



未来向我们走来

——集团2018年阿米巴业绩签约暨激励动员誓师大会召开



领导班子成员共同开启阿米巴新时代

发，激情四射，会议渐渐进入高潮。

会上，新总做出重要讲话，就阿米巴改革战略意义、改革的内涵、如何真正的落地并见效三大层面与参会人员做了深入交流。新总指出，在严峻的市场形势下，我们原有的经营、管理模式，已不能满足市场的需求，我们要寻求更大突破和发展，就必须进行全面变革。阿米巴模式是一把金钥匙，实现了人人参与经营、创业。同时，变革考验的是各级巴长的经营能力和管理水平，各级领导干部要身先士卒，率先垂范，争当变革的排头兵，只有每一级巴长、成员手里的火把都燃起熊熊烈火，公司发展才能如燎原之势，腾飞而起。我们全体干部员工要坚定不移地落实和深化变革，才能使变革事业不断前进。

2017年，是公司阿米巴经营改革启动之年，蓄势筹备之年。自去年4月19日阿米巴改革启动以来，激发了公司的潜力与能动性，公司组织干部员工连续开展了十期多种方式的培训和研讨。以阿米巴为指导思想，公司全面学习阿米巴核心理念知识，导入经营会计核算系统，梳理各门店经营策略，制定了2018年度经营计划，进行事业部组织的创新，出台增量考核激励、量化分权等体制保障。秉承阿米巴的理念，向内求生、内生动力，深入开展了公司金卡商业模式和创新开启了合伙人商业模式等工作。

阿米巴经营改革项目工作稳步推进，不断取得质的突破，各级经营者经营意识、经营能力得以增强，并深化诠释了新总提出的“经营和管理一起抓，重点抓经营，用经营倒逼管理”的思想，公司经营氛围悄然发生变化，在阿米巴改革准备工作中，干部员工斗志昂扬，激情四射，营造了良好的团队氛围。

2018年，是公司阿米巴经营改革落地之年，见效之年。此次大会正式拉开了2018年阿米巴经营之战的帷幕，充分展示了我们日百人干事创业的豪情壮志，展示了日百人的雄心和活力，展示了我们日百团队强悍的战斗力，凝聚起全面深入改革的强大力量，用我们最坚定的信心和勇气、钢铁般的意志力、强悍的战斗力，勿忘阿米巴的“利他”初心，砥砺前行，共同创造属于我们的美好明天。

□ 本报记者 杨洋



商业公司各级巴长业绩签约



新玛特购物广场战队宣誓

全面发力春节季 喜迎首月开门红

本报讯 1月18日，红色的吊牌、红色的包装、红色的海报……商业公司“红动全城”开年大促活动火热开幕。掀起了春节旺季市场的第一波热潮。

前期，线上销售打得火热，日百优品线上秒杀为开年大促预热，衡水酒品等部分惊喜商品低至9.9元起。日百红纸更是超低价巨献，出现20秒售罄100套的疯抢现象。点开朋友圈，微信朋友圈“红装”上阵，员工们纷纷在朋友圈里转发公司的红色宣传海报、宣传语，一时间，我们的朋友圈也红了起来。

活动精心打造了VIP流量商品群，以衡水老白干和日百红纸为主导商品，与新年六大件茶叶、滨崎饼干、米老头大礼包、安慕希酸奶、娃哈哈八宝粥、智力芝麻糊形成了商品群，以劲爆商品带动促销商品，推出春节带回家的礼物模式。期间，促销信息宣传遍地开花，大众网等主流媒体进行了宣传报道，阅读量急速增长；利用休息时间，员工进行扫街式宣传，宣传车开进城乡大街



小卷，DM单页飞入寻常百姓家；店内吊牌装饰早挂起来了，现场布置鲜亮红火。寒冬腊月，浓情品鉴腊八粥，1月24日腊八节

当天，部分门店超市现场熬制腊八粥供顾客免费品尝，一大早就热乎乎腊八粥就出锅了，阵阵香味引来顾客驻足品尝。

开年大促提前活跃了春节市场，紧接着，各门店春节店堂装饰红妆亮相，焕然一新，年货大街商品琳琅满目，红彤彤的中国结、福字等节日礼品洋溢着春节的喜悦。新玛特购物广场外扩收台，用节日商品量贩陈列装点年货大街。

企划部门后勤忙策划、设计，前线工作人员现场布置、宣贯；导购员、收银员紧张忙碌着，积极迎接旺季市场的到来，物流中心、理货区的伙伴们忙着搬货卸货；职能部门员工一线帮忙，在每个岗位上发光发热。

欢欢喜喜过春节，红红火火旺销售，商业公司1月份销售额超额完成预定目标，迎来了2018年首月开门红，活跃起了春节氛围，开辟了春节市场的销售之路，为首季开门红打下坚实基础。

□ 本报记者 杨洋

爱心日百 公益上路



购代金券。

活动中，集团还为日照“的哥的姐”在出租车上提供了一份“日百红”品牌生活用纸系列产品，为“的哥的姐”和广大市民在寒冷冬天的出行送上一份温暖和爱心，让日百的爱和善举布在日照市的每一个角落。

“活动搞得非常好，日百集团非常关爱‘的哥的姐’和广大市民，希望这种活动能够继续做下去，我们也能把这种正能量传递下去。”出租车师傅李先生说。此次活动以延续日百爱心为契机，为辛勤工作的“的哥的姐”和广大奋斗中的市民增添一点节日的气氛。

在此新春佳节到来之际，集团还精心准备了1000份爱心礼包，其中“日百红”生活用纸系列产品将会出现在每一辆出租车上。

□ 本报记者 杨洋



图为莒县新玛特商场慰问优秀员工家属

集团春节走访慰问活动展开

本报讯 殷殷问候送温暖，关怀备至驱冬寒。在新春佳节来临之际，集团及各公司分别组织开展走访慰问活动，到离退休老干部、终身员工、优秀员工、困难职工等家庭走访慰问，为他们送去了节日的关怀和慰问礼品。

2月3日，在走访的退休老干部家中，集团工会主席、行政总监刘新权与老干部亲切交流，了解他们的生活情况，认真倾听他们的心声，嘱咐他们要保重身体，并表达了新春的祝福。离退休老干部十分关心公司的发展，交谈中，表达了对此次走访慰问的感谢之情。各公司各部门慰问活动中，走访人员为困难职工、长期驻外家庭等送去慰问品和新春的祝福。

节前慰问加强了公司内关爱帮扶，让广大干部和员工切身感受到集团的关心与关怀，体会到了家的温暖。

□ 本报记者 杨洋

高层论剑

新起点 新气象 新作为

2017年，集团在党委、董事会的坚强领导下，坚持谋划全局，观察大势，带领全体干部员工扎实务实，成功夺取了公司的发展大局。在企业阿米巴等系列改革的实践中，我们形成了以改革发展为主要内容的新时代企业理念。自2017年4月份以来，以阿米巴改革为抓手，全面导入改革发展新的理念。截至1月份，共举办阿米巴项目培训十期，共有760余人次参加，花费数百小时授课和各层级讨论。改革发展的新理念如春风化雨，滋润心田；如冲锋号角，焕发出了全员撸起袖子加油干的激情。“划小经营单位，会计核算原则，人才建设”等系列阿米巴改革的理念，为广大干部员工所认知，并同步进行了卓有成效的操练。“变动费用、边界利益、贡献利益”新的阿米巴经营会计报表，从内容到形式有了全新的改变。SBU战略业务单元、SDU战略发展单元，以及各“小巴”“中巴”到“大巴”等业务单元，构筑起集团军的全新编队，全员摩拳擦掌、蓄势待发。

2018年1月15日晚，集团及商业班子成员匆匆汇集海港港开会，这是今年以来班子成员第N次班后开会的场景之一。集团总裁主持会议并简要地布置了该晚的会议议程。后来的领导成员评价说这是日百集团的经济工作会。会议确定了许多事项，其中，就2018年的全面预算编制工作，总裁作了重点布置和安排，因为预算管理是集团的高管人员深谙预算管理对企业经营发展的重要影响。从当今企业界看，重视并娴熟运用预算管理的企业不胜枚举，如阿里巴巴支付宝公司的全面预算管理，把全面预算编制、执行控制、分析、改进和提高的闭环管理模式，整合支付预算过程，构建全面预算体系，通过业务梳理使财务计划工作体系、规范、精细，构建符合阿里巴巴信息化架构规划的预算系统，实现预算系统与ERP、ABC等信息系统的源数据共享和系统管理，以及提供各项灵活的功能，搭建各类信息报表等，提升报表质量、效益；华为的全面预算建设与管理升级的经验《华为基本法》是华为为了适应经营环境，解决高速成长中所面临的问题，作出的一个基于未来发展的经营假设体系，顶层设计确立全面预算的地位，《华为基本法》完成了任正非对企业未来发展的系统思考，同时使高层管理团队达成了共识，形成了统一认识。借鉴以上企业的成功经验，会后各级预算主体开始推进了预算编制工作，商业公司开始了从“管控型”到“增量型”的大胆尝试。

公司给予最大限度的奖励和放权政策，房产公司在2017年前3季度成功营销，业绩非凡的基础上，对2018年的预算编制全面铺开，以项目开发为依归，对房产营销的业务全过程进行梳理，把全面预算中所有的预算主体、项目重新核定，挑战性的制定了2018年预算指标，对影响房产业务开展的现金流量进行了精准测算，全程贯彻积极的预算政策，支持各项产出较好的费用投入。房产公司全面预算像一张数据网络，把企业发展中业务活动的全过程进行了全覆盖，对经营中的各项收入、开发成本、费用支出、财务成本、税赋、各项预投入等贯彻在一条发展的主线上。集团其它业务单元的预算编制也相继进行。这是日百从2006年124号文件正式出台以来，日百预算管理制度的力度最大的一次变革。

我们关注到，今年以来中国消费的增长已经超过了投资，中国正进入一个消费升级主导的经济发展阶段。“当前社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”，未来买的是健康和快乐，追求健康生活和美好生活。预计在2019年甚至2018年下半年，中国经济可能会突破“L”型一横向上，这意味着，经济的空档必须在明年下半年翻多。新时期世界经济核心内涵是世界经济的复苏，中国在有力的推动着新一轮改革开放。当今世界上，最好的投资机会仍然在中国，因为中国拥有世界上最大的而且成长最快的市场。2018年乃至以后，中国的制造业投资很有可能是一个很大的亮点，房地产业投资依然强劲，在日照这个人口持续流入型的城市，房地产业的发展依然被看好。届时，我们将会看到，新一轮产能投资的启动，以及对经济增长的拉动。新一轮经济增长启动后，对消费的促进将是空前的，随着第三产业的比重在国民经济增长中的持续加强，服务业、房地产业将面临巨大的发展空间。2018年集团公司将乘势而上，借改革之力跨入新的发展阶段。

未来企业的竞争更多的将是改革的竞争，谁能在盈利模式、人才发展机制、奖励科技创新等方面迈出坚实的一步，谁将在下一轮经济发展浪潮中抢占先机。2017年公司新一轮的改革已经启动，当新的企业发展大潮扑面而来时，我们应当拥抱改革，积极投身到改革的洪流当中。当前中国特色社会主义进入了新时代，中国经济正站在新的周期的起点上，日百集团也迎来了新的发展机遇。新的起点、新的希望、新的气象、新的作为，我们坚信，2018年是改革的推进年、是企业发展的关键年、是每一位员工的心中。集团领导班子进一步展现了推动企业发展与改革的决心，企业发展将会为那些有才华、有梦想的日百人提供实现梦想的大舞台，海阔凭鱼跃，天高任鸟飞！

□ 集团副总裁 路宜忠

将改革进行到底

本报评论员

前有“中国梦”，后有“日百梦”，日百梦是公司实现百年基业长青之梦，是日百人走向创收致富、走向美好生活的伟大决心。

在日百梦的实践中，改革成为公司发展的关键词之一。“改革是当前企业发展的头等大事。”集团董事长在2018年新年致辞中说道。日百将进入阿米巴时代，进入全新的经营模式变革时期。过去一年，公司围绕“抓改革、促经营、谋发展”的工作重心，在零售、房产、旅游等多方位发力。

在时代和市场发展瞬息万变的今天，行业新业态层出不穷，商业的模式推陈出新，在严峻的形势下，我们原有的经营方式、管理模式、激励机制已不能满足公司成长的需求，想要寻求更大的突破和发展就必须进行全面变革。新的一年，我们要将改革进行到底。

改革面前，我们每个人都是改革的主体，不管是阿米巴经营模式的推广还是卡券营销常态化，由上到下、由内而外，涉及每个部门、每个员工，在思想、行动上我们要高度认可和赞同。期间，召唤出了铺下身子、撸起袖子的实干家，前线涌现出感人的优秀基层，总结出了一系列管理心得。

深化体制改革，健全创新机制，2017年公司对具体经营业务进行深度改革；持续开展卡券营销活动，卡券营销常态化实现了众多创新和突破，各门店、各部门创新发展再突破，取得了阶段性收获，迈出了可喜的一步。继往开来，今年年初，“日百红”合伙经营模式成为今年的开门红，开启了人人参与经营、人人都是经营者的新时代……

不驰于空想，不骛于虚声，我们脚踏实地，真抓实干，在集团成立35周年之际，实现公司整体的突破和飞跃。正如新总在新年致辞中讲到，希望有更多美好的事情发生在大家身边。这值得我们共同期待。

行百里者半九十，新征程让人期待，新愿景催人奋进，新的一年，我们将以永不懈怠的精神状态和一往无前的奋斗姿态，勿忘初心，逢山开路，遇水架桥，将改革进行到底。



集团狠抓节前安全工作

随着春节临近，零售旺季市场悄然拉开序幕，春节期间历来是安全经营的关键时期。为切实加强安全经营工作，深入推进“以顾客经营为中心”的思想落地见效，2017年12月21日，公司下发《关于切实加强元旦春节期间安全工作的通知》。

1月24日，2018年度集团安全工作会议召开，集团安委会成员、集团及商业公司部分高层、部分职能部门经理参加会议，门店总经理、主持工作的中层以上管理者以视频分会场形式同步观看会议，集团行政总监、安委会主任刘新权主持会议。

会议总结了2017年度集团安全工作，日照店安全部经理张传林、后勤服务部经理朱光生结合2017年安全经营工作，针对消防安全、防损安全、社会治安、电器设备安全、商品安全等方面进行了阐述，指出了各门店在经营过程中存在的问题。

会上，刘总对2017年度集团安委会工作进行了总结发言，刘总强调，2017年，在各级各部门的共同努力下，通过督导、检查有效促进了公司安全经营的正常推进，提升了全员安全防范意识，加强了设备设施的维护和安全管理规范的落实，存在的问题正逐步减少。

在日常工作中，安全运行情况、巡检维护情况，以及管理人员业务知识和操作规范还有落实不到位现象，设施设备维护、巡检仍存在弄虚作假现象。刘总指出，各级各部门要正确认识春节期间安全形势、特点，加强安全防范意识；加强消防用电安全的管理；加强商品安全、防抢防盗，以及出租场所的监督检查；员工在外拓期间，还要注意人身安全，做到安全、效益两手抓。

集团副总裁、商业公司执行总经理张守岩就经营安全管理做出总结和要求，张总指出，安全作为企业发展的头等大事，决不能出现“重经营 轻安全”的意识。安全要引起我们的高度重视，让警钟长鸣，守住安全底线。张总强调，在安全工作上思想要统一、重视起来，各级各部门具体安全责任到人，对重点岗位重点人员进行重点安全技能提升。树立人人都是安全员的思想，拒绝“差不多”的侥幸心理存在。

随后，门店深入贯彻会议精神，开展安全运营工作自查自纠、消防演练、消防知识培训等工作，1月29日-31日，安委会组织进行无缝隙、无死角、无盲点的安全检查，后续还将不定期进行夜间抽查，确保夜间安全运营无差错。节前安全工作的有序开展为旺季市场的平稳运营提供了有力保障。

□ 本报记者 杨洋

一线观察

合伙经营 共赢共富



去年12月28日，万德福岚山店理货区迎来了大批量的日百精制纸品，这款印有日百logo的红色包装卷纸和抽纸，被大家称为“日百红纸”。2018年初，日百红纸和衡水老白干陆续到各个门店。一时间，“日百红”成为了公司的流行语。

“日百红”的背后，是今年又一个流行语——合伙

人模式。

合伙人模式是阿米巴经营改革全面落地实施的一项具体体现，是公司改革发展，创新经营的一个新商业模式。以阿米巴中心思想为主导，打造平台化商业公司，让人人成为经营者，让员工参与公司经营。极大地调动了员工的积极性，变被动为主动，变员工为股东，从而使员工积极关注公司的发展，关注商品的销售。

经营管理中心、品牌运营中心、企划中心、会员中心等部门成立了合伙经营项目小组。1月9日，项目小组将合伙经营模式在中层以上人员进行了宣贯，得到了大家的强烈反响与一致赞同。

发挥大家的智慧，发动大家的力量，共同经营好这个产品。此次商业合伙经营以筹人力、筹智慧、筹资源为目的，进行捆绑销售。开发社群经济，员工、供应商、顾客等人都可以参与合伙经营，让社会人变成日百人。

1月18日，日百红纸、衡水老白干合伙经营项目动员大会在集团会议室召开，公司上下全员到岗收听收看会议，全员参与合伙经营热情高涨。

合伙运营项目已在各个门店推广运行。项目启动以

来，近千名员工响应号召，共同参与了日百红合伙经营项目。日百红纸、衡水老白干销售期间，各门店的员工积极开展外拓，努力开辟了一条红色外拓之路。

商业公司经营管理中心进行全面协调、企划中心策划宣传、品牌运营中心具体执行、落实推动，各部门环环相扣，紧张有序地进行着。这次新的商业模式变革，让员工挣着工资，做着投资，生活喜滋滋，也定会让我们“日百红”红动全城，红透半边天。

□ 本报记者 杨洋



管理心得

每一次敲门都是值得的

给大家分享三个小故事：

故事一：

一个小男孩卖小饰品，每款10户门，6户会拒绝，4户会听他讲，2户会买，成交的2户会让他赚40美分。他得出一个结论：每敲一次门能赚4美分。因此，他考虑的问题不是这次敲门会不会被拒绝，也不是推销后的结果好坏，而是一个下午能敲多少户门。

故事二：

部门的一个员工，在部门的卡券销售竞赛中垫底，在日百红纸、衡水老白干的销售外拓中业绩依然惨淡。问之，答曰：“我开始都可顾客了，没有买的，后来我就索性不问了！”

故事三：

公司日百红纸的销售方案一出，收银员小董除了每天积极走出去外拓，还在自己的朋友圈及各个微信群里转发。一天，忽然有个人向她发出了加好友申请，备注栏里只有两个字：买纸！小董非常激动，这两个字就是对她这些天努力的回报啊！于是，她赶紧联系该顾客，原来相互之间并不认识。经沟通，该顾客一次性要了日百红纸12套，并主动说，要是身边朋友有需要的再联系我。

以上三个小故事，第一个是近期在门店微信群里转发频率非常高的励志小故事，另外两个都是发生在我们身边的很普通的事。如果把外拓销售比作敲门的话，敲门不敲门，敲多少次门，这之间的差别就非常大了！小男孩的故事告诉我们：每一次敲门都是值得的！

自公司启动“日百红”纸、“衡水老白干”合伙人机制以来，门店外拓行动如火如荼地开展起来。每天，微信群里“日百红纸”“衡水老白干”晒单“外拓达人”都层出不穷。但是，还是有一部分人在原地踏步，等着靠嘴、张口、不敲门。问其原因，大都是怕被顾客拒绝，还没开口就已经给自己的行动下了失败的结论，这就是心态问题。

在故事中的孩子眼里，销售就是敲门，每一次敲门都能赚钱。除去每次敲门销售赚钱的概率，重要的是敲门的态度。对于外拓销售来说，我们要做的就是去敲门，考虑的是去敲哪些人的门，注重的是敲门后的话术。这样，每一次敲门都是值得的！

今天，你敲了多少次门？

□ 日照店 丁翠翠

新亮点

“妈妈小屋”凸显人文关怀

在卖场购物的时候妈妈们经常会遇到很多问题，宝宝饿了找不到喂奶的地方，宝宝换尿布却没有一张温暖的桌台，宝宝睡着了却没有舒适的床让他安眠……而现在，这些困扰被完美解决了。在市总工会、岚山区工会和集团工会的共同努力下，岚山新玛特、新玛特购物广场的“妈妈小屋”相继投入使用。

整洁的床单、可爱的壁纸、温暖的被褥，“妈妈小屋”宁静又舒适，同时配备沙发、婴儿床、空调、饮水机等设备，还有配套的母婴书籍供阅读。把熟睡的孩子放到婴儿床上，这位妈妈和正在沙发上休息的准妈妈聊起了育儿经验。关于孩子，妈妈们似乎总有说不完的话题。

“逛街的时候最怕孩子睡着了，尿不湿该换了，喂奶时间到了这样的事情，但是领着孩子出来又不可避免。现在有了‘妈妈小屋’，以前的很多问题都得到了解决，来日百购物我们更加从容了。”说起“妈妈小屋”两位妈妈赞不绝口。

一位穿着日百工装的哺乳期妈妈匆匆走进小屋进行挤奶：“‘妈妈小屋’更加方便了我们的女职工，让哺乳期的职场女性得到更多关爱。”她不禁感慨。

“妈妈小屋”为妈妈和准妈妈提供了一个舒适、隐蔽、卫生、安全的哺乳的场所，一个交流健康育儿知识的沟通平台，也让日百的女职工得到更多的关爱，这也是公司“以顾客经营为中心”人性化温馨服务的体现。

□ 本报记者 刘馨忆



了，喂奶时间到了这样的事情，但是领着孩子出来又不可避免。现在有了“妈妈小屋”，以前的很多问题都得到了解决，来日百购物我们更加从容了。”说起“妈妈小屋”两位妈妈赞不绝口。

一位穿着日百工装的哺乳期妈妈匆匆走进小屋进行挤奶：“‘妈妈小屋’更加方便了我们的女职工，让哺乳期的职场女性得到更多关爱。”她不禁感慨。

“妈妈小屋”为妈妈和准妈妈提供了一个舒适、隐蔽、卫生、安全的哺乳的场所，一个交流健康育儿知识的沟通平台，也让日百的女职工得到更多的关爱，这也是公司“以顾客经营为中心”人性化温馨服务的体现。

□ 本报记者 刘馨忆

苹果有情 爱心无价

1月30日，3000箱爱心苹果从遥远的山西运到日照。31日，这些实惠好吃的冰糖心苹果在新玛特购物广场、日照百货大楼及日百商业在各区县的门店上架。

两周前，品牌运营部王学璇经理偶然间在网上看到一条求助新闻，山西临汾县的果农家中冰糖心苹果积压，他们冒着零下9℃的严寒去大城市销售，每天在街头一待就是七八个小时，但因为没有固定摊位，需要随时走动，卖得并不好，家中还有成千上万斤苹果积压，面对镜头，一名果农愁得大哭。

后来山西卫视专门报道了这件事，确定了信息是真实的，公司立即进行了商讨，最终决定帮助售卖。同时每售出一箱爱心苹果将捐赠给日百爱心基金会1元钱，所有善款将全部用于扶贫助困。收购、打包、包装、运输……经过两周的精心准备，

1月30日，3000箱爱心苹果到达日照，进入日百集团的仓库。

在苹果到来之前，“苹果有情，爱心无价！日百让爱更温暖，让善更远！”的倡议已在公司各微信群里传播。日照店员工秦庆美在门店微信群中，主动发起“爱心苹果销售接龙”活动，被公司授予“日百爱心大使”荣誉称号，你10箱，我5箱，他6箱……爱心接力不断激励大家积极购买，转发朋友圈、微信群、微信好友，购买苹果的职工和顾客越来越多，供应商也参与到购买的热潮中来。

目前，爱心苹果在日百各大门店均有售卖，顾客可以直接到各门店店内购买，也可以通过日百优品商城下单。日百呼吁每位顾客献出一份爱心，共同帮助山西果农。

□ 企划中心 毕志华 本报记者 刘馨忆

1月30日，3000箱爱心苹果到达日照，进入日百集团的仓库。

在苹果到来之前，“苹果有情，爱心无价！日百让爱更温暖，让善更远！”的倡议已在公司各微信群里传播。日照店员工秦庆美在门店微信群中，主动发起“爱心苹果销售接龙”活动，被公司授予“日百爱心大使”荣誉称号，你10箱，我5箱，他6箱……爱心接力不断激励大家积极购买，转发朋友圈、微信群、微信好友，购买苹果的职工和顾客越来越多，供应商也参与到购买的热潮中来。

目前，爱心苹果在日百各大门店均有售卖，顾客可以直接到各门店店内购买，也可以通过日百优品商城下单。日百呼吁每位顾客献出一份爱心，共同帮助山西果农。

□ 企划中心 毕志华 本报记者 刘馨忆

一线基层

你们是最美的

“经理，我们两个家是刘官庄的，那里吹塑的工厂较多，我们可以去联系一下！”李永云、于丽霞自告奋勇，开着自己的车，装上满满一车商品，一路高歌向刘官庄进发。

“经理，夏庄我很熟，我可以去试试！”薛福萍主动请缨，于是，部位迅速成立了以主管蔡明明为队长，薛福萍等为队员的“夏庄外拓小分队”。

包里装着一张金卡，手里拎着一提提纸，肩上扛着一箱箱酒，一个村庄一个村庄、一家一户的去介绍。呼啸的寒风把围巾吹掉了，眼睛吹红了，手都冻僵了，脸也被吹得通红，但她们毫不在乎，依旧前行着。

伙伴们谁也不甘落后，这边一单，那边一箱，星星之火燃起了燎原之势。王荣莲，是部位第一位外拓成功的伙伴，她一次销售38组纸的战绩给伙伴们带来了更大的信心；卢志强发挥亲邻好友开餐馆的优势，积极联系他们到店购买，就是下班了，还



让对象帮忙到店内协助搬运商品；岳中香、王正兰一个电话一个电话的多方联系客户，功夫不负有心人，100组纸销售成功。

韩淑霞、田景露、韩晓雨、刘纪菲、于丽霞、李树香等平日里话并不多，但外拓起来一个顶俩，外拓第一天就捷报频传，10组纸、5箱酒、8000元现金；庄龙芝平时嘻嘻哈哈，像个“调皮鬼”，但外拓起来一本正经，为顾客介绍实惠的价格，讲解商品的优点，使用金卡可以享受的优惠，俨然是个认真的“教书先生”。

朱艳梅这个天生的乐天派，看到伙伴们忙得不亦乐乎，也很快融入了团队中，走街串巷，乐此不疲；唐珍合、王树兰、古庆秀、于世芬、李希敏，别看年龄较大，外拓起来也是风风火火，一边忙着进行品牌大促，一边主动联系顾客，功夫不负有心人，取得售出了20组纸、6000元现金的好成绩。

徐以竹平时说话嗓门就大，这外拓起来依旧高嗓门，优惠的商品信息顿时传遍了周围的左邻右舍，10箱酒轻松销售了出去；古爱慧，下午刚将10组纸送至顾客家中，晚上又来购买酒，并且还带着两个小帮手——两个乖巧懂事的女儿。她们一边帮妈妈搬货，一边做妈妈的“算账先生”，温馨的画面让妈妈忘却了一天的劳累，也引得周围的顾客投来了羡慕的目光；董开秋对经过专柜的每一位顾客都积极推介，不厌其烦的介绍，部位的微信群里，你一单我一单的分享战果，捷报频传，好不热闹！

夜深了，伙伴们仍然奋战在销售的路上，背影虽然有点疲惫，但脸上洋溢着胜利的笑容，这是销售的热情，是日百的激情。在这里，我想说，伙伴们，谢谢你们的付出，你们是最美的！

□ 万德福岚山店 王霞

门面聚风

“旺铺”都是有原因的

据相关数据显示，98%的顾客只选择了2%的门店消费，这也就是所谓的“旺铺”，也许你的门店和店员在某一方面只比竞争对手差那么一点点，但也就是这可怕的一点点却严重影响了门店的销售业绩，下面一起来看看吸引客流的大定律吧！

方便定律：很多商家嫌麻烦而拒绝进店避雨、借伞、问路的行为。而在日本就有一家商铺专门在街道上宣传“花园式洗手间免费使用”吸引行人前来使用，行人进出洗手间便源源不断。

门店借鉴：门店可以将洗手间、Wifi、休闲设施等免费开放，门店内的纯净水也免费提供给顾客或者行人，盛夏时节允许路人进店乘凉，便民措施自然会吸引很多顾客。

稀缺定律：物以稀为贵，人们在往往对不易得到的东西倍加珍惜和珍视。就像一旦有新款的苹果手机预售时，总是有一些苹果手机会事先排队预定。

门店借鉴：实施差异化竞争，不断削弱与同行产品的同质化，给顾客一种澳门店具有稀缺产品的印象，觉得门店内产品种类应该会很齐全，以后在购买时自然会偏向选择你的门店。

影响定律：门店的影响力直接决定顾客是否选择进入门店消费。一张色香味俱全的菜肴图片吸引你走进一家餐馆，服装店橱窗里模特身上的服装搭配也吸引你进店逛逛，这就是影响定律。

门店借鉴：所以，我们的门店不管是平时还是有促销活动时，都要充分利用音、像、图、字、色等因素，影响行人，以吸引顾客进店消费。

第一定律：没有哪一家门店一开业就人气很旺，门店的人气也需要日积月累。你的门店不需要做到全国最好，也不需要做到全公司最好，你只需要做到你所在的区域市场内最好就可以了。

门店借鉴：每家门店都遍布竞争对手，你的门店只需要服务比对手好一点，产品比对手全一点，店员销售技巧比对手强一点，聚少成多，你的门店就变成这个区域市场内最好的第一名。

口碑定律：金杯银杯不如顾客的口碑，世界上最伟大的推销员就是顾客自己，店员磨破嘴皮子给顾客推荐哪个药有什么特效，也不如顾客一句“这个药疗效真的特别棒！”

门店借鉴：店长平时要多注重店员专业知识提升以及向顾客推荐产品时切实从顾客本身的情况出发，毕竟顾客进门就说明他们还是有一定的需求。

分类定律：每个门店的顾客都可以根据年龄、消费能力等进行分类，针对不同的活动对不同的人群进行有针对性的宣传和推介，既能提高活动的参与率，也可以适当减少店员的工作量。

门店借鉴：对已经消费过的顾客做好分类，进行有针对性的维护，从而提高回头率，成交率，做到引流与引流同步进行。

眼球定律：酒香也怕巷子深，眼球经济让宣传成为营销的必然。在区域市场内，要想尽一切办法，让你的门店店名，或是品牌广告语或是符号标志无处不在，还要持续

不断的做这件事。

门店借鉴：宣传载体无处不在，车上、墙上、网上、纸上、手机上、人身上，固定的与流动的均可以做为宣传载体。

虚实定律：世间万事万物皆是虚实结合，有虚是无，无虚是有。客流也是同样，看到的客流是有，看不到的潜在客流是有也是无，相对你的店铺而言则有，不来则无。

门店借鉴：每个门店不能只关注看得见的顾客，更重要的是关注潜在的顾客。没有传统的行业，只有传统的思想。

分化定律：在一个区域市场内，顾客是可以分化为若干组的，在区域市场内一定要对客源进行分化，以此来找到如何吸引主流客流的办法。

门店借鉴：我们改变了风的方向，但是我们可以改变风的方向。门店可以对已成交客户进行分化，做好维护，从而提高回头率，提高成交率，做到引流与引流同步。

利益定律：诱之以利仍然是行之有效的吸引客流定律。此利并非仅指“价格让利”！更多是由塑造顾客认知价值点来吸引客流，如店铺价值、产品价值、品牌价值等。

门店借鉴：把利益分为两个概念来理解，一是利益，二是利益点。这样就能很好利用利益定律了，利益是实时的，立刻马上就能感受到，而利益点则是持久的，是以后才能享受的。

□ 摘自网络

日百文化 投稿 (2018年1月)	
岚山新玛特	14
新玛特广场	10
岚山万德福	7
莒县新玛特	7
莒县万德福	7
日照店	7
五莲新玛特	5
房产公司	3
商学院	3
企划中心	3
百货招商部	1
后勤服务部	1
多福山	1
品牌运营中心	1
超市采购部	1

日百文化 采纳 (2018年1月)	
部门	采纳
岚山新玛特	3
日照店	2
莒县新玛特	1
新玛特广场	1
五莲新玛特	1
莒县万德福	1
商学院	1
企划中心	1
多福山	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。

同时征集散文、诗歌、摄影等各类文艺作品，《日百文化》希望大家一道，共同打造一流和展示的舞台，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：
0633-8222756
电子邮箱：
rbqywhb@sina.com
内部员工可直接通过OE传至企业文化部袁启邮箱。
《日百文化》编辑部
威海多福山 许京波

门店风采

咬定目标不放松，勇夺半程第一名

有付出就有回报，这不是一句空话。日照店在卡券销售半程竞赛活动中，获得标杆门店奖，就诠释了这一点。这是日照店全体干部员工努力付出的结果，是干部员工凝心聚力，共同奋斗的结果。

2017年11月16日，公司通过视频会议，向日百全体员工下达了《关于2018年春节卡券销售竞赛活动执行方案》，方案中提出分阶段并按半程和全程总结奖励。

日照店将卡券销售目标带回门店后，立即组织中层干部对方案内容进行传达学习和分析，带领全体中层吃透会议精神，分析制定具体实施措施并将全程目标分三步制定。其中，12月31日前完成门店目标的30%以上，坚决拿下半程奖！1月份完成总目标的70%以上。紧接着，各部门经理摩拳擦掌决心将半程销售门店标杆奖拿到手。

说干就干，门店首先将目标按时间分解到各部门，同时，制定批量作价的实施方案并具体到部门和个人。接着，门店组织召开全员会议，各部门经理上台庄严宣誓，并将自己部门的目标带回家。同时，让全体干部骨干在门店统一制作的宣誓条幅上郑重签字，“大干100天，誓夺春节卡券头等奖”的誓言，震撼着我们的干部员工。是的，不达目标誓不休！

门店张挂了卡券销售目标进度榜，及时公布部门完成进度，让全体干部员工实时了解自己的目标达成进度，相互激励，你追我赶。门店的每一点成绩，都显示出干部员工意识的转化和能力的释放。服饰部的导购员刘西凤、刘艳艳，还有杂货部的别林伟主管，团购部武娟娟经理，她们紧盯目标，积极外拓，率先行动，带头激发着身边的伙伴投入到业绩达成的战斗中。



卖场一线全力以赴，后勤职能部门也不甘落后。年终盛典期间，收银部的收银员们兢兢业业，认真负责，全员加班加点，顾不上喝水和上厕所，保证了促销活动的顺利进行。刘海梅、宋年翠舍小家顾大家，在孩子生病住院的情况下，仍然坚守在工作岗位上，其敬业精神令人肃然起敬！客服部的干部员工默默奉献，经常加班到12点，为门店的卡券销售做出了突出的贡献。

办公室创新卡券宣传形式，利用微信、店堂氛围营造、诗词编写、顺口溜、小视频等形式进行宣传，并在年终盛典期间创造性的制作了“买金卡请找我”的宣传标语贴在干部员工背部，营造了浓浓的卡券销售气氛，使得顾客在营业场所随时都能找到卡券销售点，真正做到了“以顾客经营为中心”。正是干部员工的努力，才使日照店取得了半程赛的辉煌胜利。

在这次半程赛中，服饰部取得了589.8万元的

好成绩，在门店半程销售总数量中成绩突出，遥遥领先。

服饰部的带头人是郑培培经理，在门店提出“挑战自我，不达目标誓不休”的口号时，她表达的口号是“服饰部要勇夺第一，绝不给团队拖后腿”。她是这么说的，也是这么做的。在门店召开的中层决策会议结束后不到十五分钟，她就紧急召开部门主管会议，要求主管立即行动，动脑筋，讲策略，带领员工全部参与。次日早例会上又向服饰部全体员工解读了会议精神，解读卡券营销意义，解读卡券营销对员工的利好，从思想上撬动员工积极性。

同时，她深入到员工队伍中，在每个柜组寻找一至两名有影响力的骨干，进行思想交流，鼓励她们积极行动，带头联系卡券外拓渠道，共同努力拿下卡券销售部门半程奖。经过一系列的工作，服饰部出现了当日大额业绩的第一单，打响了门店春节卡券销售争夺战的第一枪。这一声枪响震撼了其他部门，他们感到自己的落后和压力，紧接着刘静静经理带领的百货部，实现了大额业绩的第二单、第三单……引爆了日照店卡券销售半程赛的争夺战……

正是因为在门店活动中每一阶段的谋略与决策，正是各部门带头人勇夺第一的决心和行为，正是全体员工的积极参与和主动开拓，也正是公司各职能部门的支持和助力，奠定了这次日照店获得半程奖的基础。正是有这样一支支持公司改革、维护公司利益、具有强悍执行力的干部员工队伍，日照店最终获得了公司春节卡券销售的半程标杆门店大奖，全体员工的辛勤付出在竞赛中获得了可喜的回报，日照店将不骄不躁，奋力夺取卡券销售全程头等奖！

日照店 成山岗 本报记者 刘忆忆整理

身边人身边事

不试怎知能行

1月的一天下午，一位20多岁高高瘦瘦的男子缓缓走进红豆男装专柜，当班导购员何富霞赶紧迎上去。问及他的需求时，他随口说了句：“随便看看。”顾客在专柜转悠的时候，邻厅导购员偷偷告诉何富霞：这人在咱男装转了好几圈了，只看不买还问这问那的，一看就是个市调的。何富霞有自己的想法：即使他真是市调的，他对服装也是有需求的，那我就得做好服务。

这时，男子指着一件长款的黑色风衣问：“这件衣服是什么面料的？起毛吧？起球吧？如何洗涤？如何保养？”一连串的问题抛过来，何富霞一一给予了解答，男子甚为满意。在交流过程中，何富霞还根据顾客的体型特点推荐了一款长款的羽绒服，顾客穿上后效果非常好，他在试衣镜前左照右照，看起来很满意。但到了最后成交的时候，两件衣服1360元，男子觉得接受不了，最终离开了。

十来分钟后男子又回来了，说：“我能拍个照吧，我是济南的，我回去之后给俺同事看看，看中的话你能给邮过去吗？”何富霞一口答应：“您就放心吧，指定给您寄过去。”两天之后何富霞主动联系了该男子，男子说他的同事都说好看，于是就让他何富霞给邮过去一套。

第二天，男子收到了衣服，穿上之后效果很好，但他担心衣物起球的问题，“要是起球您再给我寄回来，我立马给您退货。”这句话给男子吃了个定心丸。两天之后，男子发来微信，说他的同事也看中了，再给邮一套，就这样两笔订单成交了。而且从此以后他们经常联系成了朋友了。

如果当时何富霞听了邻厅导购员的话，不去理睬这位顾客想必就没有这么精彩的故事了。

莒县新玛特 辛敏

真情，在服务中展现

临近送宾的时候，阿迪达斯专柜的伙伴们正在做着营业结束前工作。这时一位准妈妈缓缓地走进厅内。“你们这是要下班了吧？”“没有，您尽管选吧！”两位伙伴同时答道。顾客这才放心的在厅内挑选起来。

这位顾客想选一件上衣和一双鞋子，由于她是孕妇，看到她弯腰脱鞋的时候很是吃力的样子，18岁的导购员张雅倩主动蹲下来帮她把鞋子脱下来，并建议她试穿大一个码的鞋子。这位准妈妈觉得很不好意思，非要自己来。雅倩说：“没事，姐姐，您就把我当成妹妹就行了，妹妹给您脱鞋、穿鞋多正常啊，是吧！”最终顾客在雅倩的帮助下选择了一双非常适合自己的鞋子。

随后，雅倩又给她推荐了一件宽松版的黑色羽绒服，在这位准妈妈换衣服的时候，雅倩都会小心翼翼的帮她穿衣、脱衣，这位准妈妈嘴里一直不停地和她道谢：“谢谢！”雅倩也是不好意思的笑着脸说：“姐姐还是把我当外人了。”随着一阵阵愉快地笑声，准妈妈选择了她想要购买的商品，这一单共计1948元。

由于顾客选择的时间稍长一些，我们提前通知了收银员，当询问顾客缴费方式时，准妈妈拍着雅倩的肩膀说：“你们不是有金卡嘛，我可以买点金卡，平时也可以用。”于是在雅倩的陪同下这位准妈妈一次购买了3000元的金卡，愉快的完成了今天的购物旅程。

我相信，这位顾客一定会成为我们的忠实顾客。在商品同质化的今天，我们就应该以顾客经营为中心，用真情把服务传递，在销售中真正从顾客角度出发，考虑顾客的感受，自发地为顾客做好细节服务赢得人心，赢得市场。

岚山新玛特 陈蕾

销售是有效的沟通

珍珠缘珠宝专柜来了一对老夫妻，这已经是他们第三次来专柜看珍珠项链了。一同来的大叔说：“你阿姨什么也不缺，就稀罕个珍珠项链。我们到日照商场去看了几次了，不放心，感觉还是回到这里找小徐买踏实。”

原来，大妈前几次来新玛特时，各个专柜的珍珠都看了，也都做了比较，但就怕买的不合适或买到假的珍珠项链而犹豫不决。珍珠缘专柜的徐晶了解到阿姨的顾虑后，没有立即推荐阿姨购买，而是以聊天的方式和阿姨介绍品牌的发展史，告诉阿姨此品牌是专业做珍珠的，并找来相关的宣传图册给阿姨看，并根据阿姨的穿衣风格、肤色推荐了适合的珍珠项链。

随后，徐晶笑着对阿姨说：“阿姨，我把我的经历告诉你，我教你如何辨别真假珍珠。这样，您无论到哪里买珍珠饰品就不用担心受骗了。”她从柜内拿出专柜的珍珠饰品告诉阿姨如何从颜色、手感、形状、价格上辨别。当时，阿姨虽然没有立即购买，却连连说受益匪浅。

这次，徐晶见叔叔阿姨来了，连忙迎上去。“小徐，你不用再介绍了，就买上次给我推荐的那个，我看好了，你叔叔也同意，给我开单吧。”阿姨到了柜台直接和徐晶说。没想到阿姨这次这么痛快，徐晶笑着说：“阿姨，您看我们现在打8折，用金卡支付的话，可以打7.5折，直接给您省了100多元。而且我们店里活动商品很多，您用金卡购物既实惠又方便。”“好啊，好啊，听你的。”就这样，一单销售在用心有效的沟通下达成了。

做销售，追求的是双赢。我们售出了产品，顾客得到了实惠，解决了问题，双方皆大欢喜。所以，面对顾客时，要时刻记得沟通是双方互动的行为，用心沟通至关重要。

岚山新玛特 刘慧

呼唤工匠精神

韩慧：无影点钞能手

“韩慧的点钞技术在公司肯定是一流二流的。”岚山新玛特客服部经理王桂芳告诉记者。

点钞，说到底就是数钱，想要做到韩慧一般数得又快又准，绝非一日之功。2014年底韩慧进入公司，刚刚到岗上班，就赶上了春节销售高峰。头几个月，总感觉自己怎么努力都不上进，后来她在慢慢摸索的过程中，逐渐有了思路。

会计专业毕业的韩慧，在学校接触过一段时间的点钞，但是没有理解通透。在进入公司初期，学习业务技能时，她接触到五指、单指、扇面等指法的操作。看到别人点钞特别快，韩慧心里羡慕得很，她默默地下定决心，一个月的时间里，只要没有顾客的时候，就练点钞、练键盘。用韩慧自己的话就是：往死里练。

后来她慢慢摸到了其中的门路，对于点钞怎么数比较快，哪种指法比较适合自己，她都有自己的诀窍。在空闲时间她用电脑上的秒表给自己计时，然后加上自己理解学习的各种指法，快速、准确地数起来，不停地练习。现在花样点钞法达到13秒100张，单指点钞可达27秒100张。

“刚开始接触花样点钞的时候，感觉真奇妙，后来就慢慢喜欢上了。”点钞已经成为韩慧的一项兴趣爱好，在点钞的过程中，心情会大好。练习的过程



中，看到自己用的时间越来越短，就会越来越起劲。一开始，单指单张的点钞要一分钟，后来速度提高到四十秒的时候会特别开心，突然的进步会让韩慧信心倍增，并激励着她不断上进、超越自己，她总会再加把劲，争取比上一次练得更好。

点钞是一门技术活，用手、用眼还要用心。这些五花八门的点钞指法快起来根本看不见怎么数的，也

看不见你数了几张，全靠感觉。“五指点钞法练了近半年时间，练不好的时候会默默生气。”不甘落后、不愿服输的她，有时候做梦都会梦到点钞。

2015年，韩慧参加了商业公司组织的业务技能大赛，获得了点钞比赛第一名。参赛选手有曾经获得过点钞冠军的前辈，也有来自各门店的点钞能手，韩慧后来居上，以准确率最高、秒数最少的成绩，一举拿下该项目比赛的第一名。比赛前一个月，她下了班晚走半个小时，早上早来半个小时练习点钞。只要没有顾客的时候就会争分夺秒地练习。在岚山新玛特2017年收银业务技能竞赛等级测评中，韩慧再次拿下第一名的成绩。

不仅仅是点钞技能的炉火纯青，三年来，在收银台的一方天地里，韩慧真正找到了自己。“虽然有些顾客在收银台上停留的时间不会很长，就是短短的几分钟而已，我能通过与顾客的眼神、态度的交流，学到很多东西。”面对形形色色、态度不一的客人，做人、做事，韩慧都认真得很。

梅花香自苦寒来，对这项工作长久的坚持，让韩慧练就了手指快如疾风、无影无踪的点钞技能。我们公司还有很多像韩慧这样的90后的青年一代，正在为公司的激情发展注入新鲜的血液。

本报记者 杨洋

随手拍



《初雪》 新玛特购物广场 白晓晨摄



《新禧大典》 集团办公室 杨静摄



《缝纫机的缝纫》 岚山新玛特 马雪薇摄



《团结力量大》 莒县新玛特 信斌摄

品牌故事

创艺家电，格调生活

卡萨帝 Casarte 名字的灵感源于意大利，意为“家的艺术”。卡萨帝代表着优雅的艺术化外观，精益求精的工艺和钻石级品质，创新人性化科技，并致力于一体化智慧艺术家居体验，引领家的艺术。卡萨帝作为海尔旗下的高端家电品牌，2006年成立，经过全球8个研发中心、28个合作研发机构、300多位设计师倾力研发设计。全球29个制造基地200多位工程人员5年的努力，于2007年9月20日在中国面世。

品牌定位为“创艺家电、格调生活”，卡萨帝在“汲取精致生活的灵感，缔造永恒的艺术品质”的核心品牌设计语言下，每一件产品都诠释着家电生活艺术化的趋势，致力于为都市精英人群打造优雅精致的格调生活。卡萨帝精英生活的定位，超前精准的用户需求抓取，以及遍布全球的前沿研发力量，使卡萨帝不只是简单解决生活所需，而是优雅格调的生活态度，畅享艺术生活。

爱是卡萨帝永恒的主题，基于对艺术、生活、爱的理解与感悟，结合其强大的科技力量，创造出充满艺术又具有温度的智慧产品，为

每一位生活充满追求的人带来美好的体验。

目前，卡萨帝旗下已拥有冰箱、酒柜、空调、洗衣机、热水器、厨房电器、生活小家电、电视机以及整体橱柜等9大品类、39大系列、380余个型号的产品。新玛特购物广场四楼设有卡萨帝专柜，欢迎各位顾客到店细品卡萨帝人生。

新玛特购物广场 康小娟推荐



春節慰問信

尊敬的社会各界朋友、供应商伙伴、亲爱的日百人及家属们：

金鸡飞舞辞旧岁，神犬欢腾迎新春。日月轮回，斗转星移，我们满怀喜悦之情迎来了戊戌狗年，值此新春佳节来临之际，日百集团向一直以来关心支持日百发展的社会各界朋友，向与日百和衷共济、并肩拼搏的供应商伙伴们致以衷心的感谢！向精诚团结、敬业奉献的全体干部员工、支持公司发展的离退休员工及家属朋友致以亲切的问候和衷心的感谢！

不忘初心，砥砺前行。过去的一年，在“四个务实”的指导下，围绕“抓改革 促经营 谋发展”的工作重心，深入落实“以顾客经营为中心”的经营战略，努力打造行业新业态、商业新模式，彰显了日百事业的生机与活力。

过去的一年，是公司聚力改革创新、推动转型发展的一年。是阿米巴经营改革的启动之年、蓄势筹备之年。改革是一场持久战，我们乘千帆破浪而行，全体干部员工坚持不懈、迎难而上，锐意推进改革，攻坚克难，全力开创了改革发展的新局面，取得了新的显著成就。在经营管理上

实行大幅度改革，随着阿米巴改革经营模式的全面导入，总部加强型向门店加强型转变；成功导入经营会计核算系统，梳理各门店经营策略，制定了2018年度经营计划，进行事业部组织的创新、出台增量考核激励……新的一年每一个日百人，都将共同参与和见证阿米巴改革落地带给我们的改变、突破和发展。

以提升顾客满意度为重点工作，商业公司出台《关于推进“以顾客经营为中心”战略落地的实施方案》，便民服务项目落地实施并开花结果，婴儿车、便民轮椅等设施受到顾客一致好评，用行动塑造着日百金字招牌；卡券上升为公司战略产品，成为开拓市场蓝海的一大利器，常态化营销致力为全员搭建创收创富的新平台。员工朝“一份工作 多份收入”的小康梦想又迈进了一步。

这一年，公司党的建设、企业文化建设和精神文明文建设在幸福日百的建设中得到了切实加强和改进，强化学习提素质，开展“两学一做”学习教育，组织党员干部到鲁南监狱开展廉政教育；开展“不忘初心跟党走 立足岗位建新功”

大型演讲比赛，把“两学一做”学习教育作为强化党员队伍建设的重要抓手；诚信日百再获“山东省服务名牌”；“以弘扬劳模精神，建设幸福日百”，组织开展日百最美青年评选；秋季职工运动会又彰显了一个充满活力的，朝气蓬勃的日百；我们以创新、求实的精神落实着每一项工作，以“工匠”的精神打造精益求精的手艺，以新时代的精神追求着更远的成功。

岁末盘点，一年来的成绩沉甸甸的，公司上下取得全方位的、开创性的成就，离不开供应商伙伴的支持，离不开广大干部员工的辛勤付出，“一人在大楼，全家忙销售”，更离不开员工家属们在背后的默默支持。在一线，践行着“以顾客经营为中心”的服务理念，我们的员工抢抓市场销售，节假日大促期间，后勤员工奔赴一线帮忙，大家并肩作战，诠释着最美日百人的形象。在这里向节日期间每一位坚守岗位的干部员工道一声：“你们辛苦了！”

2018年是贯彻党的十九大精神的开局之年，是改革开放40周年，是公司改革创新发展的关键年。天道酬勤，岁月更替，日百即将迎来35周年

华诞，正值“壮年”的日百，意气风发，睿智清醒。辞旧迎新，新的一年，我们要主动适应新时代的变化需求，积极聚焦新目标，继续坚持深化阿米巴经营改革全面落地实施，稳中求进，继续改革创新，合力攻坚。发扬“精诚团结 敬人敬业”的企业精神，带着责任感和使命感，以更加饱满的热情和奋发向上的干劲投入到公司建设上。

大江流日夜，慷慨歌未央。新春孕育新生活，生活总是充满希望的，成功终会属于积极进取、不懈追求的日百人。我们在前进的道路上，还会遇到各种风险和挑战，实践没有止境，步履不停。

祝愿社会各界朋友、广大供应商伙伴、全体干部员工、离退休员工及家属们身体健康，工作顺利。

祝大家国家幸福，新春愉快！

日百集团党委 董事会 工会
二〇一八年春节

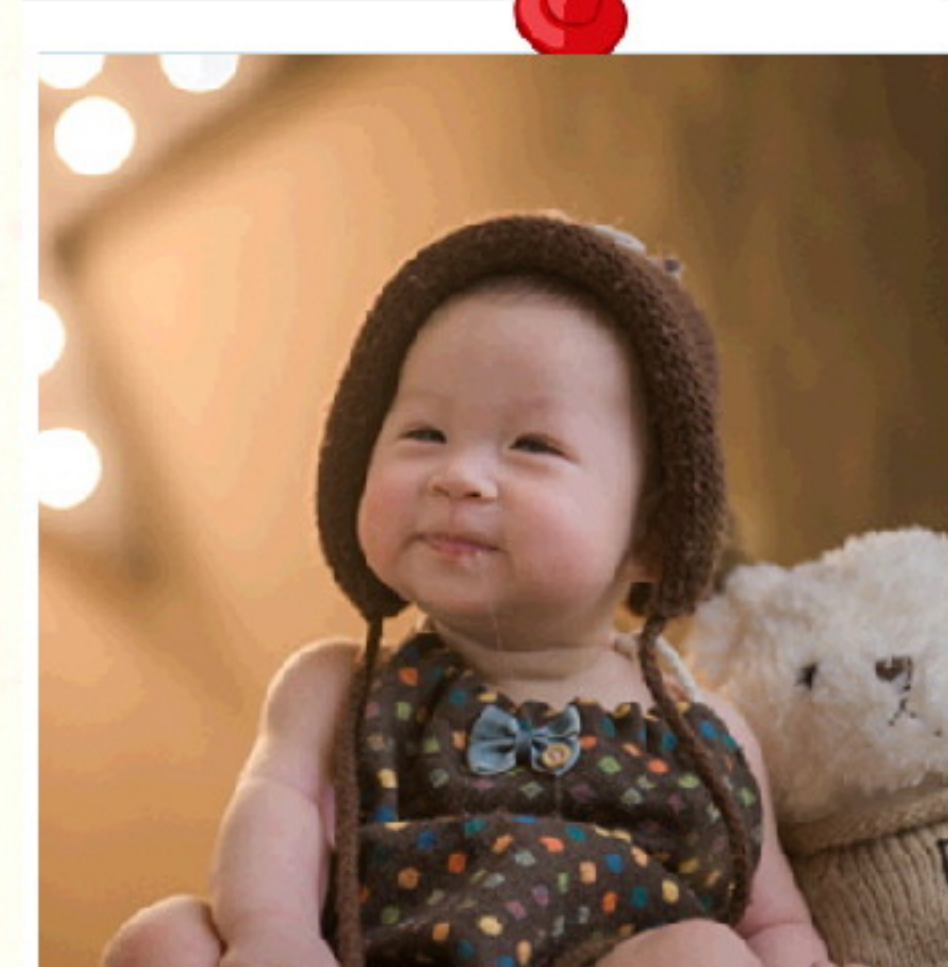


日百宝宝大拜年

在与日百共同成长的日子，祝愿我们的日百宝宝健康快乐地长大！新的一年，愿你们抱着平安，拥着健康，揣着幸福，携着快乐，搂着温馨，带着甜蜜，带着财运，拽着吉祥，迈入新年，快乐度过每一天！



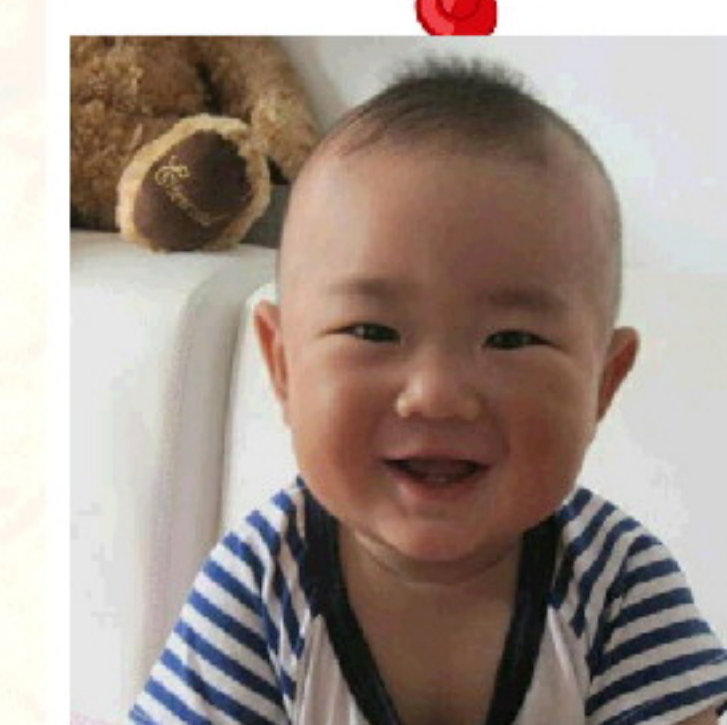
日百金卡宝宝
寄语：一人一卡 惠购乐刷



夏天（五莲新玛特赵成琳之子）
寄语：祝日百砥砺前行，共筑日百梦。



焦悦航（日照店李煜之子）
寄语：祝大家新年快乐！



哈哈（岚山新玛特宋利娜之子）
寄语：愿2018年更多美好的事情发生在你的身边。



子翔（五莲新玛特赵颖超之子）
寄语：日百新年新气象，旺年日百强。



孔梓硕（日照店尚红之子）
寄语：狗年吉祥如意！财源滚滚来！



芳懿（五莲新玛特杜明帅贺楠楠之女）
寄语：万事如意！狗年旺旺旺！



丫丫（商学院 贺敏之女）
寄语：祝大家狗年旺旺旺！



靖瑶（莒县新玛特宗晓燕之女）
寄语：祝愿所有日百宝宝健康快乐成长！

解锁新技能 skills

如何创意策划大型活动

1月26日，集团2018年阿米巴业绩签约暨激励动员誓师大会在海港城召开，现场多种呈现方式让大家感到了厚重的使命感，提振了全员士气。

接到誓师大会的策划组织命令，我们便开始了紧张而又充实的准备工作。从逐步理解公司的初衷与目的，到一个个议程的罗列与细化，再到最后完美的现场呈现，是什么保证了本次活动的顺利进行？作为事后复盘，商学院为大家整理分享本次活动的思路历程。

一、接到任务理解意图，抓住核心

不同的活动有不同的目的，不同活动有不同的基调，不同的活动有不同的核心内容。所以要多与公司领导对接活动的核心内容，抓住核心才能确保活动策划环节不会出现顾此失彼的情况，才能更好的迎合公司想法，达到最好效果。

二、创意环节大胆设想，小心求证

一场好的活动策划，往往都是从最初的一个点子，通过不断的研讨论证来完成想法，再到活动逻辑的推演，最后变成了一个创意。创意这个东西，在思维和信息急速传播和变化的时代，不管是用在什么领域什么行业都是很适用的。

作为活动的策划组织者需要集思广益，要有天马行空的大胆创意设想，再把一个大胆的想法对照活动的核心目的，并一一参考人力物力小心的论证是否适合。我们的策划人员需要大量的创意储备和对新鲜事物的敏感度，才能真正策划出一场有创意的活动。

三、整合资源小投入，营造大场景

互联网时代及公司的平台资源为任何活动组织提供了众多优质免费资源。每一项议程及创意的立项，首先要从费用

上把关，全面搜找、对接免费的资源。互联网时代，网络上的资源能够无限的为我们的设想提供支持，且我们可以从众多的免费资源中优中选优，如本次视频直播的设计。争取花最少的钱，办最出彩的现场互动，出最有效的活动效果。

四、多形式反复演练，保证流程顺畅。

设想千遍的流程总不及现场模拟一遍暴露和发现的问题多，各项目和各环节之间的衔接没有模拟的演练也很难做到无缝对接。排练分两种形式操作，一种是现场的模拟演练，一种是每个参与者在自己脑子里无数次的冥想与推演。

五、只有靠谱的团队，才能完美执行

一个给力、靠谱的执行团队，能让你的活动方案发挥出最好的效果，甚至优于预期。每一项分工都需要有靠谱的团队成员来担任，因为就算有一个三头六臂的导演也难以兼顾到方方面面的细节工作。因此除了团队执行力以外，合理的团队分工也非常重要。

除了做好团队分工，活动设备和环节的提前测试、演练和彩排也非常重要。避免临场出现衔接不畅、工作人员不熟悉、设备损坏等问题。有句俗话说上台一分钟，台下十年功。在平时可能很不起眼的瑕疵，因为搬到了台上，被台下观众的灼灼目光时刻关注着，瑕疵就会被无限放大。

活动中，主持人提前熟悉主持词也非常关键，因为主持人串联着整个活动的走势流程。

六、要有详尽的计划，更要拥抱变化。

按照组织流程，每个环节负责人要理顺操作手册。计划与有可能出现的变化都要一一预设，目的是为了更好的操作。

商学院 李振华

别样早例会

在日百的十二个年头，我从导购员到收银员，再从柜组主管到部门经理，在不同的岗位学到了不同的知识，给了我锻炼的机会，同时也给了我成长的机会。每个岗位有不同但也有共同之处，就是每天进店后的早例会。这是一个信息传递的最好机会，部门经理将昨日发现的问题以及公司下达的一些重要内容传达给员工。

早例会往往都是经理在讲，员工在听，两者之间互动较少，所以早例会就会出现员工感觉比较乏味，容易走神的现象。我们部门的员工年龄普遍偏大，怎样才能让他们全都参与进来，提升氛围呢？我就想能不能改变早例会的方式，于是我就开始了尝试，计划好时间，通过做游戏和跳广场舞进行团队PK。刚开始年龄较大的员工有点拘束，不好意思，慢慢地就放开了，融入到我们整个团队的氛围里了。

活动做完后由员工分享自己的启发与感悟，大家的参与性越来越高，对工作的积极性也提高了。我发现这种方式的早例会大家很认可，在这种团队的活动中，没有年龄限制，有的就是互相合作的伙伴，为了达成统一的目标，实现最终的胜利。

正如我们的工作，我们是一个大团队，就是需要这样相互协作的伙伴，需要这样超强的团队凝聚力，为了共同的目标而努力奋斗！美好的一天从不一样的早例会开始吧！

岚山新玛特 苏艳红

成长与蜕变

人头攒动，络绎不绝。印象中，这样的景象，已经很多很多次了。每一次的促销档期，门店总会迎来这样人山人海的场面。虽苦虽累，却没有一个人退却，不亦乐乎地帮顾客挑选商品，体验服务，有条不紊地开单、交款、付货。一切看起来都是那么地流畅、高效。

但是，伴随日百成长的伙伴们知道，我们经历了怎样的蜕变。从刚开业时的无所适从，到现在的从容不迫、井然有序。期间经历不仅仅是一两句话就可以形容的。

有人说，干商场多好，风吹不着雨淋不着，得体的工装穿着，舒服的空调吹着，每天站在那里动动嘴皮子就来钱了。确实，对于很多行业来说，卖场销售工作是比较轻松自在的，两班倒让大家有了更多的休息时间，也可以处理一些家中的日常事务。可是，又有谁知道，看起来简简单单的“动动嘴皮子”，是需要多少次的练习才可以运用自如。



从日常的站姿喊客，到每天的仪表着装；从商品的基础知识，到大额的连带销售；从简单的销售单开具，到首问负责制的落实……一年当中，一点一滴，无一不是全体干部员工真抓实干，共同努力的结果。

元旦促销刚过去，我们还会迎来更多的节日，更多的促销档期，情人节、春节……每一次的促销都要从策划、洽谈、货源、宣传、人力等各个方面做好全面的准备工作。这就更需要我们将学到的岗位知识、业务技能做到合理的运用。真正将口头的决心付诸到实际工作当中，伴随着日百的成长，我们也在一次次蜕变着。

五莲新玛特 赵成霞