提前五天给老顾客打电话告知促销活动时间及内容、写广播稿……顾客多的时候俩人忙得不亦乐乎，顾客少的时候一人去厅销售，一人去流动发海报。“只要是接到电话之后过来的老顾客，就没有空手走的。”秦颖得意的说。“我们的顾客忠诚度很高，有位老顾客之前就说过有活动一定要第一个通知她，不然来晚了怕卖断货不够她挑的了。”葛平荣也开心的补了一句。

3月13日周一，这本该是一周中销售较低迷的一个时间段，一对老夫妻来到了罗莱家纺的专区前，她俩一如往常的笑着迎上去，了解到这对老夫妻是在给女儿办结婚嫁妆，她俩立即抓住这个机会，制造大单。最终她们通过热情的服务和切身为顾客考虑的良好品质，赢得了客户的信任，制造了20连单！价值17300元！创造了部门连单销售的新纪录！而顾客对她们服务非常满意：“以后我就是你们的老顾客了！”

三天之后，一位老顾客的到来又为我们带来了惊喜。这位顾客直奔罗莱专区：“给我找两套适合我的。”“好的大哥，我们先找两套您看看满不满意。”她俩热情回复，找到产品后，这位顾客试了试手感，没说几句就买走了，而这位老顾客拿走的是两套价值23900元的套件！“这位顾客关注的是品质，所以我们也只推荐旗舰产品。”她们本子上有这位顾客的偏好记录。顾客购买时的果断，也说明了对这两位导购的信任。

现在她俩已经上了第17个全天了，依然像“打了鸡血”一样干劲十足，促销期间销售18.9万！这样的模范级员工，你们不可不学！ □ 新玛特购物广场 钱勇

热情“细心”的服务

一天中午，一楼中厅促销区一位60多岁的女士和一位中年男士在阿尔皮纳袋鼠皮具专区徘徊着，导购员张露主动前去接待：“您好，阿姨，有什么可以为您服务的吗？”

“我想选几款包送人。”“您对包具体有什么要求吗？比如说……”根据阿姨的要求，张露选定了几款中高端的品牌，供阿姨选择。看顾客挑选的过程中好像不是很中意，她便又闪电般的跑到其他专区，来来回回好几趟选取商品。功夫不负有心人，通过介绍与热情服务，最后阿姨要了4个女包、3个男包。

可就在这时，张露发现阿姨好像还有点顾虑，便询问：“阿姨，您还有什么需求？”“我想买了送人，但又不知道这些包该用什么东西包裹起来发快递。”阿姨忧虑的说。在整个服务过程中，导购员对顾客的服务都保持着足够的细心、热情与周到。作为服务行业，我们要始终秉承着为顾客服务理念的宗旨，让顾客买到称心的商品。 □ 岚山新玛特 高超

为日百收银员的“稽核”叫好

前不久去竞争门店做市场调研，顺便顺了一块后腿肉，交款之前才发现给称成了“猪肝”。这一来价钱可差了不少——后腿肉15.9元/斤，猪肝才9.9元/斤。按这块肉重量，得差了不止十元。我下意识地想回柜台重新称量，这样的便宜不能占啊！转身之际想到我们日百收银员的“稽核”，便起了试试的心思，想看看此门店的收银员会怎么处理。结果，扫码、付款、装袋，整个过程毫无波澜地过去了——这样大的失误竟没有发现！这令习惯了日百收银员“火眼金睛”稽核的我很是惊讶。

无独有偶，朋友近日跟我说起去竞争门店买鸭腿，交完款才发现导购员给称成了糖果，三十多块钱的东西就收了十来块钱。这样巧合的两件事，让我想起了我们日百收银员的日常，除了收银外，顾客所购商品与价签不符、商品条码不对、商品混装、商品当赠品等问题到了收银员这里就像遇到了一个屏障，总能立刻反馈给卖场相关负责人，使之得到整改。

收银员的主要工作并非稽核，但与竞争门店收银员机械地扫码相比，我们的收银员更加主动和灵活。之所以有这样的差距，完全归功于我们的“稽核”制度。我们将收银员发现问题情况定到了目标管理卡中，这反映了对于“稽核”的重视，也极大地刺激了收银员“稽核”的积极性。

在这样的“稽核”制度下，我们的收银员统统成了“多面手”，除了收银，她们还是价格监督员、质量检查员、商品防损员。通过不断地“稽核”，收银员的责任意识、商品防损、问题稽核等已经刻到了骨子里。同时，我们还加强了商品质量的考核，在2016年收银员技能工资等级鉴定中，公司将“稽核”单独列为考核项目，为收银员的技能训练指明了新的方向。日常工作中，我们对收银员发现商品重量不符的“稽核”给予额外的加分奖励，让重量不符的商品无所遁形！

凭借我们的“稽核”制度，日百的收银员们人人都成了“稽核卫士”，个个“火眼金睛”。他们的主要工作职责并非稽核，却将这项工作做到最好，日常工作中每个岗位的员工都应该向收银员学习，成为稽核能手，我为日百收银员的“稽核”叫好！ □ 日照店 丁翠翠

美在平凡工作中绽放

有人赞美青松的挺拔坚强；有人赞美红梅的不畏严寒；有人赞美翠竹的高尚品格；有人赞美小草的生命顽强……是谁让它们受人赞美，是泥土是朴实无私无人不爱的泥土。我们身边也有许多像泥土一样无私奉献的人。

门店首次推出气球展活动，客流较大，出口设在玩具厅，该专区导购员王谦谦的对班因个人原因辞职了，工作量都压在她一个人身上。每从气球展厅出来一个顾客，她都会介绍：“玩具今天凭门票打8折”，不管顾客是不是搭理她，她都坚持说下去。“你休息休息，这样不累吗？”她总微笑着回答：“不累，开口就有希望，要是不开口是一点希望都没有。”

看到她不厌其烦的给每位顾客介绍商品，我备受感动，中午吃饭她也只用了10分钟，草草吃了点馒头后又穿梭在顾客中。连续两天加班加点的奋战在一线，晚上忙的顾不上吃饭，伙伴们说替她换她，帮她看着行李，让她吃饭休息，她却摇摇头说：“谢谢，不用了。现在是客流高峰期，我再坚持坚持，下班回家再吃。”这句普通的话语很是让人心疼，她没有抱怨工作累，相反却觉得能被顾客认可和需要，让她很有成就感和满足感。在她的努力下，两天销售了6240元，较去年同期增长5195元，这小小的数字，包含了太多的辛酸和无奈！

在日百有许多这样的人，默默无闻的付出，一份承诺，一种坚守，青葱的面庞在顾客认可中渐渐成熟，让自己的人生在平凡中“秀”出精彩，美在平凡工作中绽放。 □ 莫德福岚山店 杨甜甜

改革进行曲

踏着春的脚步

奏响改革进行曲

春天来了，我们踏上了新的征程。春天是美好的，奋发的，向上的。一声声春雷，似阵阵振铃的闹钟，唤醒了蛰伏的万千生物；一缕缕春风，缓缓融化了冻土，宛如一双双纤细的手，把小草从泥土里拽了出来，展开了“草色遥看近却无”般的生机画卷；一阵阵春雨，随风入夜，润物无声，滋润出江南的绿岸、江北的桃红柳绿梨花白。

自古以来不乏描绘春天的诗句。朱熹的“等闲识得东风面，万紫千红总是春”，阐释了真理蕴于形象之中的哲理；贺知章那“不知细叶谁裁出，二月春风似剪刀”，把春风描绘成了美的制造者；苏轼的“蒌蒿满地芦芽短，正是河豚欲上时”，把春色展现

的令人神往；王安石那“春风又绿江南岸，明月何时照我还”，借春风抒发思乡之情和推行新政的愿望。春，能唤起万物的激情；春，是历代文人墨客吟咏的最爱，踏春、游春、吟春、惜春无不为诗词歌赋的主题，他们把春含在嘴里，捧在手上，放在心间，借以言志，抒怀，展示胸中抱负。

我们常常把改革和春风连在一起，是因为改革与春风有着惊人的相似的内涵，她们的出现同样预示着除旧迎新，预示着破茧重生，预示着进入新一轮的繁荣鼎盛。上世纪八十年代的一句“改革的春风吹遍了祖国的大江南北”，带来了我国30多年的飞速发展，带来了国力的持续增强，带来了人民生活水平的稳步提高。这就是“改革春风”的丰硕成果。

春风和煦，年会过后，莒县新玛特立刻行动起来，揭开了新一轮的改革序幕。

目一：改革从我做起

为响应培养复合型人才号召，店总经理张永勤率先行动，在主持好门店全面工作的间隙，走进收银台，系统学习收银流程，提升业务知识和技能的全方位。不少老顾客都对张总伸出大拇指，一位老大爷说：“这位领导真接地气，这样的领导是真领导！”

目二：深化改革 重在落地

为提高工作效率与质量，提升管理者业务水平，门店将周一例会定为基层管理者会议。会上各管理级汇报上周销售的达成情况及工作中的亮点和不足，制定下周的主要工作计划，张总进行调度、点评和工作安排。对于门店内各部门协作完成的工作，各部门在会议上及时提出，相互沟通，提高了工作效率与团队协作能力。

基层管理者店周例会的开展，规范了门店管理，提高了执行力，加强了沟通，统一了思想，解决了存在的问题，提升了工作效率。

目三：新举措 新状态

为达成2017年目标，必须顺应时势，及时调整经营思路，多措并举管理，多管齐下促发展。2017年莒县实行旧城改造

政策，为加快门店闲置资源招商，门店不等不靠，主动走出去抢市场，到旧城区去挖资源、提效益。

好举措离不开抓落实，为确保外出招商的效率，实习店总经理董丽丽绘制了招商分布图，各部门经理带队利用休息时间进行地毯式招商，每个商铺、每条街都有日百人的身影。1家、2家、3家……越来越多的商家入驻门店，经常能听到这样的声音：“我的店铺搬到新玛特了，有时间来看看！”这样的举措满足了供应商需求，解决了门店资源闲置的问题，也提升了门店的知名度。

成功路上没有捷径，只有脚踏实地，2017年我们将在改革的路上勇往直前！

莒县新玛特 宗晓燕

改革之路 任重道远

围绕“抓改革、促经营、稳发展”，年会后莒县德福莒县店快速行动，即刻针对门店生鲜蔬菜区进行了经营改革。

门店多次召开研讨会，探讨蔬菜经营存在的问题及解决措施，分析市场趋势及行情。同时，组织人员对周边四十多个蔬菜大棚进行考察，对价格、品质进行对比。找出了差距和不足，蔬菜改革之路势在必行。

确定了改革的方向，新的问题接踵而至。虽说自营能够解决价格问题，但就门店实际情况而言，人力、成本控制又成了大问题。困难面前，门店积极挖掘各种资源，达到资源利用最大化。功夫不负有心人，蔬菜经营改革的各项工作顺利推进。

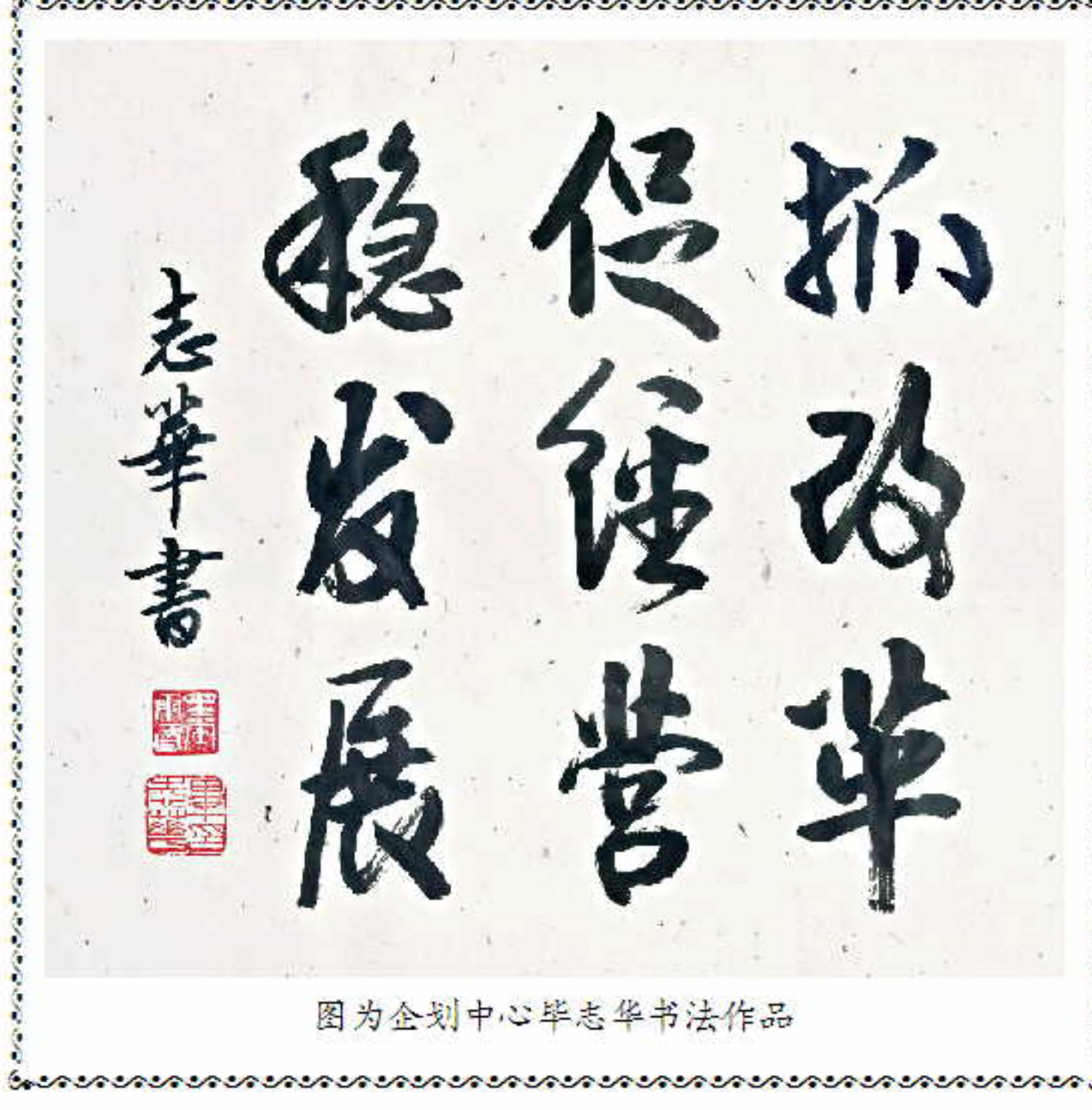
3月4日，生鲜蔬菜区人头攒动，生鲜早市在众人期盼下如期而至。“比大集上便宜，还新鲜，以后就来莒县德福买菜！”质优价低得到了顾客的一致认可。相信这次经营思路的改革，给门店带来的不仅是蔬菜经营的增长，更是莒县人民的信任与依赖。

在蔬菜经营改革的驱动下，门店再次对蛋类市场进行全面考察，决定导入阿米巴经营模式。3月16日，质优价低的鲜鸡蛋出现在卖场里。曾卖现场围满了抢购的顾客，这是对我们大胆改革最大的肯定。

蔬菜经营合作方式的创新及“阿米巴经营”的突破，共同打造了莒县德福莒县店生鲜低价的良好形象，受到了莒县老百姓的好评。改革试水取得成功，改革之路仍在继续。

何为改革？经营思路的调整，管理方式的转变，业务流程的完善……大到公司经营，小到部门、班组管理，每一次推陈出新，每一次突破创新，都是改革。何人可改革？只要脚踏实地，有利于公司发展，人人可改革，事事可改革。发展无止境，改革没有终点，雄关漫道真如铁，改革之路任重而道远。

莒县德福莒县店 通讯员 董楠楠



思路决定出路

王玉梅是莒县德福莒县店西尔曼纸导购员，日常工作表现非常优秀，特别在商品销售上积极主动。前期西尔曼纸推广力度较大的促销活动，60元3提，顾客多买才享受此优惠，很多顾客不喜欢一次购买三提，王玉梅就自行垫付钱款购买后，到超市外每提20元进行折分销售，灵活变通，满足了顾客对购买数量的需要。

促销过后，此款商品恢复原价，销售不理想。正愁着怎样提升销售时，王玉梅看到了飞凡网上的促销内容，这款商品在飞凡网上的抢购价为21.9元，非常实惠。

但是新的问题来了，到门店购物的顾客许多都是中老年人，不会使用飞凡APP。王玉梅又灵机一动，何不利用员工抢购的机会，购买后再平价卖给顾客呢？王玉梅立即把这个想法告诉了部门经理，部门经理非常赞同，立即召集员工在线上抢购，然后收集员工的提货码统一购买，王玉梅就在超市外客流集中区域进行销售，很受顾客的欢迎，两天的时间就销售了一千多元。王玉梅心里乐开了花，思维方式一变，寻找到了销售的机会。

观念决定业绩，思路决定出路，多一个思路就多一条出路，我们要积极转变思路，探索更多出路。

莒县德福莒县店 张焕霞



我参与 我自豪

2016年莒县新玛特实施经营机制改革，全体干部员工顶住压力，积极改革创新。面对百货类“招商难、难招商”的经营现状，管理者以上人员众筹资金，重点自营品牌14个。

我也有幸参与门店众筹，虽然投资的钱不多，但是也为门店发展尽了一份力。我们租也有两个自营品牌，场地确定、装修、选货、验货……从摸着石头过河，到现在的游刃有余，其中的艰辛只有我们自己知道。

第一次去济南进货，我与实习店总经理董丽丽、服饰部经理刘兰兰一起。早上4点出发，一路颠簸，司机对路况也不熟悉，到济南已是9:30多。天公不作美，天又下起了雨，草草的吃过早饭顶着风雪就去挑选款式。因为我是第一次出来进货，不知道该怎么挑选，董总和刘经理就一边教我一边挑选，刘经理还不时地告诉我款式之间的搭配、数量。

等我们选完货已是12点多了，午饭也顾不上吃，就一路小跑的赶往下一家，从这家出来又过了1个小时，时间紧任务重，董总说：“等忙完我们再吃午饭吧，抓紧时间，很快就结束了。”就这样我们一家一家的拜访，下午3点了仍然有几家没有去。当时我饿的腿都发软了，但看着董总和刘经理仍然一路小跑的坚持着，我也咬咬牙继续跟着她们往下跑。

此时我才真正体会到了出差的不容易。从其中一个厂家出来到下一家，看起来短短的路程却是那么艰难，人生地不熟的我们在陌生的城市寸步难行。我偷偷问刘经理，“咱们为什么不打车呢？”刘经理说“我们一直都是走的啊，打车费用高，虽然公司能报销出差费用，但能省就省，我们得为公司省钱啊。”

等到了目的地我真的是又累又饿又渴，真想坐在凳子上不走了，董总和刘经理却连坐都没来得及坐，就开始挑选款式。我坐在凳子上看着她们两个人的身影，敬佩之情油然而生，佩服她们那坚持到底的毅力，还有为了公司利益与厂商周旋的能力。

简单地吃完午饭加晚饭后，我和刘经理还在哺乳期，董总就安排我们先回来，还非要把我们送到车站。看着她疲倦的神态，不忍心她再来回奔波，在我们的坚持下董总才不再坚持送我们去车站。回来的路上，看着身边疲惫的睡着的刘经理，我感触颇多，怎么也睡不着。

“促经营 抓改革 稳发展”，我们为此努力。改革就是要我们坚定信心，突破瓶颈，不断向前。我参与，所以我自豪！

莒县新玛特 王小丹

阿米巴经营：金牌巴长是如何炼成的

阿米巴经营模式要求每个阿米巴组织必须要有一个领导人，在阿米巴组织中，以各个阿米巴领导人为核心，让其自行制定各自的计划，并依靠全体成员智慧和努力来完成经营目标。

1. 阿米巴领导人必须具备的能力、素质

(1) 阿米巴领导人必须能身先士卒。员工们看到经营者为了大家而尽心尽责的行为，自然也会为了公司而努力履行自己的责任。

(2) 阿米巴领导人的任职资格要求。良好的个人品德和职业道德；认同阿米巴经营模式；理解、掌握阿米巴经营模式的基础理论；了解基本的经营管理知识，尤其是基本的财务、核算及成本控制方面的相关知识，具备较为熟练的计算机操作能力；熟悉本阿米巴的工作内容、业务流程等方面的各项规定及工作要求，并具备开展工作的相应管理及操作技能；生产型阿米巴负责人需具备两年以上班组长经历或熟悉该经营体生产工艺流程，具有一定管理能力；非生产型阿米巴负责人需具备三年以上相关岗位工作经验。

2. 阿米巴领导人的产生方式

(1) 阿米巴候选领导人的产生

领导推荐：由企业高层领导、部门级领导或部门主管推荐。

公开招聘：对外公开招聘，应聘人员自行报名。

选举产生：由阿米巴组织成员进行选举。

(2) 阿米巴领导人的面试考核。由企业人力资源部门会同各部门，根据上述阿米巴领导人的任职资格，对阿米巴领导人候选人进行面试考核，确定初步的录用人员，进入试用期考核。

(3) 阿米巴领导人的试用期考核。阿米巴领导人上任之后，需要有一个试用期，试用期满后由人力资源部组织试用期评估，由部门主管和阿米巴成员对阿米巴领导人进行评估，并参考上下游阿米巴领导人的意见，做出评估结论。试用期考核不合格者不予聘用。

3. 阿米巴领导人的权利、义务

(1) 阿米巴领导人的权利。阿米巴领导人负责阿米巴组织的业务经营管理；在企业内的业务经营管理权；在企业内的竞标权和项目、经营工作任务委托权；有经批准的资源、设备场所的使用权；有相关业务工作、资产、资源的知情权、参与权。

(2) 阿米巴领导人的义务。应接受公司有关职能部门的业务指导，经营行为应在公司发展战略和经营方针的框架下进行。编制阿米巴经营会计报表；合法经营，完成公司分配的经营目标；阿米巴经营不得损害公司的整体利益。

摘自网络

摄影天地



花开正浓时

竹外桃花三两枝，春江水暖鸭先知。
蒌蒿满地芦芽短，正是河豚欲上时。

阳春三月，春意正浓。一切都像刚睡醒的样子，欣欣然睁开了眼。田野上，道路边，公园里，杏花、桃花、迎春花……争先恐后的叫嚣着，尽情舒展着腰肢，释放着积攒了一整个冬天的寂寞。柳树也抽出了小嫩芽，远远望去，那可人的新绿，一团团，一簇簇，满园的春色惹人醉。

迎着吹面不寒的春风，脱掉厚重的棉衣。仰望天空，燕子，雄鹰，蝴蝶，蜻蜓……一只，两只，三只……绚丽多姿的纸鸢装点着湛蓝的天空。

看，好一幅饱蘸着生命繁华的泼墨画卷！

图为日百市北依河园售楼处绽放正浓的桃花。

□ 本报记者 丁玲 摄影/李繁

员工文苑

奶奶

——谨以此篇怀念敬爱的奶奶

清明又至，奶奶离开我们已整十年。

奶奶和蔼、微笑。因为早年有哮喘，一般言语行动都比较缓慢。奶奶人缘好，记忆中从来没有与人高声过、红过脸，因爷爷兄弟中排行老大，在村里辈分较大，村子里好多人称奶奶为六奶奶。

奶奶心灵手巧，在那个物质匮乏的年代，奶奶总能用她灵巧的双手给孙子的童年留下一份温暖的记忆。每次奶奶蒸馒头，总会用面团捏几个小刺猬。白白的面团在她的手中就像变魔术一样，一会就出现了小刺猬的大体轮廓，然后用剪刀剪出浑身的刺来，再用果核做刺猬的眼睛，小刺猬顿时就像活了一样。小时候的我生怕这只可爱的小刺猬溜走，便急忙不迭的帮奶奶把它放进锅内的竹篾子上，满含期待的等着掀开锅盖那一刻的香飘四溢，每每总会把玩好久才不舍的一点一点吃掉。

奶奶心地善良，小时候趴在奶奶膝头，她总会讲一些道理，“人要多做好事，做好事死后上天堂，坐莲花盆；做坏事死后下地狱，让小鬼抬到油锅里炸”。年幼的我们不知道迷信传说，也不知道奶奶从哪里学的这些道理，总之我们相信她的话，人这一辈子是不能做坏事的，做坏事没有好下场。奶奶是这样讲的，她一辈子也是这样做的。奶奶晚年给自己准备好了寿衣寿鞋，那双寿鞋底下又是她用灵巧的手工制作的画上一朵一朵盛开的莲花，现在想来这也应该是奶奶对自己一生的总结与评价吧。这一辈子的积善积德，她老人家应该在天堂，应该坐莲花盆。

奶奶乐观豁达，以86岁的高龄走完一生。生在旧社会，经历过乱党、战争、三年灾害等数不清的苦难，却从没听过奶奶的抱怨，从她对她的记忆开始，她总是乐呵呵的。1992年奶奶患癌症半身不遂，2008年高寿的前几年已经卧床不起，我们总感觉老天对这位一生为善的老人不公平，奶奶却常常将“能在世上挨，不往土里埋”挂在嘴边，依然感恩老天让她活在这个世界上，还能看到含辛茹苦拉扯大的儿女，还能看到她的“心上肉”——孙子们，还能看到拄着拐杖来串门的老姐妹……

奶奶不识字，却有讲不完的故事。小时候，只要见着奶奶总央求她讲故事，奶奶不会讲什么童话故事，她会的只是一位普通的农村妇女，听到的一代代传承下来的，我们农村方言讲的“呱”。在那个信息匮乏的年代，这些满足了我们对世界的好奇，那些神话传说教我们辨别这个世界的善恶、美丑、好坏。夏天的中午躺在凉席上靠着奶奶，总是淘气的想方设法不让她睡着。在接连讲了好多故事之后，她总会禁不住哀求，“好好好，娘娘(方言奶奶)再给你讲，呱呱呱，兔子爱听还有俩”，每每想起这些总会看到奶奶那张无奈却又满是幸福笑容的脸庞。

一抔黄土，十年时间。音容笑貌，宛如昨日；岁月流淌，阻隔不了思念。奶奶还在我们身边，记忆中的身影、脸庞，那些讲过的故事，相处的日子。奶奶的故事，永远在我们心中。这是奶奶留给我们最好的礼物……

□ 商学院 通讯员 李振华