

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.ribagroup.com Email : rbqywhb@sina.com

2017年12月9日 星期六 丁酉年十月廿二 第12期(总第179期) 本期四版



咬定青山不放松 快速行动抢市场

——全员行动抢抓春节卡券营销市场



随后，商业公司执行总经理张守岩就2018年春节卡券营销竞赛活动作了动员要求。要求全员思想上要重视、意识上要统一、行动上要迅速，深刻理解董事长在卡券营销研讨会上的讲话及《卡券营销常态化指

导意见》中的思想，认真研究和解读公司卡券销售的各项政策，要认真思考、积极创新，采取有效措施促进卡券销售。继续秉承“以顾客经营为中心”的理念，认真落实好《关于推进“以顾客经营为中心”战略落地的实施方案》，满足顾客需求。同时，公司严禁一切弄虚作假、损公肥私的行为，对此将严肃处理。

随后各部门、房产公司、各门店快速行动，分别在各部位召开了动员大会，对2018年春节卡券销售誓师会议的内容进行了宣贯，并将任务细分到个人。目前，日照店、新玛特购物中心广场、超市采购部等多个门店、部门已经完成多笔大额订单，全员士气高涨、积极行动、信心满满。

卡券营销为干部员工提供了创业的平台，全员要充分发挥各自优势，变压力为动力，大张旗鼓的宣传卡券销售，以拼销售抢市场、助推企业改革发展为指导，以“时不我待只争朝夕”的干劲和“咬定青山不放松”的韧性，开拓思路，奋勇争先，全力以赴冲刺销售目标，取得春节卡券营销战役的全面胜利。□本报记者 刘馨忆

阿米巴改革推向深处

当前，阿米巴改革历经8个月的稳步深入已进入落地阶段，此次培训让广大基层管理者更充分了解，掌握阿米经营哲学及技术，帮助学员理解什么是阿米巴、实行阿米巴的目的以及阿米巴改革与基层管理者之间的关系，强化了大家经营的意识和作为“听得见炮火的人”在改革中的使命感。

讲师现场对阿米巴经营会计报表操作步骤进行了讲解及指导，将阿米巴经营会计报表所用公式进行了分享，为学员们训后转化应用做了充分的准备。培训现场，学员们热情高涨、积极分享，以团队PPT的形式展开学习，收获知识、技能的同时收到了额外的奖励。

近日，商业公司也在各门店积极组织基层管理者开展阿米巴经营知识培训，现场为学员讲解阿米巴经营理念，对员工存在的疑惑进行解答，为后续阿米巴经营的开展打下坚实的基础。

11月24日，在集团会议室召开了10月份商业公司业绩分析会，商业公司部分高层、各门店店总、经营管理部、企划中心等相关人员参加会

议。

会上，对商业公司经营的整体情况、经营数据进行了介绍及分析。各门店SBU负责人(店总)结合实际经营情况进行了陈述。随后，参会人员针对每个巴长的陈述展开讨论，重点讨论了上月的课题完成情况、本月的课题整理、TCD执行情况、下月计划值的确定等。同时，对优秀案例进行了分享，排名落后的巴长检讨了自己的举措，重点对门店商品销售冲刺、卡券销售等工作进行了调度及部署。

此次会议，让大家认识到了业绩分析会这种模式对业绩分析的重要性。同时，充实了业绩分析的内容，提高了业绩分析的能力，查找问题的能力、制定对策的能力以及对策的落实和实施能力。

下一步，商业公司将出台业绩分析会的流程及相关制度，定期召开业绩分析会。公司级别的业绩分析会召开后，各门店根据公司业绩分析会发布的课题，以及公司重点的工作方向，结合业绩分析会的流程，召开了门店级别的业绩分析会。□商学院 曹魏 本报记者 刘馨忆

精彩双十一狂欢活动促销售

本报讯 11月10日-12日，以“嗨购双11——狂欢到底，错过不再！”为主题的促销活动，在商业公司火热展开。活动体现了“日百金卡，惠购乐刷”的产品特点，推出了众多“金卡价特惠商品”。

走在卖场，随处可见的会员金卡价、第二件5折、生鲜暴品等70余支单品精选商品，切实让使用日百金卡的顾客体验到价值感和尊享感。为践行公司年会精神，让内部员工得实惠，开展了“员工卡专享”活动，日百员工刷员工卡购物可享受满额返现金券活动，同时可以享受到多倍积分。

为应对线上双十一活动冲击，2000万“双11福利券”限量发售。购买“双11福利券”最



高可以享受10%的返利。

活动一经推出便在顾客、员工之间引起轰动，部分门店开售当天便销售一空，福利券在活动第二天全部售罄。同时，线上活动也在如火如荼的开展，日百优品20万元电子代金券免费送，在微信群、日百优品公众平台上均可免费领。活动期间每人限领3张，在商业公司各门店购物满额便可使用。

异业联盟纷纷助力，飞凡通随机减、翼支付满20元立减11元、兴业银行满500元享立减50元等活动为顾客切实送上了实惠与惊喜。双十一活动的开展，提升了经济效益，扩大了双节过后的淡季市场销售份额。□本报记者 刘馨忆

集团开展喜庆十九大演讲比赛

本报讯 为庆祝十九大胜利召开，11月20日下午，集团党委、工会、团委联合组织举办的“不忘初心跟党走 立足岗位建新功”主题演讲比赛在集团会议室举行。集团党委副书记、工会主席刘新权，部分党支部书记、集团团委书记等作为评委出席此次会议。此次演讲比赛对于进一步营造节日气氛，贯彻落实十九大报告精神，为今年任务结好尾、收好关具有重要意义。

来自集团各党支部推荐的32位选手先后登台，结合自身工作经历和对党的十九大精神的切身感受，用质朴的语言、鲜活的事例、真挚的情感，热情讴歌了在日常工作、立足岗位、努力工作涌现出的优秀党员、优秀员工等先进人物，讲述了在新时代、新征程上将个人梦和中国梦相结合而激发出的劳动热情、感人故事，表达了讲忠诚、守纪律、做标杆，不忘初心、继续前行的坚定意志。

经过近4个小时的激烈角逐，共评出一等奖1名、二等奖2名、三等奖3名，优秀奖10名，现场为获奖选手颁发了证书。通过此次演讲比赛，使广大干部职工感受到了峥嵘誓言，决心不辱使命、不负众望，以实际行动向党的十九大献礼。□本报记者 刘馨忆



高层论点

打造“以顾客经营为中心”的信息化平台

传统的信息化平台包括基础模块、前台、超市管理、百货管理、购物中心管理等系统，这与商品经营为中心的思想相适应。现今社会已经进入互联网时代，只有以客户经营为中心才能赢得未来。

新的信息化平台不再是商品管理为中心，而是以客户经营为中心。利用系统和数据，围绕成本与效率、体验与服务，以数据驱动重构人、货场，打造核心竞争力，是信息化建设的根本任务。

打造全渠道会员系统，实现线上线下一体化。客户关系管理(CRM)是一种管理思想，它是以客户为中心，以信息技术为手段，重新构建业务流程，以客户的需求驱动组织的运作，更好的满足顾客的需求。全渠道会员系统可以帮助我们与客户建立紧密的联系，通过与客户的联系，分析、了解客户的个性化需求，精准识别目标顾客，引导我们进行一对一个性化服务，由单品管理向单客管理升级。通过各类标准标签和自定义标签精准的为用户画像，实现精准营销。并且根据顾客购物数据分析，调整商品分类，进行商品更新汰换、升级迭代，实现精准商品定位、顾客定位，吸引顾客、留住顾客、凝聚顾客，打造品牌影响力，提高会员贡献度。

引进全渠道营销系统包括两个概念：一是全渠道(不是渠道全，有了不用等没有)线上线下并重，相互引流相互融合，充分开发利用共享营销(分销)渠道，以合伙人理念打造全员事业共同体，打造全员创业平台，实现一份工作多份收入；二是专业化营销平台，支持各种个性化的营销策略、金卡+商品活动、会员金卡价策略，通过与用户画像有机结合，与卡券系统积分系统的有机结合，打造灵活、个性化的促销手段，满足不同层次、不同社群的顾客需求。根据董事长提出卡券营销常态化、卡券成为战略产品的运营思路，对接金卡刷卡设备，开发员工卡券销售等一系列报表，开发金卡+商品方案支持系统，同时各部门盘点金卡涉及的所有节点，打通卡券销售、使用全过程，助力卡券营销开展，助推商业模式变革。

建设自助收银、扫码收银、专柜收银与传统收银相结合的体验式前台收银系统，改善顾客体验，提高收银效率。跟上新零售前进的步伐，收银POS系统集成银行卡、金卡、各种线上线下实体券与电子券、微信、支付宝等各种支付手段，集成赠券发放，有效提高结算效率、减少赠券环节，提升顾客体验；在成熟的门店引进超市自助收银设备，提升门店时尚感，引导年轻顾客自助结算，缓解结算压力，减少排队时间；在中高档百货专厅普及安装专柜收银系统，有效降低已开单顾客流失，解决顾客来往款间，取消专柜与收银对账，最大限度为顾客提供便利、创造价值；打造超市手机扫码购物，既方便顾客、又减轻收银工作量。新零售就在身边，引导时尚、引导潮流，塑造日百新风尚。

建设可视化货架管理系统，从顾客角度科学规划货架陈列空间，便于我们及时掌握商品动态，及时调整商品陈列，优化商品配置，改善顾客体验，同时达到提高复购率，提升单位面积产出，提高员工工作效率的目的。实现超市货架排面管理，最需要改变的是管理者的思维，基础性信息采集工作，商品陈列图的规划，工作量非常大，都十分考验我们经营者的决心和意志。零售业重实践、重细节，认真抓一抓就能出效益，稍微松一松利润就迅速流失。商品陈列既是一门艺术，又是一门技术，好的陈列美轮美奂，给消费者以舒适的感觉，刺激购买欲望，同时通过科学、合理的商品组合、搭配，提高毛利空间，实现高收益。为此我们要设置专门的陈列管理岗位，培养专业的卖场布局、货架陈列人才。目前货架陈列管理还算新事物，只要我们下定决心，不达目的决不罢休，就一定能打造出我们的核心竞争优势。

信息系统的打造必须紧紧围绕以客户经营为中心的理念展开，除了上述四个方面外，还有供应链服务系统、合同辅助系统等多个方面。信息系统升级与不断迭代，是落实以客户经营为中心思想的有力保证。要建立升级迭代的机制，随需而变，不断提升，为提升企业核心竞争力提供强有力的支持。

业界有一句话：三分软件、七分实施、十分应用。业务模式、流程的设计，系统实施的不良，将导致业务运行效率降低、运行成本上升，损害企业效益。公司斥巨资引进信息系统，公司各级管理者、员工、务必高度重视、全力支持与配合，发挥信息系统的强大威力，推进阿米巴经营落地、客户经营开花、品牌经营结果。□商业财务总监 王明国

首问负责不妨从交叉学习开始

日照店 董翠英

前段时间在日照店的两次购物经历让我印象深刻。一次是选购红糖时，站在长长的货架前，品种多样、不同品牌、不同包装的红糖令我眼花缭乱。举棋不定时，过来了一名导购员，问我用途后就指着一种黑糖向我推荐，并详细介绍了该商品的功能和特性，又强调她们好几个员工都买的这种，听完后我毫不犹豫地拿了一包。临走前，我随口问了一句：“你是这个品牌的导购吗？”那名导购员笑了笑：“不是，我是卖白酒的。”

一次是在选购食盐时发现，盐的种类有很多加碘盐、低钠盐、弱碱性盐等等，价格都不一样，随之问了旁边的一位导购员。该导购员告诉我货架上共有8种盐，不同种类盐的功效各不相同，适合不同的人群，并将这几种盐的属性一一介绍。惊讶于她对盐类知识的了解，我问了一句：“你是这里的导购吗？”她笑着说：“不是，我是卖花生油的。”

随后，我找到柜组主管董翠英了解情况。自公司“以顾客经营为中心”战略实施以来，董姐利用早班会时间，让各个品牌的导购员分享各自品牌的商品知识和卖点，让大家交叉学习、了解这些品牌。结果证明，这种交叉学习非常有效，柜组员工在介绍其他品牌的商品时如数家珍。

随着二胎政策的放开，导购员人力缺失比较严重，经常出现一排货架没有一个导购的情况。虽然超市的货架具有开放性，但顾客选购某种商品时，仍然想听取一下导购员的具体介绍。这种情况下，超市内部尤其是相邻货架的导购员便发挥着重要的作用。而交叉学习让员工对柜组内品牌的商品知识有了更加深入、全面的了解，使得员工的知识面得到全面提升，工作内容更加丰富。让《客户首问负责制》的切实落实和执行有了深厚的基础，让顾客的问题得到及时的解决，避免顾客由于无人接待或接待者商品知识的匮乏而流失。同时，使得同事之间互帮互助的氛围浓厚，更加促进了同事之间的感情交融。

目前，“以顾客经营为中心”战略正在落地实施，《客户首问负责制》更是其中非常重要的一环。为了更好地满足顾客的需求，让顾客乘兴而来，满意而归，首问负责，不妨从交叉学习开始。□本报记者 刘馨忆

新亮点

便民服务是行动

“您好，推辆车吧（提个篮子吧），进去购物方便一些！”“谢谢，太贴心了……”双节期间莒县新玛特超市入口多了一名“值班人员”，主动到超市各处收集购物车、购物篮，然后在入口处递给顾客，赢得了顾客一声声的称赞，她就是门店总经理董丽丽。

双节期间，很多外地放假回来的顾客来选购礼品，对我们的购物环境和商品布局不够了解，为此董总带领后勤部门到各楼层进行走动式销售，给各部门分配月饼礼盒，然后在各个出口进行销售，为很多顾客带来了方便，仅农历八月十四一下午就销售了39提。

双休日是门店客流的高峰期，四、五楼的培训机构多，陪同孩子参加培训的家长也特别多，他们往往都站在培训学校附近的走廊等候。发现这个问题后董总又安排沟通各业主，将门店闲置的餐桌、餐椅摆放于培训机构旁边，方便家长们休息，赢得了业主和家长的赞赏。董总还安排将门店一些促销的商品、水果拼盘等，带到该区域进行销售，同时将更多的促销信息带给家长们，与家长形成互动，提升门店销售。

三楼电梯上一名年纪稍长的顾客抱着熟睡的婴儿，路过的董总看见后马上迎了上去。

“姐，宝贝睡着了，您快把他放下来让他好好睡一觉，这样抱着多累啊！”说着就将便民服务的婴儿床推到了顾客跟前。

“谢谢！谢谢！没想到新玛特还有这个啊……”顾客感动的连声道谢。原来她怀里抱着的是她的孙子，孩子的妈妈说到新玛特购物，可是等了很长时间都没回家。孩子在家饿的哇哇哭，她也没有手机，于是抱着孩子到新玛特来寻找。抱着孩子累了一路，到了新玛特却也没找到。

最终通过门店的播音台找到了这位顾客，临走时，董总还提示孩子妈妈，以后可以带着孩子一起来，宝宝车、婴儿床等我们都有，特别方便。又告诉孩子奶奶，以后来新玛特找任何一个员工都能替你解决问题！

董总常说，商品力是门店的硬件，细节服务体现的软环境，商品同质化的今天，拼的就是服务，就是细节！门店的便民服务项目从最初的十九项到现在的五十三项，每一项都是她亲自体验和检查的，体验过程中感到不舒适、提示不明显的都会现场进行培训和整改。

如何用细节打动顾客、于微小处感动顾客，董总用实际行动在告诉我们！

□ 莒县新玛特 宗晓燕

实操带来的感悟

公司刚引进阿米巴业绩分析报告系统时，感觉很陌生，刚开始接触时自己是抵触的，对于数据不敏感的我觉得一个头两个大。还记得第一次做报表时，一晚上仅一个业绩报表就做了三个小时，自己也不知道数据对不对，心里还想数据都是按照老师教的填上去的应该没问题。在第二天的分享交流时才发现，里面很多能具体核算的数据，都按照模糊的数据填写了。虽然出现了很多错误，但从中我也第一次找到了一些小的技巧。

培训结束回到岗位上，需要自己独立完成、整改阿米巴核算报表，在实操中还是会遇到很多问题。为了解决问题，我主动联系商业公司财务总监王明国、商业财务部安丰艳经理以及财务主管陈艳花。我将自己遇到的疑难点告知他们，他们都很有耐心的帮我理顺解答，直到问题全部理解为止。

在他们的帮助下我自己又重新将每一个数据来源全部记录在笔记本上，好脑子不如烂笔头，这样在今后运用上，可以再拿出来复习查阅。第二次做报表时三个表做到凌晨，就这样在几个夜晚里一次又一次的练习、研究，最后自己能熟练的将报表快速制作出来。

一个个小小的案例给我很多启发，从陌生到抵触到最后的熟悉，全部是由个人心态决定的，遇到一件事情时我们把它放在什么样的位置，最终就会导致不同的结果。

“阿米巴是怎么学习的？为什么我们都不理解？”很多同事都在问我。

“在实操中积累出来的。”我总是微笑着回答。

是啊！自己能够熟练掌握是因为自己付出了时间，付出了努力。假如一开始我把学习阿米巴一直放在抵触层面，没有从内心去接受它，相信最后不会学得这么快，也不会有这么多感悟。

相反，在日常工作工作中我们大家会不会遇到类似事件呢？在工作与学习中我们要做到知行合一，找到学习与实践之间的平衡点。通过多次有效的学习，哪怕一次掌握一点点，也将会在实践中得到大量应用！

□ 莒县新玛特 李雪雪

管理心得

强者强于心

在中秋卡券营销工作中，看似不可能达成的销售数字被我们达成了，是偶然吗？是巧合吗？我们深深知道这绝不是的。为了这个目标的达成，很多伙伴舍小家顾大家，不顾休息，下班后仍然奔走在卡券销售的路上，期间，涌现出了许多感人的事迹，困难面前不等靠，面对机会敢于去抓住，乃强者所为。

在《鲁豫大聊一日行》节目中，鲁豫深入万达集团，采访了万众期待的“重量级”嘉宾王健林。采访中，王健林表示：“很多年轻人，有自己的目标，比如想做首富是对的，奋斗的方向，但是最好先定一个小目标，比方说我先挣它一个亿”。

很多人把它当成一句玩笑话，认为这根本不可能，但事实证明，在新时代的今天，在我们身边，很多的百万、千万富翁，甚至亿万富翁正在涌现出来。他们的成功背后也是80/20法则的体现，超强的心智、超强的意志力、超强的战斗力、超强的行动力，遇到困难不退缩，遇到问题想对策，付出了常人难以付出的努力，强者所为，亦是心理的强大，才能铸就事业的辉煌、人生的不同。

未来怎么样，谁都说不准。我觉得对梦想的最大遗憾，不是受挫和失败。而是多年之后回想当年的那一声长叹，还有那句，我本可以。

想要变得更强，就必须学会强者的必备技能，那就是让不适宜变得舒适。市场竞争发展的今天，我们的企业带领我们不忘初心、披荆斩棘、突破固有的思维。阿米巴的导入、金卡+产品的不断涌现，经营观改变的同时，我们努力付出，收获满满，获得了浏览器祖国大美河山的机会。从云南到港澳到祖国的宝岛台湾，有很多的小伙伴第一次坐上了飞机、轮船，还有的伙伴走出了国门，他们有机会到日本、澳洲看一看，体验不同国度的风土人情，工作+生活，他们乐此不疲。“快乐工作，快乐生活”在我们百利共赢尽显。

强者强于心，悲观消极等不来我们想要的结果，市场即使再低迷，环境即使再恶劣，只要我们一起努力着、实践着、奉献着，追随企业，释放我们的青春和才智，百年百梦，我们携手走过！

□ 莒县新玛特 徐从菊

让“区域首家”抢占市场先机



企业在激烈的市场竞争中立于不败之地，只有不断提高自主创新能力。找米下锅，抢占市场。

今年，岚山新玛特以“12月之前在门店实现零空仓”为目标，加大招商力度，耗时七个月，经过积极主动的走出去与供应商洽谈、寻找资源。

当下，岚山新玛特成功引进的儿童乐园，以其互动式、体验式、英伦式风格成为岚山区域首家，吸引了不少顾客前来体验。周末时，儿童乐园客流量超过3000人次，据工作人员反映，现场情况比过年还热闹。

通过自主招商引资的还有自助西餐厅，经过紧张的装修期，11月29日正式开始营业。自开业以来，每天都有顾客慕名而来，排队就餐。不少人

吃过西餐，吃过自助餐，自助西餐却鲜有耳闻，岚山新玛特引进的自助西餐厅也将成为岚山区域首家，成为新玛特的一大特色。

为了更好的完成招商工作，岚山新玛特先在门店进行宣传，各部门经理也积极参与进来，主动配合。后期结合阿米巴调查问卷，边做调研边招商。期间，门店附近修路，门店安排人员对道路施工路段的店铺进行扫街式的走访洽谈，也是招商成功的关键之一。

做第一个吃螃蟹的人，既要招商，又要创新招商。以“首家”开头的项目，在功能和形式上寻求同业差异、异品种互补，一定程度上吸引了顾客眼球，抢夺市场先机。□ 本报记者 杨洋

服务规范导视提升服务质量

“服务不仅发生在与顾客面对面的时候，在我们经营的每一个环节、每一个细节中，服务都有所体现，而这个不易察觉的细节往往决定了顾客对我们的评价，甚至决定了我们的存亡。”

近日，在莒县新玛特的文化墙及员工通道墙上，多了一份《新玛特购物中心莒县店基础服务规范导视》，这就是来自上面的一句话。

这份《基础服务规范导视》分为《良好的仪容仪表标准》、《礼仪迎宾规范》、《广播及音乐播放标准》、《柜台纪律“十不准”》、《没有顾客的时候做什么》等模块，用文字和图片相结合的方式，向我

们的员工展示了正确的着装、站姿、坐姿、服务礼仪等，同时也将错误的示范进行了标注。

“我们将服务规范导视设置在了员工通道及文化墙等部位，目的就是让员工随时看到，提醒自己规范自身礼仪。在日常工作中，只是口头强调不准倚靠这类问题，对于部分员工特别是新来的员工来说，或许弄不明白什么是‘倚靠’，现在用图片的

方式将错误的动作及标准的示范都告诉大家，更加清晰易懂、可读性更强，在员工间更容易形成良好的行为规范。”莒县新玛特办公室主任助理宗晓燕告诉记者。



将公司的规章制度、服务礼仪制作成宣传栏进行张贴，更利于员工反复记忆，图文并茂的形式，加深员工印象，形成互相监督、对照自省的氛围，不仅丰富了文化墙的内容，而且以更直观的方式将错误的动作及标准的示范都告诉大家，更加清晰易懂、可读性更强，在员工间更容易形成良好的行为规范。

文化墙及员工通道等员工经常走动的部位要充分的利用起来，门店要加强对公司制度、要求等的宣传，及时更换宣传栏的内容。同时要更新宣传方式，提升员工关注度，让文化墙成为展现公司风采、员工学习的窗口。

□ 本报记者 刘馨忆

人人都是日百商品代言人

“休闲干练的条纹设计，精致小立领，款式简洁百搭。”每当品牌有新品到货，五莲新玛特服饰部女装组员工的朋友圈里就经常会出现这样的推荐内容。

员工根据专柜所到的新品，结合自身业务知识，将商品进行搭配、试穿并将搭配方法用美图软件编辑到图片上，配上生动的文字将图片通过朋友圈、公众平台等形式推送给会员顾客进行宣传。这一做法得到了顾客的好评，很多有意向购买的顾客便会在朋友圈下方留言咨询。

有淘宝购物经验的朋友会有这样的感悟，相比卖家秀而言更喜欢看网友购买后的买家秀评论，因为这样的图片更加真实、可信。而五莲新玛特女装组的员工把自己作为模特，对门店服装进行宣传，同样能达到这样的效果。图片的形式一目了然，既让顾客看到了门店的新品，更能根据穿着效果选择适合自身的服装。

当下，每个人的微信朋友圈都会有这样一个群体——“微商”。他们利用微信作为信息的传播途径，微信好友作为顾客群体，可以让信息得到迅速的传播，达到销售的目的。相比质量、售后等得不到保障的微商而言，我们实体店铺有更多的优势。五莲新玛特员工将新品试穿进行网上宣传的方式，就是利用了微商的宣传销售方法，而我们将信息推送给会员顾客、消费群体指向性更加明确。同时，针对有意向购买的顾客我们不仅可以提供邮寄的服务，更加欢迎顾客到店试穿，而且售后更加有保障。

而员工当模特试穿品牌服装，能加深员工对商品的了解。这件衣服有哪些优点，适合哪些人群，能起到什么样的穿搭效果，对此员工更能做到心中

有数，给顾客推荐时会更加具有针对性。员工对商品进行穿搭的同时，能更好的了解服饰FAB的特点，本身也有利于自身业务技能的提升。同时，这对员工个人审美观、个人形象、衣着品味等多个方面的提升也具有促进作用。

利用多种途径进行商品宣传，让更多的顾客了解到我们的商品，促进顾客走进门店感受我们的服务，全体员工参与进来，人人都成为日百商品的代言人。

□ 本报记者 刘馨忆



创先争优 争做销售先锋

关键业绩指标排名榜

(2017年11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
	新玛特购物中心岚山店 2
	万德福岚山店 -2
	万德福莒县店 -1
采购部	百货招商部男士内衣类 1
	超市采购部季节性服饰课 2
	百货招商部男鞋箱包类 -2
	超市采购部休闲百货课 -1

商业公司年度毛利完成比例排名

部门	名 次
营销部	新玛特购物中心岚山店 1
	新玛特购物中心 2
	万德福岚山店 -2
	万德福莒县店 -1
采购部	百货招商部男士内衣类 1
	超市采购部粮油课 2
	超市采购部鞋课 -2
	超市采购部文体课 -1

注：以上数据由战略预算部提供，负数为倒数。

日面来风

未来的门店可能以愉悦体验为主

2017年堪称是新零售的元年，线上线下融合更为紧密，零售的新风口、新技术、新物种、新玩法不断涌现，资本玩家不断涌入，零售行业呈现出多年未见的活跃气氛。

一方面，阿里、京东等电商平台开始大规模向线下渗透，线下扩张常态化，线上线下融合开始从资本性融合向业务性融合迈入。另一方面，实体商业的价值更加凸显，优质的线下零售品牌将迎来估值井喷，回归价值之源。

一千个人心中有一千个哈姆雷特，当然，对于即将过去的2017年，每个零售人心中也有不同的感受和认知。

12月5日，在联商网新零售顾问团组织的关于《100种零售2017》的线上沙龙上，朗然资本联合创始人潘育新谈到了他对于即将过去的2017年零售的看法，以及马上到来的2018年的趋势预测。

看起来信息对称的电商的搜索阻力越来越大，消费者真的能买到好的产品吗？好的新零售业态都是和时间有关的。要不帮助消费者节省时间，从大卖场进步到便利店再进步到无人店；要不通过现场良好的场景体验让消费者愿意花更多的时间在线下门店待着。

所以才有这么多跨界的模式出现，而不是过去简单的购物。去言几又不是为了买书，是为了看书喝咖啡；去盒马是为了体验高性价比的海鲜……

未来的门店可能是以精神上的愉悦体验为主，物质上的购物快乐为辅。

在潘育新看来，2018年主要有5大趋势：

1、阿里对线下零售巨头的入股和收购将继续，特别是上市类的公司，谁会是阿里的下一个猎物？

2、资本推动行业内的并购，做大头部企业，形成行业中的“摩拜”与“ofo”；大部分点位落后的无人货架企业无法再获得融资，纷纷倒闭；大玩家继续进入，从物流、电商、实体零售，甚至分众类的广告公司都可能进入这个市场；无人货架模式会进入到办公室以外的其他场景；头部企业间的供应链竞争开始启动，加速与大店巨头企业的合作。

3、基于用户手机的自助收银模式将越来越多被使用，基于会员制的自助收银设备也会增长；消费者开始接受无人收银模式，并逐步形成习惯；收银员可能成为零售行业最先受到技术影响的工作岗位；相关的防损技术、防损岗位和防损流程将再造。

4、中国二三线城市的民营便利连锁店，将成为各类资本竞标的热点，国资便利店企业混改可能会有突破。

5、生鲜超市成为大卖场转型，线上生鲜电商与外卖类企业落地线下的小风口，资本持续关注并进入。□ 摘自网络

哲理故事

卡耐基“让名”

美国在修筑宾夕法尼亚铁路时，钢铁大王卡耐基为获取钢轨供应商资格，在商务谈判之余，向宾夕法尼亚铁路公司董事长汤姆生表示，自己愿意将新建的钢铁企业以汤姆生的名字命名。这个意向使汤姆生十分高兴，他宣布：如果是这样，在同等条件下，宾夕法尼亚铁路将优先使用卡耐基的企业生产的钢轨。就这样，卡耐基终于在如林的竞争对手中一举成为宾夕法尼亚铁路钢轨的独家供应商。

【哲理故事及感悟】：既然老板的最终目的是获利，那为什么不能将名让给合作者和员工呢？将头上众多的光环戴在那些举足轻重的人或有突出贡献的员工头上，并不需要支付金钱，却可为企业创造无尽的财富。

《日百文化》投稿
(2017年11月)

新马特广场 20

加强班组建设

从服务做起 各显神通创销售

——记岚山新玛特生鲜部生鲜组



“销售能手张宗霞，服务明星董西花，防损达人费洪娟，拼盘巧手徐凤英……我们柜组内的员工各有所长，都是小能手咧！”岚山新玛特生鲜部生鲜组主管王一涵一边洗着切好的土豆丝，一边介绍着组内员工。

2016年，生鲜组被评为先进柜组，今年，柜组内销售额一直稳步持续增长，这样的业绩离不开组内每一位员工的配合与支持。

“除了主管王一涵，生鲜组的员工平均年龄在40以上，别看她们年龄偏大，新鲜事物却接受得很快。”生鲜部经理李娜说。在卡券销售中，每个员工思想认识极高，大家都积极努力达成目标。

用心做服务

“因为顾客是来自周边单位的上班族，还有一些年轻的顾客，他们嫌切土豆丝麻烦，我们柜组就把土豆丝切好，这样顾客买回家简单清洗一下就好了，节省了一部分时间。这就是便民服务。”

有一对年龄较大的老夫妻，子女都在外地，行动也极其不方便。虽然住的地方离门店比较远，但他们每次来都打车过来，可能是习惯了熟悉的面孔和暖心的服务，宁愿多走两步路，也愿意到门店来购物。得知此事，老夫妻每次来购物，柜组内员工都会主动帮老人把购买的商品送到家里。

在与王一涵的交谈中，一位顾客到水果区买苹果。“这苹果可甜了，买回去放在阴凉处……最近怎么没见您过来……”王一涵一边与这位顾客热情的攀谈，一边帮着顾客挑选商品，像是老朋友间的对话。

呼唤工匠精神



美食专家——高华亮

这个职业有了重新的定义。

下午三点的时候，食客们吃饱喝足了，海港城接待部的厨房里才算忙完一阵。高华亮也要下班休息了，中间只有一个半小时的休息时间，在这短短的一个小时里，我对高华亮有了新的认识。

“我本不是一个能说会道的人，只适合埋头苦干。”这个四十岁的中年男人，是鲁菜的行家，谈话间，嘴角始终挂着和善的微笑，甚至还有点羞涩。

“作为职业厨师，靠的是精湛的厨艺，首先要具备扎实的基本功，厨师是一名技术人员，需要掌握好刀

戏、跳抓钱舞，积极的调和柜组内的氛围，年龄不是差距，她们不能输在心态上。部门经理也一直称赞柜组内团结友爱。

水果区每天早上都要进行上货、陈列。进店之后，柜组其他员工不约而同地都会到水果区进行帮忙。在销售中，蔬菜专柜组的导购员人手不够用，其他的导购员会主动过来帮忙，积极协助销售。

导购董西花刚刚来到柜组一个多月的时间，热情的服务没得说，但是业务方面还有些欠缺。这时大家就会形成一个帮带系统，其他老员工会去告诉她如何提高销售，有时候顾客提出一个问题，董西花不能准确的回答出来，其他的员工就过来帮助她，教她如何解答，让她真正的理解，让她用自己的方式去跟顾客交流。一段时间的帮带后，董西花已经在水果区独当一面，还有了“服务明星”的称号。

费洪娟是柜组的“黑猫警长”，九月份、十月份先后在柜组内抓获两起偷盗事件；张宗霞在金卡销售中，积极应战，销售一度成为部门第一；拼盘巧手徐凤英在商品陈列中表现突出，果盘的拼装也拉动了柜组销售……

5个专柜，4名导购员，3名制作员，岚山新玛特生鲜部鲜组的员工们每天都在做着一些平凡的小事情，如她们自己所理解的那样，大家是一个是要西去取经的团队，在销售的道路上，克服重重困难，在各自的岗位发挥所长，最终取得“真经”，磨练得愈来愈优秀。

□本报记者 杨洋

工、配菜、火候、原料等多项专业技能，才能烹制出色、香、味、形俱佳的菜肴。”

走进厨房，高华亮展示了快速切土豆丝的技能，一个拳头大的土豆，几十秒的时间，切得如发丝般细。高华亮说，这些都是基本刀工，干这一行时间长了，熟能生巧。

有一次，一位专门来点了狮子头这道菜的食客反馈口感一般，高华亮急了。他反复与厨师们交流学习，后期无数次的钻研与改良。将肉先用力摔打半个小时，使肉质更加筋道，最后再加上熬好的高汤，才赢得了食客的称赞。“复杂的事情简单做，简单的事情重复做，重复的事情坚持做。我们用心做了，也是与食客们的一种交流。”

作为一名现代厨师，在不断提高自己的专业知识的同时，高华亮利用业余时间学习文化知识，从原材料、营养学、烹饪化学、烹饪美学上扩充自己的知识面。让食客不仅仅有味觉上的体验、视觉上的冲击，还要有心灵的抚慰、身心的健康。做一名厨师，还要做一名营养师，让食客们吃出营养，吃出健康，吃出艺术，吃出感情。

在公司的十一年里，通过从食客那里得到反馈、自己的研制开发、同行的交流学习，高华亮有了自己的一本菜谱。三百多道菜，沉甸甸的菜谱是这十几年的心血。这期间，他开发出全羊、狗肉等多种吃法，家常菜、绿色菜也得到广大食客的好评。他把食客的满意度定为从厨的理念，食客的需求定为自我的价值，这成为他永无止境的追求。

“高师傅这个人顶好顶好的，我跟他共事五六年，菜品硬得很。”厨房里的面点师王大娘大声夸赞着高华亮。接近下午四点的时间，厨房里又要开始忙碌起来。

我们只知道厨师做的菜色俱全，却不知道厨师的酸甜苦辣。每逢节日，也是高华亮最忙时候，想起家人们，心里难免会心酸；当自己烹制出的菜肴得到食客的认可与赞赏时，心里又甜甜的；春夏秋冬，油烟相伴，日出而作，披星而归，酷暑高温，持续作业，还真有点苦……

在平凡的岗位，做的是平凡的职业，尝遍了职业生涯中的酸甜苦辣，高华亮的脑海里，始终有一个坚定无比的信念：做一个有好厨艺、好厨德、好厨绩的三好厨师。

□本报记者 杨洋

党建园地

常怀敬畏 感恩前行

常怀敬畏，就是敬畏职业，感恩前行，就是让每一分薪水都各得其位。不知你是否还记得，第一次领到薪水是一种什么样的心情。是付出得到回报的欣喜，或者是独立工作证明自己的欣慰，对于我而言只有两个字——忐忑。忐忑到忘了那是一个冷的有点漫长的五月，忘了那一个月阴雨冷风几乎陪伴我上下班，每天在恒温冷冻区站着、走着、忙着，不敢有丝毫的松懈。因为是公司的管理培训生，很多人在关注着自己，而自己对自己也有着很苛刻的要求。领到薪水时，我不停地问自己：我合格了吗？我胜任了吗？公司会觉得值得吗？

后来我渐渐明白，敬畏职业，不是在于你有多少就业的机会，也不在于你拿到多高的薪水，而在于敬畏职业本身。职业不是你上班了就理所应当的享受薪水，而是在规定的时间完成相应的工作结果并产生相应的价值才叫职业。因为敬畏和感恩，更要让自己领到的每一分薪水都价值所在！

常怀敬畏，就是敬畏专业，感恩前行，就是不让一张单页浪费。每个企业都有自己的名片，而日百有一张特殊的名片——招聘专员。所以，不管是在招聘会现场还是在面试过程中，亦或是穿着工装在上下班的路上，都不敢有一丝一毫的怠慢。

因为敬畏专业，我们从来不敢让带有日百logo的招聘单页在自己的视线范围内被浪费。我们会把单页用双手郑重地递给应聘者；因为敬畏专业，我们会妥善保管好每一张单页，不让它碎了、皱了、弄脏了；我们会捡起每一张被应聘者丢弃的单页重新整理放好，不允许被别人哪怕是无意地踩在脚下！

常怀敬畏，就是敬畏企业，感恩前行，就是不让一个学员掉队！“上接绩效，下接绩效，让培训创造更大的企业价值”。我们是这样想的，也是这样说的，更是一直努力这样做的。敬畏企业，就是敬人敬业。企业的“企”字，上面是一个“人”，下面一个“止”，没有人才企业就会止步。而人才战略落地是从每一位培养对象的每一步成长开始。

(本文为“不忘初心跟党走 立足岗位建新功”主题演讲比赛一等奖稿件节选)

□商学院 邹平

唱响日百最强音

来到日百，对我影响最大的就是女装部的刘丽华经理，我记得有一次我在采访她的时侯，她告诉我，十几岁的时候，她就进入日百工作，这里有她太多太多的回忆。我印象最深的就是她跟我提到的一个日百情怀。我想问一下在座的年轻人，你们知道什么是日百情怀吗？或者说，你们懂得什么才是真正日百情怀吗？可能现在的我们很难想象到……因为我们觉得外面的机会那么多，为什么还要在这个地方，付出自己一辈子的青春呢！

记得我刚来到日百集团的时候，我对这个地方很陌生，也充满着迷茫，我不知道自己能否适应这份工作。但当我进入卖场的那一刻，我真的被我们员工的热情打动了。每一位员工始终以一颗积极、热情、主动、周到的心去服务每一位顾客。因为，为顾客服务是我们的荣幸和荣誉。最大化的满足顾客需求是我们永远不变的宗旨与追求。现在的我已经深深地融入了这个集体，同时也被我们日百人崇高的敬业精神所感动。大家都在自己平凡的岗位上默默地奉献着，同时也收获着属于自己的幸福和快乐。

其实，我想说的是，每一个岗位的存在，都是这个时代的需求。而我们日百集团所处服务行业，注定了我们日百人不仅要时刻将顾客放在心中，更要无时无刻服务在时间的最前线。

(本文为“不忘初心跟党走 立足岗位建新功”主题演讲比赛二等奖稿件节选)

□新玛特购物广场 胡梦文

为心中的目标坚持

“不忘初心勇改革，立足岗位创佳绩”，视企业为家，爱岗敬业，甘于奉献。我们房产公司在总经理的领导下，带着这份“企业兴我兴，企业亡我亡”的初心，大胆进行改革。2016年10月，首先对我们营销部进行了全面改革，变更用人机制及考核措施，外聘专业老师给予指导，并成立了营销公司，这一系列措施的推行，在全国房产行业低迷的情况下，硬生生地闯出了一条兴旺之路。今年的8月份，我们就完成了年度销售计划和利润指标。

房产公司各部门为了心中的那个目标，面对各种困难艰苦奋斗、迎难而上。工程部为了项目资料的完整，为了能更好的适应政府部门的作息时间，为了一份资料的一气呵成，时常奔波于日照、五莲、施工等地。随处都是办公地点，午饭很多时候都是在车上解决。营销部为了适应项目周边社区人们生活劳作的规律，打破常规作息时间，早上要赶在工厂工人上班前的时间进工厂拓客宣传，盛夏的晚上借助人们街头纳凉时机进行项目宣传，我们还联合商业公司录制了企业文化宣传片，拉网式的送文化下乡进村活动让我们的项目，我们的企业家喻户晓！

办公室、财务部以及物业部为我们心中的那个目标，甘愿奉献，甘当绿叶，正是有了一个个怀揣目标不忘初心的日百房产人，才形成了这样一个强有力的团队，才取得了我们现在的成绩。有句话说得好，没有完美的个人，只有完美的团队！我们房产团队定会迎着十九大的东风，不忘初心继续改革，为我们集团公司做出更大的贡献！

(本文为“不忘初心跟党走 立足岗位建新功”主题演讲比赛优秀奖稿件节选)

□房产公司 张雪梅



随手拍

(日百集团摄影比赛作品展)

