



统一思想 狠抓落实 以新作为推动新发展

集团党委高层民主生活会召开

本报讯 7月24日,集团党委高层民主生活会在海港城二楼会议室召开。会议由集团党委书记、常务副总裁齐延丽主持,集团及子公司高层、中高层参加了会议。

会议首先由集团人事行政总监刘新权宣布了集团党委《关于表彰先进党支部和优秀共产党员的决定》,同时与参会人员一起学习了市委、市政府《关于“突破园区、聚力招引”的实施意见》,重点解读了日照“园区”优化规划布局、理顺领导体制、理顺管理体制、改革人事分配制度等重要“突破”的方面。

随后,参加会议的高层,分别结合上半年工作存在的问题、各支部民主生活会和党委调查问卷提出的意见和建议,以及个人思想、工作、生活作风中的问题进行了批评与自我批评,并分别向公司提出了大力营造突破创新氛围、加快资产资金周转、大宗用品统一采购、大胆创新商业模式等建议。

听取了高层的发言后,董事长、总裁靳照表示,各高层的发言都能结合工作找出当前存在的问题,对公司发展提出改进的建议,是客观的、实事求是的,同时也存在个人认识不够深刻、走过场、说客套话、说空话的现象,重点还是要会后狠抓落实,不能“会上热、会后凉”,要对工作有所帮助。

靳总就反映的部分问题进行了重点点评和要求。

关于工作不扎实,有弄虚作假、投机取巧现象的问题,靳总指出,有人说企业文化是老板文化,我觉得我没有弄虚作假,还曾在会上讲过“要向弄虚作假开炮”。做了什么就是什么,这是一种胸怀,也是一种修养。三严三实第一严就是严以修身,对我们来说,修身就是要坚定公司的使命和目标,践行企业文化,提升道德水平、思想境界和个人觉悟,精诚团结,敬业爱岗,忠诚、干净、树立正气。领导在要有正气,领导不在更有正气,抵制歪风邪气,树立正能量。靳总强调,弄虚作假就是欺骗,欺骗组织、欺骗群众,就是不劳而



获,今后,弄虚作假一票否决,作为非常严重的错误对待,这不仅是工作作风的问题,实际上是德的问题。

关于重管理轻经营的问题。靳总强调,做企业就离不开经营管理,公司重管理,但绝不会忽视经营,两个车轮都重要,忽视哪个都不行。“经营管理一起抓,重点抓管理,抓好管理促经营”。不管是重管理还是重经营,最终还是落实到业务经营产生效益上。当前存在职能部门与业务部门有矛盾的现象,职能部门应该积极支持业务工作,业务经营活动是我们的本质,经营效益是我们的使命,业务部门也不能总“看职能部门的眼色行事”。下半年,财务、人事部门都要考核销售、利润指标,商业、房产、多福山的财务、工程人员要人人肩上有任务,要让职能部门主动帮业务部门出点子、想办法,完成任务。

关于个别干部对目标信心不足,把精力放在别出事上的问题,靳总强调,6月26日,中共中央政治局

会议上通过的《关于推进领导干部能上能下的若干规定(试行)》中明确规定了中央要“推进干部能上能下,重点是解决能下问题”。对达成目标没有信心是不行的,干部不仅要关注自己的目标,同时要明确公司的发展目标,但重点关注的还是自己的目标。而“经营效益不好没问题,把精力放在不出事上”纯粹是无稽之谈,要求两级人力资源部门,盘点排查半年任务目标完成最不好的部门,分析主客观原因,主观原因占主要的,要坚决调整一批。

就反映的年度工作“雷声大、雨点小”的问题,靳总明确表示,公司提出安排的工作,尤其是关系广大干部员工切身利益的工作,不能落空,在今年这样的形势下,公司坚持完成薪酬调整工作就是例子。

会上,靳总还就反映问题和意见建议中提到的推诿扯皮沟通难、检查上报材料多、放权不够等进行了点评,重申了“重要事项材料上报一级”,要求上报的材料再砍掉一些,并就人事审批权限做了新的规定。同时还就大宗商品统一采购、员工奖惩事项、外派异地店员工回家、廉洁从业等工作做了安排。

靳总最后总结了“五条十要”勉励大家:工作要放开,作风要严谨;业务要大胆,风险要小心;开源要激进,开支要保守;创新要突破,管理要科学;制度要严格,执行要灵活。

最后,齐总总结指出,要把本次会议作为起点,抓好思想建设和作风建设,针对问题,制定措施、计划。抓好工作重点,围绕效益,通过有效的管理、挖潜,促进经营业务发展,把精力用在研究业务上,用在抓管理促经营上,用在对基层的服务、指导上,在市场开拓和营销创新上主动作为。同时狠抓落实,对照三三三三的要求,严于律己,承担责任,统一思想,统一认识。重管理,做实事,在突破中寻找自我,用业绩检验经营和管理,凝心聚力,在突破创新的道路上不断有新的面貌。 □本报记者 袁启

职代会通过《消防安全实施细则》

本报讯 7月14日,集团先后召开七届七次、八次职工代表大会,讨论并表决通过了《日百集团消防安全实施细则》。集团党委书记、常务副总裁、工会主席齐延丽主持会议,四个代表团64名职工代表参加会议,中高层、各级办公室主任、门店防损部经理列席会议。

七届七次职工代表大会上,集团人事行政总监刘新权宣读了《日百集团消防安全实施细则》讨论稿。《日百集团消防安全实施细则》是依照国家相关法律、法规,集团公司安全管理制度、公司“五禁五视同”禁令制定的,集团安委会、商业公司、安全部门反复讨论,修改、完善,公司高层进行传阅征求意见,形成讨论稿。

会上,职工代表以代表团为单位对消防安全实施细则展开了热烈讨论,并分别提出了意见建议。

在七届八次职工代表大会上,刘新权总监反馈了党、政、工联席办公会对职工代表提出意见建议的讨论

结果。对于“重点防火部位发现烟头扣分过于严厉”、“理货区人员复杂放宽管理制度”等问题,刘总指出,本次制定的《细则》是非常严厉的,管理是非常严格的,目的就是要形成“安全高于一切”的氛围和工作习惯,越是人员复杂的区域,隐患越多,越应当加强管理。随后,职工代表举手表决,全票通过了《日百集团消防安全实施细则》。

齐总指出,企业要想在竞争中生存发展,一靠经济效益,二靠安全环境,没有好的安全环境,就谈不上企业发展。安全生产、安全经营是企业中头等大事,只有牢固树立消防法制观念,树立安全生产意识,强化生产经营部门主体责任,才能规范安全管理。预防火灾,减少火灾危害,坚持“安全第一、预防为主、综合治理”方针,是做好安全工作根本所在。

齐总强调,要提高认识,必须始终如一贯彻“预防为主,教育先行”原则,逐级落实消防安全责任制,做

到考核到位,保障企业消防安全。同时强化落实,强化责任,提高执行力,责任部门对照相关制度,严格执行。要求各子公司、部门会后做好会议传达贯彻,认真学习安全实施细则,深刻领会,快速行动。

此次《日百集团消防安全实施细则》的制定出台,通过职代会的形式让员工参与到制度建立中来,达到了宣传教育目的。对于进一步规范消防安全管理,推动消防安全工作逐步走向制度化,进一步改善消防安全环境,预防和减少火灾事故的发生,具有十分重要的指导意义。

会后,重点部位规定明示上墙已经落实,各子公司、部门对上半年安全工作存在的问题以及安委会在安全生产月活动中检查出的问题,进行了自查整改工作,把防火、防汛、防雷电和食品安全,列入到了重点工作,全力以赴,打造安全环境,使安全上出效益。 □本报记者 袁启 刘馨忆

总结经验 学习先进 提振士气

商业公司召开上半年工作总结大会

本报讯 7月23日,商业公司召开2015年上半年工作总结及特别奖励大会,集团及商业公司技术总监韩敬金主持会议,商业公司基层主管以上管理者参加了会议。

会议首先由各分管领导做半年度工作总结报告。报告中,各分管领导结合当前内外形势,回顾了上半年工作的完成情况,对取得的成绩进行了总结说明,提炼了创新、突破点,对仍然存在的短板和不足进行了深入的分析,并对下半年各自分管的工作进行了计划和安排。

随后,韩总宣读了上半年特别奖励完成情况,对完成特别奖励的新玛特购物广场、万德福岚山店、百货采购部等部门、部门,杨石玲、山永峰、郑荣等个人进行了表彰。获奖的门店及个人代表的发言,从不同角度分享了提高销售额,提升效益的先进做法,给全体广大干部员工提供了丰富的经验。这也是商业公司首次在半年度总结会议上由先进代表分享经验心得,作为本次会议的亮点,这一做法使会议更加务实,对实际工作具有更强的指导意义。

最后,商业公司总经理焦妍作了商业公司2015年上半年工作总结,对商业公司2015年上半年各项业绩指标达成情况及重点工作进行了全面总结与回顾。总结指出,1-6月份商业公司净利润实现同比增长,毛利、销售、预算达成情况较好,其中新玛特购物中心五莲店、新玛特购物广场、万德福岚山店等部门净利润增幅较



大。焦总充分肯定了当前困难形势下广大干部员工同心协力、埋头苦干、解放思想、开拓创新所取得的成果,尤其对营销一线的各门店干部员工提出了特别表扬,并对广大干部员工表达了衷心的感谢。

在对重点工作进行回顾时,焦总提到,上半年商业公司紧紧围绕“紧缩挖潜 务实突破”的八字方针,以顾客需求为核心,用精确的定位、精选的商品、高质量的服务、精心营造的购物环境来打造公司经营的

核心竞争力,深入挖掘潜力,开拓创新。

在总结中,焦总从经营与管理等角度对商业公司2015年上半年的重点工作进行了说明。在经营方面,以效益提升为主线,深耕挖潜,向精细化管理、向合同要效益;引进服务类、体验类项目,推进布局调整工作,创新活动形式;突破机制,对依河园经营模式进行改革试点,全面推行退换货制度改革。在管理方面,继续深化提升创优活动,以员工业务技能提升带动顾客满意度提升;加强干部队伍建设,提升全员执行力;加强人才梯队建设,形成动态管理机制,夯实后备人才梯队培养。同时,加强企业文化建设,提升财务管理水平,加强安全检查工作。

总结还对2015年上半年工作中存在的顾客满意度下降、制度流程执行不到位、门店空间资源利用不充分等现象进行了分析。同时对2015年下半年工作进行了全面部署。焦总指出,下半年的市场形势将更加严峻,我们必须以八字方针为指导,延伸和拓展优势资源,继续挖潜,以市场为前提,提高“商品力”,做好品牌储备与规划工作,推动商品和服务的优化。在管理上继续落实作风提升工作,加强企业文化建设,规范安全管理,强化资源利用。

会后,商业公司各部门、部门迅速传达会议精神,全面落实相关工作部署,以此次大会为契机,总结经验教训,迅速投入到接下来的工作中。 □本报记者 丁玲

高层论剑

择书善用

近日,和一名中层干部聊起公司推荐图书的阅读情况,他是很不好意思地说,近期工作很忙,只是泛泛看了看,没时间深读。同时又说到,现在微信、微博很方便,可以从那里获取更多的信息和知识。和他聊起书中的几个知识点时,他一脸的茫然,说明是真的没有认真阅读。工作忙确实是现实,但是工作忙就不读书,特别是公司推荐的对有针对性的书籍不读,就有些说不过去了。而谈到知识爆炸,从网上、微博微信上浏览的信息中就可以获取自己想要的知识,这也不尽然。

首先谈阅读和刷屏。互联网、移动互联网给我们带来了文字掠读的能力,也即浅阅读能力,一目十行,指尖滑动几万字过去了。试想那些故事性的报道,好几万字快速浏览完,定然都是粗读,飞读。这个习惯,彻底打破了我们阅读的心境,那些写在书本里、纸张上的文字,就再也读不下去了。不能说微博微信不好,但随着碎片式阅读占据了越来越多的时间和精力,这些刷屏式的阅读能够给予我们的回馈往往也流于轻浅,浅阅读得到的知识信息我们到底能够记住多少,又有多少是真正有价值的,这是需要警惕的。

古人语“书山有路,学海无涯”,这些鼓舞人心的话语背后还刻着“勤、苦”二字。鲁迅说过,读书“并不见得高尚,有时还很苦痛,很可怜”。“读书破万卷,下笔如有神”,并不是忽悠人的话,只是多数人的热情持续太短,努力程度太低,根本不够不着游刃有余“如有神”的彼岸。

其次谈择善书。读书本身并不是优秀的标签,而是培育优秀品质的一种途径。读书的人不一定都优秀,但优秀的人一定是善于学习的。所以,还得会读书、读好书、职业的读书,要不就是瞎耽误工夫。

换句话说,读书对一部分人是必不可少的,比如我们的管理人员,我们的骨干。从职业需求的角度上讲,开卷有益并非什么成功的信条,而应当是一种内在的觉悟。宋太宗赵匡胤,曾让人编了一部上千卷的《太平御览》,规定自己每天读三卷,如果某天太忙没有完成指标,事后一定给补上。这种笃信“开卷有益”且“不以为劳”的读书心态,正是个人爱好和职业自觉相结合的典范。

有人说,世上无不可读之书。然而,有些书读起来像嚼西瓜,吃下去的都是营养;另一些如嚼石榴,吐出来的渣滓居多。只要能开阔眼界、丰富体验,就该提倡阅读自由,“读书无禁区”。但是,管理者却不宜简单地读一本算一本,人的精力和时间是有限的,还是要择善书而读。

最后谈学以致用。管理者读书,绝不能为消遣或装点门面,而应当把自我学习和工作联系起来。这不是意味着要功利性地读书,只是说身为管理者,读书不应止于怡养性情,还要有“再进一步”的志气。日本作家鹤见祐辅曾批评英国历史学家阿克敦开卷有益,虽然“他的书斋里,整整排着大约七万卷的图书;据说每一部每一卷,又都遗有他的手迹。他的无尽的知识,相传是没有一个人不佩服的。”但他没什么成就和著作,不过将“无尽藏”的知识,搬进了自己的坟墓。事实虽未必全然,但如果读书只为怡情,即使不算虚度人生,却也不足称道,甚至可以说愧对职业。若是花了大量时间读书却不懂得学以致用,成了地道的“书篓子”,不说担当大任,恐怕连称职都成问题。

托尔斯泰说得好:“真正的学者往往不是读了很多书的人,而是读了有用的书的人。”读书是件艰苦的事,信息时代干扰太多,别太高估自己的自控力,最好的办法是择善书而读。先读一些经典著作,读一些目前急需的专业知识。什么时候读通了、读透了,工作起来才能游刃有余。 □集团人事行政总监 刘新权

举安全之盾 防事故之患

本报评论员

石大科技起火爆,“电梯吞人”事件……一段时间以来,全国范围内安全责任事故频发,安全问题再次给我们敲响了警钟。

安全,是企业管理的重点,是企业生存的根本保证。集团七届七次、八次职工代表大会讨论并表决通过了《日百集团消防安全实施细则》,对消防安全管理进行了明确细致又严厉的规定。只有筑牢安全的大堤,才能杜绝安全隐患,避免安全责任事故的发生。

做好安全工作,必须要有切实可行的机制做保障,这就需要制定严格的制度,加强人员管理,对各项工作流程加以规范。强化责任落实和安全生产的主动意识,建立纵向到底,横向到边的岗位责任制,把安全责任落实到经营管理的每一个岗位和每一个环节,从而对工作起到良好的规范、约束和指导作用。相关责任主体要认真履行监管职责,同时充分调动广大干部员工的积极性、主动性和创造性,发动全员参与安全管理工作,控制自身不安全行为。

首先,广大干部员工必须从思想上高度重视,将安全工作时时放在心上,防患于未然。各级管理者要做好安全教育培训工作,不断强化全员的安全意识,提高安全文化素质,增强防范意识,规范和提高从业人员的安全生产行为,筑起牢固的安全生产思想防线。加强消防安全知识培训,按时搞好消防演练工作,提高全员安全预警、应对突发状况的能力。坚决贯彻落实“安全第一,预防为主,综合治理”的方针,加大安全隐患排查力度,尤其是对重点部位、重点区域的检查。

其次,必须将规章制度落到实处,落到实处,要本着“四个务实”的原则,认真领会各项规章制度。尤其是应当借《消防安全实施细则》出台,对安全隐患进行逐一排查,不放过一个线头、一个烟头,将一切安全隐患消除在萌芽中,坚决杜绝有令不行,有禁不止的行为。

安全生产、安全经营工作是涉及到企业各个部门和各个生产环节的系统工程,要加强部门、人员间协调配合。这就要求各部门、岗位人员结合自身工作,在履行好自身职能的基础上,加强协调配合,群策群力,长期坚持,共同做好安全工作。

安全是企业生存和发展的前提,是企业效益的根本保障。举安全之盾,防事故之患,是只有时刻防患于未然,才能安全生产、安全经营,才能享受幸福的生活!



一线观察

事不关己 高高挂起

留心

前些时间到一线接地气，结对子，有一件事看似虽小，但却有必要说一说、摆一摆、论一论。一次到某门店巡店，白天看到员工更衣室的几盏灯一直亮着，很是可惜，就先把灯关掉，又到卖场找到商场经理，说明情况。商场经理也很是诚恳，答应马上整改。现在虽然责任不清，由他们商场管理，杜绝此类现象的发生。

一段时间没到商场，一周后又到该店进行巡店，再次走到员工更衣室，看到灯又是亮着，很是恼火，难道这点小事都管不了吗？于是在某管理例会上提出此问题，心想大家可能会重视一些。然而5月中旬到莒县店，同样的问题再次发生，两间员工更衣室灯都亮着，而且碰到两名员工在打水，问他们灯的开关在哪里，都说不知道。

作为公司的一页，作为部门管理者，对长明灯现象都熟视无睹，视而不见，对应该关心的事，却漠不关心，高高挂起，这是极其可怕的。

是管理上有漏洞吗？是，也不是。墙上都贴着每日值班部门、值班人员，应该说没有漏洞。但是，只是安排了就一定落实吗？门店安排给部门，部门安排给柜组，但都不去检查、不去督促，又没有奖优罚懒，贴在墙上的制度只能是流于形式，员工也只会熟视无睹。

事不关己，高高挂起，实质是个人责任心的模糊，他们往往对不关自己职责的事务熟视无睹。看到有人私拿公司的物品，装作什么也没发生，遇到顾客上门投诉为图省事，一句话“这不关我的事”就应付过去。不关你的事可以让你躲过一次麻烦，也让你失去改善自己的机会，长此以往，最后在责任与推脱的较量中败下阵来。

“事不关己 高高挂起”是一种打工者的心态，如果仅仅把自己定位于打工者，那就永远都是打工者。



预算花不花

用句俗话解释公司实行费用预算管理的目的，就是别乱花钱。

前几年有过乱花钱的教训，那是在预算双向考核的时候(超支和节余都扣分)，每到月底，各部门都突击花钱，只要有预算，该花的该花的，都花了它，因为节余了扣分。那是制度问题，不能怪执行部门。后来发现双向考核存在弊端，便改革了考核办法，突击花钱现象才有所遏制。

有所遏制，并不等于杜绝，不该花的花了的现象依然存在。上个月，在集团组织的预算原材料联合检查中，发现两个店为花预算而大量囤积连卷袋现象，说是天量亦不过。其中某店的一个生鲜部，就存货2380公斤，占用资金7万多元，按现在的使用量推算，其库存可以使用7年。这些库存，是这几年为花预算，一次次领用积攒下来的。为什么这样不断的领用？理由是今年的预算不花，明年就没有预算了。理由堂而皇之，但在经不起推敲。

不该花的预算花了，明显是个错误，那么，该花的预算不花，是不是就对了？也未必。商业公司有一个门店，5月份发现广场的高杆灯倾斜了，联系安装单位维修，现场勘查是被车撞的，不在保修范围，要维修需要2000多元的费用。于是，门店冒着灯杆歪倒的风险而搁置了，因为没有预算，就这样，两个多月过去了，高杆灯依然是“灯歪歪”。这个灯歪歪会不会在某一天突然“彻底歪”，谁也说不准，但歪倒的危险肯定是在的，这不是“预算”不让歪它就不歪的，等歪倒了，出事故了，再后悔也就晚了。类似的突发事件，花不花实在是在不能探讨、不能商量的，是选择危险还是选择节约费用，无须细说了。

预算花不花，是可以选择的，但不是随意的。不该花的花了，是错误，该花的不花，也是错误。科学预算、合理开支，才能发挥预算的调控作用。

费用有没有是预算的事，花不花是人的事，该不该花则是责任心。有一个认真负责的态度和一个忠于企业的责任心，预算到底花不花，自然会很明朗的。

□ 集团办公室 通讯员 邢景山

编者按：此次集团党委高层民主生活会上，董事长、总裁新照特别点出预算物料盘点中囤积物料能用三年五年甚至十年八年的问题，强调这与公司当前提出的节能、挖潜，以及加快周转是格格不入的，要将此表明如故犯的做法视为弄虚作假。

近年来，公司在预算、资金管理等方面做了大量工作，全体干部职工应当统一思想，把“业务当先 效益至上”的理念落到实处，共同做好预算管理工作。特别是当前形势下，更应当做好盘点，加快周转，积极开拓销售，增加现金流，提高经济效益。

新亮点



打破机制试试再说

随着新总提出要敢于打破机制，大胆经营，很多人都跃跃欲试，却都不敢做第一个吃螃蟹的人。门店总经理张永勤说：“大胆创新，突破传统，我们要勇于尝试，敢拼敢打才是我们日百人。我们要在2015年推出更多创新项目，切实做到务实突破，向创新要效益！”一个个大胆的想法在张总的鼓励下诞生，又被我们逐个推翻，如何自主创新？如何突破传统？一时间成了热议话题。

就在我们还在思维碰撞时，一次店例会上家居部赵善省经理说今天他们的陶瓷彩绘就要开张了！在我们的惊讶中他介绍了这个项目。像大多“创业者”一样，赵经理马上被大家的疑问包围了：资金哪里来？由他个人承担第一次的进货费用200元。销售员哪里来？由本柜组员工代管。钱到哪里去？部门经理、一名主管分别管账，设立台账本，保证账款清楚。200块钱的自营项目就这样诞生了。

散会后，大家纷纷到四楼去参观家居部的彩绘项目。说是项目，其实不过是两块不用的废弃木工板担起来的桌子，几十个随处可见的陶瓷，

喝剩下的饮料瓶做成的笔筒，还有一处空闲的地面。看热闹之余，大家纷纷询问赵经理的点子如何而来。赵经理笑呵呵的说小本经营不值一提，主要就是为了吸引人气，拉动部门销售！

陶瓷彩绘就这样开张了，确实带动了不少人气。顾客表示孩子放在这里涂鸦，收获了快乐，大人还可以安心购物，真的挺不错。听到顾客的肯定，赵经理更是决定好好利用陶瓷彩绘，吸引顾客。六一儿童节店里外到处是来参加互动活动的孩子，赵经理抓住机会和员工穿梭在人群中，分发自己印制的陶瓷优惠券。

当我们做自营面食时，困难是有的；当我们开发市场时，困难也是有的；当我们自主招商时，困难还是有的。困难再多又何妨，重要的是我们如何应对。

面对经济形势的变化，竞争的激烈，我们不得不创新，不得不突破，唯有改变才能走出一条新路，只要尝试就会有所收获。也许我们做的达不到期望的效果，但是唯有努力过，才能知道成效。□ 商业公司新玛特购物中心莒县店 通讯员 张晚青



将大集请进卖场 将卖场搬上大集

场景一：卖场内，顾客熙熙攘攘，工作人员紧张而有序的忙碌着。收银台处的顾客也排起了长队，只见他们或提着购物篮，或推着购物车，里边都装着满满的各类商品。“蕙德福的东西真便宜，下周二会员大集我还来。”几名顾客对刚才的购物之旅依然意犹未尽。

场景二：安东卫大集上，洗衣粉、卫生纸等民生商品陈列有序，工作人员热情的服务，宏亮的叫卖声吸引了大批市民前来选购。“蕙德福又来赶大集了，商品质量有保证，价格还便宜，赶紧去看。”销售现场被围了个水泄不通，一会的功夫商品就被抢购一空。

将大集请进卖场，将卖场搬上大集，商业公司蕙德福岚山店积极探索，寻找到了新的销售机遇。借助传统的大集，将数种民生单品在大集上进行陈

列销售。在商品单价低的情况下单个大集销售额达到5000元，获得了经济效益的提升。更特别推出“小家电进社区”活动，将便利与实惠带给居民，成为了“老百姓身边的好邻居”。

另外，蕙德福岚山店还创新了传统的“周二会员答谢日”活动，二元购入场券，即可享受更多单品超低价格，这种新颖的形式吸引了广大顾客的热情参与。活动开展以来，单日销售额同比增长超过百分之二十。

面临市场动力不足、竞争门店多的多重压力，如何突破传统的销售模式，扩大顾客群，实现效益的提升是各门店当前亟待解决的问题。蕙德福岚山店的系列创新举措进一步拉近了与顾客的距离，对打造门店价格形象具有重要作用，值得借鉴学习。□ 本报记者 丁玲

创先争优 争做销售先锋

关键业绩指标排名榜

(2015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	新玛特购物广场家居部	1
	日照店杂货部	2
	蕙德福岚山店服装鞋帽部	-2
采购部	蕙德福莒县店鞋帽部	-1
	百货采购部运动休闲类	1
	超市采购部粮油调料类	2
	百货采购部男装类	-2
采购部	超市采购部针棉软百类	-1

商业公司年度毛利完成比例排名

部门	名次	
营销部	蕙德福岚山店	1
	新玛特购物中心五莲店	2
	新玛特购物中心岚山店	-2
采购部	蕙德福莒县店	-1
	百货采购部男装类	1
	百货采购部日化类	2
	超市采购部针纺招商类	-2
采购部	超市采购部针棉软百类	-1

注：以上数据(不包含黄金自收款)由商业公司预算部提供，负数为倒数。

行动起来 突破就在我们身边

新常态下，市场需求动力不足，竞争门店众多，商品同质化加剧，招商难度加大，面临多重困难，提升效益的难度日益增加。如何充分利用现有资源，解决难题，积聚人气，提升效益，是当前亟待解决的问题。面对困难，商业公司新玛特购物中心岚山店通过面食、休闲小食品类自营，行动起来。

超市内，卖场经理带领柜组主管、员工在熟食制作区干得热火朝天，有的炒菜，有的包包子，有的做馒头，颇有点家庭小厨房的味道，到了饭点儿，前来选购的顾客络绎不绝，所制作食品均能在当天销售完毕。自营面食、菜品受欢迎，吸引了不少顾客，还带动了周围麻辣烫等专柜的销售。在二楼一拐角处，部门利用供应商留下的各类器具开始了休闲小食品自营，积聚了人气，使卖场更加热闹。

自营项目虽小，可其反映出的深层次的意义值得我们深思。尤其是当前形势下，企业面临市场疲软、经营成本居高不下、竞争日益激烈等重重困难，我们更要深入挖掘诸如通过自营积聚人气等突破性举措的现实意义，对好的做法进行鼓励推广。

这些小的项目看上去并不能马上为企业带来十分可观的经济效益，然而我们应当看到的是，困难面前，有人退缩抱怨，有人观望等待，有人迎难而上，大胆尝试，其中积极探索，敢于动起来的态度和勇气与精神值得广大干部员工学习。

任何情况下，坐、等、靠都不能解决任何问题。正如改革开放前夕，全中国面临着经济、政治形势的巨变，“出路在哪儿”成为了全中国的疑问。时势造英雄，就是在这种形势下，海尔、联想等企业乘势而上，抓住机遇，主动作为，迅速崛起，至今仍是时代的弄潮儿；安徽省凤阳县小岗村最先开始实行“农村家庭联产承包责任制”，全村村民成为了最先富起来的一部分人。当然，新时代也使无数畏首畏尾、停滞不前的企业走向灭亡，使瞻前顾后、消极等待的人们在贫困线上多挣扎了很多年。

巡店时遇到一些资源闲置，询问后得到的总是类似于“采购部暂时还没招到合适的品牌”等答复，而有些人能够不仅仅依靠采购部，而是利用自己手中的资源，积极开展招商工作。公司是船，我们在船上，越是面对困难，越是需要每个人都保持主人翁心态，以积极的态度对待公司经营管理，主动行动起来，才会使公司发展更上一层楼。

“突破”是公司应对新常态的有力武器，乘势而上的勇气，顺势而动的担当，新常态下，希望广大干部员工人人都能动起来，面对困难，应对挑战！

□ 本报记者 袁启



图为新玛特购物中心超市调整后局部

现新玛特购物中心广场负一层超市外休闲区对以下项目进行招商：中西快餐、日韩料理、咖啡厅、牛排店、名品小吃。

招商电话：18363306669 联系人：山经理

新玛特购物广场超市布局调整展新颜

上期《日百文化》营销总监唐梅合发表的《新常态下零售业的业绩提升》一文，给我们带来诸多启示和思考。那么，新常态下业绩如何提升呢？2015年公司提出“紧需 挖潜 务实 突破”八字方针，字字珠玑，无一不道破当下经营管理的精髓。就本次调整工作来说，打破了以往“大而全”的品类规划，转而追求“精而美”，保障效益最大化。在当前消费者主权时代，顾客消费愈加理性，如果再一味追求商品品种的“多而全”，经营面积必将成为制约超市业绩提升的短板。本次调整通过科学的数据分析和对比，根据品牌、单品的效益贡献度分配陈列面积，在满足顾客购物需求的基础上，杜绝了“白占地”及“效益与面积不成正比”的现象，减少了无效品种对资源的占用，突出了超市商品“少而精”的特点，这紧扣住了当前的经济形势和市场脉搏。

历经三个月的超市调整工作已顺利过渡到外围招商阶段。收获的前提亦是付出，每一次布局调整工作的顺利实施，都意味着背后许许多多的汗水和心血。我们在欣赏和期盼累累硕果的同时，亦不能忘为此兢兢业业、加班加点、任劳任怨、无私奉献的干部员工们，尤其是在调整中给予我们人力支援的采购、企划、物流及后勤服务部的同仁们，大家默默无闻的付出，让我们再次深刻感受到了日百精诚团结、敬业爱岗的文化内涵。多年的零售经验告诉我们，超市的发展立足于准确

的市场定位和不断的经营创新，新玛特超市布局调整工作正是为下一步充实品类结构，提升品牌形象，为加强环境、卫生、价格、服务方面的专业化管理奠定基础。我们相信以本次调整为契机，围绕下半年中秋、国庆、店庆及圣诞等重大节日，在科学合理的规划下，门店的经营业绩一定会得到显著提升。

□ 商业公司新玛特购物广场 特约记者 秦伟



图为新玛特购物中心超市调整后局部

《日百文化》投稿 (2015年7月)

部门	投稿
五莲新玛特	36
莒县新玛特	22
莒县蕙德福	21
商学院	19
岚山蕙德福	17
岚山新玛特	11
日照店	10
房产公司	8
新玛特广场	7
企划中心	1
集团办公室	1

《日百文化》采纳 (2015年7月)

部门	采纳
新玛特	4
五莲新玛特	4
莒县新玛特	3
岚山新玛特	3
日照店	2
房产公司	2
莒县蕙德福	2
岚山蕙德福	1
集团办公室	1
商学院	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，共同打造出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：
rbqywh@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

员工风采

花开无言 芬芳漫野

初见寇杰，淡淡的妆容，优雅的举止，莞尔的微笑中流露着些许的拘谨与羞涩，让人很难与想象中那个干练、精明的专家技术型员工联系在一起。

还在做收银员时，为了减少顾客等候时间，给顾客最好的购物体验，寇杰经常利用休息时间进行视频学习以提高收银速度和准确率。但很多技能的学习光看视频只能了解一二，更多的操作需要后期的钻研与思考。就拿点钞这一项来说，拿钞方式、点钞位置、注意力集中度……都影响着最终的点钞速度与结果。为此，她默默的付出了很多汗水，别人休息时她在学习，没有顾客时她在练习，就连平时与同事交流她也是进行技术的探讨。

她严格要求自己每次练习都有提高，每次学习都要有收获，最终达到了单手点100张18秒的水平，还练出了单手打扇面、单指多张点钞、三指快速点钞、手按式点钞等新的点钞花样。想必她多次在业务技能大赛中取得好成绩的奥秘也就不言而喻了。“她总是默不作声地把事情办了，而且办得非常棒，总能让大家在惊讶之余感到敬佩。”同事们如是说。

低调做人，高调做事。对自己取得的成绩她总淡淡一笑，但她却注重每一个细节。一次，一位购买零散物品较多的顾客，拿了过多的平口袋子出超



市，结账时收银员提示无果的情况下，愤怒的顾客将袋子里的东西全摔了。寇杰主动将顾客带到自己的收银台进行结算，安抚顾客，倾听抱怨，将事件圆满解决，后来这位顾客每次到门店购物都主动打招呼。顾客无小事，遇到问题时她总是设身处地为顾客着想，似和风细雨般感染顾客，让顾客满意而归。

“内秀、学习能力强，每次来新员工安排给她都特

别放心，她既是全部门的老师，又是督察员。”在提到寇杰时客服部刘静静经理这样说。经过寇杰培训的新员工能很快上岗，出现问题少、业务掌握熟。沉静内敛的她在为新员工培训时更多的注重心理沟通和心理素质的建立。或许她的培训不够激情昂扬，但她总能用自己的言行举止感染身边的每一位新员工，在新员工之间建立熟悉的伙伴关系，帮助她们很快融入团队，在工作中感受到快乐的气氛，享受工作。

很多人在评价寇杰时说：“不能用什么轰轰烈烈的词形容她，她总是默默的学习、付出，但她总能让人感到踏实，值得信任。”一个信任，一句踏实，看似朴实无华实际上却是对一整天和钱打交道的员工最高的评价。

寇杰一直以她的沉稳、严谨、执着、认真，为门店守护着资金的安全。现在转岗到岚山新玛特店客服部顺款员位置的她职责更重了，但薪资较之前而言少了。说起这些她只是淡淡一笑“在不同的岗位能学习新的知识，更好地成长。”简短的一句话中让人敬佩之情油然而生，看似默默无言与世无争，实则目标远大志在千里。

每次提起寇杰，总能想到深山幽谷的兰草花，看似不起眼，却在角落里一直默默吐露芬芳。花开无言，却年年岁岁花开放，让漫山遍野浸润芬芳。

□ 本报记者 刘馨忆

身边人 身边事

真诚赢信任 服务提销售

2015年5月份公司掀起了“学先进 树典型 建功日百”主题活动，部门全体干部员工积极学习讨论，个个争当先进，在此期间也涌现和挖掘出一大批优秀的先进个人。

酒水柜组安慕希导购员安芹，2008年12月份进入新玛特购物广场工作至今，多次被评为优秀导购、十佳导购，是公认的销售能手、业务标兵。

2008年安芹在生鲜部恒温组任思念厂商导购，卖场冷柜区温度低，出入冷库温差大，很少有员工能够长时间干下来，她不怕苦，不怕冷，克服了种种困难，在平凡的岗位上干上六年。六年里最难的就是冷柜出现异常，还记得有一年夏天临近下班，安芹走到冷柜区时听到一声异常的响动，多年的工作经验告诉她冷柜出了问题。虽然临近下班，但她还是第一时间汇报给主管，为了防止商品损坏，她带领大家及时将商品搬入内仓冷库，顾不上擦额头上的汗水，又赶紧忙上忙下的沟通联系维修人员。正是安芹丰富的工作经验让她及时发现并解决了问题，在最短的时间里将损失降到了最低。

2013年，由于意外事故安芹受伤了，不得不离开心爱的工作岗位。在家休养了4个月，因为一直牵挂着品牌销售，她不顾家人劝阻，毅然来到工作岗位。在此期间，她搬运货物，做销售，将品牌销售从低谷拉到高峰，圆满完成公司布置的销售任务。

身体原因她不得不在2014年11月份调离了生鲜恒温组，来到杂货部任安慕希导购，她的到来给柜组带来了活力和动力。2014年市场竞争压力大，各个品牌销售出现了不同程度的下滑。安芹并没有因为大环境而气馁，每当顾客临近，她都会面带微笑的迎上去，热情的招待顾客。不管顾客所购买的是不是她销售的品牌，都能够给予最真诚的服务，直到顾客满意，坚决不放弃每一次销售达成的机会，正是这份坚持让她赢得了顾客的信赖与支持。

有一次，一位顾客来到卖场询问购物车是否能送货上门，安芹在得知是幼儿园采购人员时，心想这应该是一个提升销售的好机会。她急忙走上热情的询问需要购买什么商品，地址在哪。当听到顾客想购买一批低温酸奶时，安芹便及时给顾客提出了更好的建议。顾客听了之后觉得有道理，于是订了第一批货，帮顾客选好商品之后，安芹又帮顾客将商品送到了幼儿园。

正是因为她的这一腔热情，使得他们形成了长期的合作关系。直至后来，当幼儿园里缺少货物时，一个电话安芹便会将所有的商品准备好，自行垫付货款并送货上门。不管刮风下雨，只要顾客有需要，她每次都能按时给顾客送到指定地点。通过自身努力，安芹获得了顾客的信任和好评，其销售的安慕希由去年十几万元猛增至三十多万元。

成绩的取得离不开安芹的无私奉献和对工作的热爱，她用实际行动践行着企业文化，演绎着日百人的风采，我们为有这样的好员工、好同事而感到骄傲。

□ 商业公司新玛特购物广场 王凌云

敬人敬业赵大姐

6月20日，九阳内购会在新玛特购物中心岚山店落幕。从活动策划、宣传，到活动现场的准备，再到活动中的顾客服务，以及活动后的效果监测，凝聚着大家的辛勤付出。活动期间以及收获不用多说，最让我感动的是新晋导购员——立升净水器专柜的赵来莲。

5月1日立升净水器专柜新来了一位导购员，我对她的第一印象就是普通的不能再普通，中等身材，偏黄的肤色，架在鼻梁上的眼镜增添了一些文化气息，金黄色的头发透露着她对美的追求。在一个月里我们一起探讨商品知识、推销技巧，我能明显的感觉到她的进步和她的尽职尽责。

6月17日我把内购会的任务分配下去，并分发了相应任务的内购券，赵大姐没有任何抱怨，她问清了所有的问题，当天下午就告诉我已经联系了三个有购买需求的亲戚，她的这份热情让我很感动。第二天就把自己的五张内购券都送给了亲戚朋友，并把内购券的内容宣传给了他们。

我随时关注着员工手中内购券的情况，发现好多员工手里的券都没有发出去。班前会上我提出来这个情况，赵大姐没有因为自己已经完成的任务而停止努力，班前会结束之后她提出她柜台有一些客户的资料，“这几个顾客是安装过立升净水器的，我之前回访过他们，之前他们来店里的時候我留意到他们的消费能力绝对是我们的目标客户。你可以借着回访再宣传一下内购券，让他们过来看看。作为我的老顾客，如果他们需要，我可以把券作为立升回馈老顾客的礼物送给他们。”按照赵大姐的建议，18号下午我联系了她们。20号九阳活动现场立升的那几个客户如约而至，他们看到了自己需要的商品，接受了大姐赠送的内购券，并十分感谢我们通知他们有如此优惠的活动。

赵大姐利用自己的老顾客信息，加上亲戚朋友这些资源，为柜组联系了二十多张内购券的销售使用。

她带给我一种许久未曾有过的感动，感动的不仅仅是她的无私，更是一种敬人敬业的工作态度！

□ 商业公司新玛特购物中心岚山店 侯凤姣

今晚，我留下

作为一名管理培训师，前期通过公司“学先进 树典型 建功日百”活动深刻感受到先进事迹带来的精神力量。

用心领悟，亮眼观摩。我在心中点燃了一座灯塔，手中举起一盏明灯，不断探寻着前方的路。在寻路的过程中我逐渐发现，先进就在我身边，在我们前行的路上。

近期，男装部调整，每晚都有施工，需要安排人员看护。可是这次调整幅度大，时间久，我们也必须做好打长期仗的准备。于是，我们按照专员轮换，可是问题来了，一个部位装饰值大夜至少需要两名人员看护，一旦规模范围加大，就需要更多的值班人员，以确保整个商场的安全。然而，我们多数专员人员配置是两名导购。人员有限，而且一旦值过大夜势必会影响第二天的班次，甚至会影响到我们部门的销售。

在人手短缺的困难面前，我们鞋柜组主管房建宏大姐，斩钉截铁地说道：“今晚我留下，让他们回去休息，明天好把销售抓上去！”可她这一留下也并不是一晚，为了能让员工有休息时间，不耽误次日的工作，调整以来她先后6次值大夜。其实房姐本人身体状况并不好，每次值完大夜她都要做一天火疗，坚持到后来做火疗的频率也更多了。小伙伴们都是看在眼里，念在心里：您辛苦了！

作为一名仅有几个月便要退休的老员工，在工作上仍如此尽心尽力，不辞劳苦，拼搏在前，她的精神与毅力感染着身边的每一个人，这是一种高尚人格魅力的展现，是对爱岗敬业最好的诠释！也是一名日百员工对企业深深的情感！

□ 商业公司新玛特购物广场 刘辉

一线基层

饮料节 送清凉

7月，商业公司各门店推出“可口可乐乐 冰爽饮料节”活动，深受广大消费者的喜爱。整个活动以“西瓜大王”争霸赛、“激情畅饮”争霸赛、“微信支付1元抢”、“会员第二件半价”等形式展开，并联合厂商“夜场路演”的形式助力冰爽饮料节。

“西瓜大王”争霸赛的现场，各参赛选手，一边，大快朵颐，快速吃西瓜；另一边，屏息凝神，再三揣度西瓜的重量。对活动评选出的冠、亚、季军选手，门店不仅为他们戴上特别设计的“西瓜大王”帽子更是送上奖品，赢得了顾客的欢心。“激情畅饮”争霸赛上，各选手更是喝得酣畅淋漓、激情四射，最终满载而归。

在活动期间使用微信支付或在朋友圈转发冰爽饮料节的宣传内容，即可获得“可口可乐1元抢”等优惠。在各门店的共同努力下，该档期饮料环比增长20%以上，销售数量、金额均有大幅提升。

品牌运营部的努力洽谈，提高了本次活动的力度，赢得了消费者的口碑。在炎炎夏日，让消费者有了一个避暑新去处。“冰爽饮料节”活动的开展，吸引了客流，带动了夏凉商品的销售。真情回馈会员、答谢会员的同时，抢占了有限的市场份额，提高了交易额。

□ 本报记者 刘馨忆

军训中的升华

2015年上半年，经济形势愈来愈严峻，作为老店的日照店也面临着危机和挑战。为改善员工的精神面貌，提升员工的纪律性和执行力。自7月6日开始，日照店利用早进店前的45分钟开展了为期两周的军训活动。

因为时间关系，本次军训将“站军姿”、“左右转”、“行进立定”、“步伐变换”等基本项目作为主要训练内容。短短的两周军训，教会我们的不只是军队式训练，更多的是让我们接受了一次意志的沐浴，精神的洗礼。

军训带给我们的最基本的一点是要拥有铁的纪律，遵守规则，接受约束。国有国法，家有家规，公司有公司的规章制度。所有员工只要在岗，就应该养成自觉遵守规则的习惯，绝不能马虎马虎，更不能视规则于不顾。

军人以服从命令为天职，一个企业又何尝不是这样？企业再好的决策，再好的经营理念，如果没有强有力的执行也永远是空谈。本次军训着重加强了员工执行力的训练，强调令行禁止。队员们从一开始，一个简单的指令动作都没法统一完成，到训练后，动作步伐协调统一，执行力得到了有效的提高。2015年是商业公司的“作风提升年”，员工执行力的提高对于公司来说是一个大大有利的好消息。

一个水桶的容积不是取决于最长的木板，军训中进行队伍的整齐与否也不取决于动作最标准的队员，有一个队员做错或是动作不准确，都会影响整体效果。训练休息期间，好多队友放弃休息，主动去帮助动作不标准的队友。在互相帮助下，大家都能标准地按照指令完成动作，配合默契，极大地增强了团队的凝聚力和向心力。

本次军训时间虽短，但从最后的会操就可以看出，每一个参训人员由仪表姿态到行为表现、思维方式都得到了一个崭新的升华和提高。培训过后，日照店的员工们凭着高昂的斗志和饱满的热情，将以更崭新的面貌投入到自己的本职工作中，为企业创造新的辉煌！

□ 商业公司日照店 肖树伟

万斤西瓜不是奇迹

秉承着促销要促效的经营方针，新玛特购物中心岚山店以西瓜为磁石点，吸引顾客，带动客流量增长，提升经营形象，引爆顾客的购物热情。

经过采购部的洽谈，最终西瓜、甜瓜以较低的价格与供应商达成协议。详细部署后，生鲜部联系客户预订了一万五千斤西瓜。

活动前一天，大家提前进行卸货，从干部到员工排成了长长的队伍进行西瓜接龙。面对七八斤重的西瓜，大家没有一个喊苦喊累，心里只有一个目的，早点卸完，让顾客买到最新鲜、最便宜的西瓜。

活动一开始蔬果区便被顾客里三圈外三圈围着，这一天西瓜成了新玛特的焦点，成了销售的主角，在大家齐心协力的努力下，活动当日销售西瓜5587个，共计11348斤，销售额5447元，同期增长了接近3倍，看到这样的业绩，所有的汗水都是值得的！

在这竞争激烈的时代，只要我们充分分析市场，找到一个恰当的切入点，用心服务于每一位顾客，做到“想顾客之所想，急顾客之所急”，我们就能赢得市场。

□ 商业公司新玛特购物中心岚山店 于文龙

用心坚守“不满意就退货”



迎宾音乐刚刚响起，

珠宝区还在忙着整理商品，老凤祥柜台前匆忙地走来了一位四十几岁操着外地口音的男士。“服务人员，麻烦问一下，在你们这里买的黄金可以退货吗？”我一愣，马上放下手中的活儿迎了上去。经过一番了解，我了解到这位客人是来日照出差的。前天在我们柜台上买了一条价值一万多的黄金项链送朋友，结果不巧，他的这位朋友临时有事出国了，礼物没有送出去。听说百货大楼有“不满意就退货”的承诺，他抱着试试看想法来问问。

对于黄金首饰的退货问题，我们的处理一直是比较谨慎的。黄金以旧换新是需要过火熔金辨别真假的，但如果是新首饰退换，关系到商品能否二次销售，是不能用火熔金的，只能凭商品的外观以及自己对商品的熟悉程度主观来判断。对于这名顾客的到来，我多少感到有些担忧，刚刚过去的6月份发生在临沂和湖南湘潭的三起黄金首饰调包案让人心有余悸。

我一边招呼着顾客，一边内心忐忑着。百货大楼的“不满意就退货”人人皆知，大家就是奔着这个承诺来的，如果商品没有问题我们是否必须履

行这个承诺。可是，贸然退货我们承担的风险很大，一万元不是个小数目。这位顾客似乎觉察到了我的为难，也不好意思地解释着。他说他知道珠宝首饰一般是不退货的，要是实在退不了也不让我们为难。听着他坦诚的话语，我也放松了许多。他能站在我们的角度思考问题，为什么我们不能站在顾客的角度为他们想想呢？

“不是的，先生，‘不满意就退货’是我们百货大楼的承诺。不过我们的退货是有流程的，还请您稍等一会儿，我需要找我同事一起给您办理。”说话间我为他倒上一杯水，然后拿着货品和两个同事进行仔细检查，通过用放大镜查看M扣印记以及对商品进行称重核实克数，在确定商品没问题后给顾客办理了退款手续。顾客拿到钱后感激的说：“给你们添麻烦了！能在这么短的时间内给我退了钱，百货大楼的‘不满意就退货’果然名不虚传哪！”

正是“不满意就退货”这样一块招牌，使得我们百货大楼的珠宝销售在所有竞争商场中首屈一指，更有许多顾客舍近求远，专门选择到百货大楼购买。这是诚信给我们带来的好效益。

坚守承诺，把“不满意就退货”落到实处，是我们的职责。诚信日百，不满意就退货，我们用心坚守的承诺！

□ 商业公司日照店 陈燕燕

闲时练兵用时方精



前一段时间在电话抽查

各项目组工作情况时，发现不时会有员工在接电话过程中没有规范的使用服务敬语，取而代之的是懒散无力的招呼声。这不禁让人疑惑，我们各项目并没有新进员工，难道以前没有培训基本服务礼仪吗？

公司接打电话的礼仪规范也不知道吗？带着这些疑问部门召开了全员会议，让每位员工发言，剖析问题所在。起初大家还遮遮掩掩，经过引导和鼓励大家才一一道出，通过大家的交流总结出以下几个问题：

政策调控使房地产业低迷，房屋销售骤减，各个项目的销售几乎为零，所以平时培训所学的服务敬语很少用得上；

我们各项目目前正处在在建状态，前期预售认筹期已过，竣工交房期未到，加上房地产行业的不景气，极少有客户主动打电话咨询房源情况；

员工考核电话营销，主要是老业主的回访交流或是从黄页中按号段盲目打电话推介房源情况，并

未带来实际的效益，反而使话费居高不下，一段时间以来来电几乎是内部的沟通，很少有外部客户业务。

综上所述，个别员工产生了内部交流无需使用服务敬语的想法，所以才出现了接听电话慵懒懈怠的状态。

原因找到了，如何让员工认识到问题的严重性并非是一讲道理，批评一下员工的错误这么简单，习惯不是一日养成的。为此，部门决定再次组织相关人员进行全面培训，通过视频演示、理论分析、个人形象、企业形象及信誉等各个角度进行培训，让员工明白练兵千日用在一时，闲时练好兵，用时方能精的道理。看似小事一桩，如果不及时修正，必将有损公司整体形象和效益。

市场竞争如此激烈，越是市场不景气，越是要提振士气，全员用心接待好每一位顾客，抓住每一个为顾客服务的机会，从而提高顾客满意度和成交率。（选自第二季度中层经营管理案例）

□ 房产公司 通讯员 李伟



本报讯 借助当前火热的微信红包进行延伸，7月25日，新玛特购物中心五莲店组织了“现金红包免费抢”活动，进店顾客购物不限金额均可参与活动，全天共组织红包派发11场，单场集客超过300人次，场面火爆。

此次活动将往常的赠券改为发“现金红包”，吸引力较大，同时创新性的采用流动式宣传，制作20余个宣传牌，安排人员遍布县城各大路口宣传，地点也由以往的固定位置改为流动式开展。活动极大的带动了客流，促进了销售，在整个县城引起轰动，得到了顾客的广泛参与。

□ 商业公司新玛特购物中心五莲店 胡勇

收获与展望



有付出就有回报

2015年6月26日,对于萬德福莒县店的全体干部员工来说是一个鼓舞人心的日子,因为经过共同努力,激烈角逐,门店获得了2015年上半年营销部中层业务技能大赛团体冠军!消息传来,全体员工欢呼雀跃,奔走相告,团队士气大增!

团队成员在中层知识竞赛上表现精彩,他们反应迅速、思维敏捷、配合默契,特别是在5分钟快问快答环节中回答了27道题,是整个竞赛最为精彩的亮点!他们的精神感染着我,感染着在场的每一位观众。

“一份耕耘,一份收获,有付出就有回报。”这是颁奖台上焦总对我们的评价,还听到有的同事这样说:“莒县店的团队太有战斗力了!”沉甸甸的奖杯凝聚着汗水与努力,在这一刻,所有的付出都是那么的有价值!

业务技能一直是各级需要去提升的环节,而在提升业务技能这条道路上,没有捷径可走,唯有踏踏实实的钻研,发现不足,制定措施,

每一步都来不得半点虚假。面对挫折和困难,我们不退缩,积极探讨,找出解决的措施。我们用独特的方法来提振士气,制定了工作格言和团队合作精神口号,“团结一心,其利断金;众志成城,飞跃高峰;我们相互信任,我们彼此尊重;我们是智慧的一员,我们是团队的精英;让我们全力以赴!技巧提升!精益求精!持之以恒!直到成功!”每天在员工班前会上、中层的会议上,我们用响亮的口号喊出团队的激情和凝聚力,顿时热血沸腾、激情澎湃。口号喊出的是激情,团队技能的提升还需要脚踏实地的去落实,去改善和进步。

我们深知,在团队合作过程中,离不开每位团队成员的辛勤付出,通力配合。我相信,我们这个团队在今后的工作中更加团结一心,抢抓机遇,务实突破,再创佳绩!

商业公司萬德福莒县店 特约记者 张晓庆

人人用心 人人有奖

业务技能大赛开赛啦,花样面点的参赛作品是幸福家园,由16组卡通面点组成,里边有小鸟、小刺猬、小鸭子等小动物,还有一对玩耍的小娃娃。面点的制作原料主要是面粉、鲜牛奶、白糖等,不含任何添加剂和色素。上色采用面粉原色或者用纯蔬菜水果榨汁和面。整个作品有负责创意的,有负责指导的,还有实际操作的,是集体智慧的结晶。

造型各异,形态逼真的卡通面点让评委们交口称赞,顾客们争相观看,幸福家园最终得分9.8分。“得奖了吗?”面点制作人之一汪建平答道:“我普通话说的不好,加上紧张,没把幸福家园的寓意完全表达出来,没能获奖,有点遗憾。”

刘春梅实习店总说,虽然没能获奖,但是每个人都用力了,用心了,都得到了不同程度的提升。通过比赛,我们面点的制作技能提高了,花样增多了,赢得了广大顾客的喜爱和赞扬,我们是成功的。

形态各异的卡通面点组合成的动物园,象征着团队中每个人都为比赛而努力,

象征着萬德福是一个大家庭,萬德福的发展需要大家共同努力。另外,绿菜花和凤凰寓意着栽上梧桐树,引来金凤凰,象征着日百蓬勃发展,吸引更多的人才加入。

通过比赛,我们在提升,我们在收获。接到比赛通知后,为寻求突破,推出新的花样面点,汪建平和杜桂彩两人利用下班时间借助网络学习,不断讨论、实践。比如上色,最先是色素,经品尝口感不是很好。经过多次改进,终于做出了口感好、外观漂亮、原生态的卡通面点。比赛期间,销售一空,供不应求。面点组一天的销售业绩翻了好几番。

业务技能是提高顾客满意度的保障,是效率和效益的保证。通过比赛,不是把谁比下去把谁托起来,而是使参赛选手成为业务能手,团队成为精英团队,从而创造更高的业绩,使公司获得更好的发展。

只要用心,每位参赛者都是获奖者。

商业公司萬德福莒县店 特约记者 赵淑妍

我觉得可以从以下几个方面提升业务技能:发动全员参与的积极性,营造高涨的学习氛围,让提升业务技能常态化。在平时的工作中认真组织学习业务知识,例如:销售技巧的掌握,陈列方法的训练等。在各个柜组中,可多增加关于业务技能方面的活动,让每一位伙伴都能锻炼心理素质,提升业务能力。

商业公司新玛特购物中心五莲店 于祥玲

经过这几个月的业务技能学习收获了很多,比如处理突发事件的流程,商品把关方面的技巧,还有消防设施设备的使用方法都能够熟练掌握。有些工作是有技巧的,有些工作是需要付出努力才能熟练掌握的。比如大米掂重就是需要技巧的,在掂重前我们必须先看一袋子大小,然后在手中掂量一下,这样才会掂得准。还有消防水带的卷盘,只有熟练才可以卷得更快更好。只有天天坚持学习,我们才可以提升业务技能。

商业公司新玛特购物中心莒县店 李林杰

业务技能比赛的开展让我收获颇多:从事零售业,销售商品的前提,首先要了解商品质量是否符合国家标准。学习的过程让我了解了更多的商品知识和细节,更是让我看到了商品质量检查的重要性。作为百货业态的主管,只有自身业务能力提高了,才能更好的培训员工,保障商品质量。过硬的商品质量是我们向消费者最好的承诺。

商业公司新玛特购物中心莒县店 赵善省

在业务技能比赛中,我参加了消防水带的卷盘、基层管理者职责范围内流程的默写。比赛前我和同事争分夺秒的练习水带卷盘的速度、动作的规范性,对流程类的内容一边背诵一边书写,将重点的句子重点标注反复记忆。在整个过程中,我明白了熟能生巧的道理,一件事情只要用心去做,反复琢磨一定能掌握便捷的方法。

商业公司新玛特购物中心五莲店 通讯员 王在鹏

FAB法则运用是我的弱项,为了提升这一业务技能,首先我去网上查阅了关于FAB法则的介绍,看看是如何运用的,把每一个点都认真吃透。然后依据商品进行应用,把每一次接待顾客都当成一次演练。再查阅报纸上发表的关于FAB法则的文章。通过这些,我的业务技能有了较大提升,对业务技能比赛也更有信心。

商业公司新玛特购物中心五莲店 解学娟

过硬的专业技能不是一朝一夕就可以练成的,是在不断练习,不断培养中慢慢形成的,不要小看每一件事,更要有为了比赛才去学习的思想,因为知识水平的学习和提高,是为了更好的提高自己,更好的服务于顾客。我相信勤能补拙,一份耕耘一份收获,在以后的工作中,我将以这次比赛为契机,在工作中不断学习,进一步提高自身的专业素质和技能,迎接新的挑战!

商业公司新玛特购物中心岚山店 通讯员 王玉娟

在业务技能比赛中,我参加了消防水带的卷盘、基层管理者职责范围内流程的默写。比赛前我和同事争分夺秒的练习水带卷盘的速度、动作的规范性,对流程类的内容一边背诵一边书写,将重点的句子重点标注反复记忆。在整个过程中,我明白了熟能生巧的道理,一件事情只要用心去做,反复琢磨一定能掌握便捷的方法。

商业公司新玛特购物中心五莲店 通讯员 王在鹏

在业务技能比赛中,我参加了消防水带的卷盘、基层管理者职责范围内流程的默写。比赛前我和同事争分夺秒的练习水带卷盘的速度、动作的规范性,对流程类的内容一边背诵一边书写,将重点的句子重点标注反复记忆。在整个过程中,我明白了熟能生巧的道理,一件事情只要用心去做,反复琢磨一定能掌握便捷的方法。

商业公司新玛特购物中心五莲店 通讯员 王在鹏

惊险24小时:大火无情 日百有爱

编者按:岚山石大科技火灾事件已经过去,而消防官兵奋勇抢险和各级迅速行动、安置群众的场景仍历历在目。为保障救灾期间的物资需求,岚山区新玛特购物中心、萬德福两门店第一时间为消防战士送去慰问物资,并协同物流中心团结一致,克服了重重困难,以最快的速度组织货源,筹备物资,及时为受灾群众送去关怀与温暖。

做受人尊敬的企业,我们一直在努力!

7月16日7:38分,岚山区山东石大科技石化有限公司发生火灾,大火引发爆炸,省内9个消防中队,23辆消防车在第一时间增援,现场情况复杂。了解信息后,公司领导第一时间赶到岚山区两门店指导工作,门店开始了忙碌的后勤服务工作。

他们来自不同地区,有着不同的姓氏,他们不怕危险,无惧生死,战斗在灭火第一线,保护人民群众的生命财产安全!他们就是最可爱的人——消防战士。

在门店的组织下,相关部门迅速组织食物、饮用水等物资,上午10点多,新玛特购物中心岚山店、萬德福岚山店就为勇士们送去了矿泉水、方便面、面包、火腿肠等急需的物资。

二、提供家的温暖

因大火影响面太大,周边六个村庄、两个企业单位进行了疏散。针对此情况,两门店临时在卖场增加了长条凳,为顾客提供休息场所,并现场为顾客提供免费豆浆、热水等。

三、夜幕中美丽的身影

22:00点理货区仍然灯火通明,民政局临时购买饮用水、方便面、蚊香等安置物资。萬德福岚山店食品部做好了充足的准备,在值班经理的带领下,迅速装车,送往指定安置点;新玛特购物中心岚山店前后为安置区送去数百箱矿泉水,送货至凌晨一两点钟。他们的行动赢得了相关领导和群众的一致好评。

四、爱心小队

7月17日5:30分,萬德福岚山店自发组成“爱心小队”,为安置区的群众送去了面包、煎饼、鸡蛋等食品,给受灾的群众送去了温暖!在安置区现场,看到受灾的老人眼睛布满血丝,几个月大的婴儿因为太闹一夜未眠,泪水已经夺眶而出……

一个老人拿着煎饼说道:“你们想的真周到啊,知道我们吃这个习惯,确实有心啊!”

怀抱婴儿的年轻妈妈,对着自己的孩子

说:“宝宝,快看看萬德福的美女阿姨们,给我们送来了热乎乎的鸡蛋喽!”

“萬德福真好,日百真好,谢谢你们还惦记着我们……”他们用最朴实的语言表达着此刻的感动。

众志成城,福佑岚山。经过900多名消防战士24小时的奋战,火灾于7月17日7:24分被成功扑灭。大火无情,日百有爱。惊险的24小时,火灾爆炸的恐惧没有影响到我们,因为我们将恐惧化成了行动,温暖着身边的你我他……

商业公司萬德福岚山店 通讯员 林春燕



图为萬德福岚山店的干部员工为安置区送爱心物资

非销话术 在销售中的应用



所谓非销话题就是在服务顾客的过程中,与顾客沟通时进行的非销售性话题,通过非销话题,既可拉近与顾客之间的距离,又能提升顾客的购买欲,是服务中的重要法宝。

非销的好处有四点:第一,能放松员工与顾客彼此之间的心情,减轻顾客压力;第二,增加顾客的信任程度,拉近彼此距离,增进感情;第三,了解顾客需求,找到销售突破;第四,了解顾客实力,判断顾客消费潜能。

非销时,导购员需做到三点:自信心、勇于表达和观察倾听。

当你不知道和顾客聊什么时,可从无关话题到相关话题,再到私密话题。无关话题可与顾客聊天气、新闻、运动项目、汽车、笑话等;私密话题可与顾客聊发型、服装、配饰、妆容、造型、品牌知识等;私密话题可与顾客聊家庭、学业、孩子、职业、兴趣爱好等。

举例:一家三口逛街,可夸小朋友长的真漂亮,特别是眼睛又大又圆,看来是遗传了妈妈的基因呀!碰上老年人逛街,可夸其精气神很不错,身体硬朗,是不是平时经常保持锻炼身体呀!

聊非销时,要寻找机会回归销售,聊天时,可从天气的冷(热)到关心,再到衣服的薄(厚);聊服装可从顾客的服装在哪里购买,顾客的个人偏好,再到推销给顾客合适的款式。

非销案例:一个喷嚏带来的销售

某一天迎宾时,一位男士路过专柜时打了一个喷嚏,我就笑着对他说:“先生,看来有人想您呢!”他听到后笑了,同时反问我:“谁想我呢?”

我说:“我!”并露出8颗牙,接着说:“到我家看看嘛,都逛了那么久了,进来坐着休息下啦!您喝水还是咖啡?”

安抚他坐下后,同时搭档就给他倒了杯热茶,此时他又打了个喷嚏,我问他:“先生,您是不是感冒了呀?我们可以帮您去买药的哦!”

他客气地说:“别家都是一坐下就开始卖衣服,你那么关心我干嘛?”

我笑着说:“都说顾客是上帝,但我觉得顾客是朋友,关心好朋友都是发自内心的。”他很认可的点点头,说:“我其实就是随便看看。”

我说:“没关系!就算我推荐给您的也都是从我专业的角度介绍的,您感受到我的服务也可以给我提意见啊!”

同时我关注到他的夹克后背有褶皱,于是让他脱下来熨烫一下,他也没有拒绝,我说:“反正我现在也不忙,您要不起时间的话,帮我试几件今天才到的新款,和我提一下意见,说说穿起来的感受,分享一下。”

我拿了一件T恤,一条休闲裤,试出来后又递了一件夹克,和他沟通了一下这些货品的FAB,他同时也说出自己的穿着感受,最后在愉快的氛围下,他买了刚试的3件衣服。我帮他提着购物袋送他到停车场,才留了电话并相互加了微信。

到现在只要上新款,拍照发给他,他都会选购,他说我选的风格适合他,因为只有朋友才会知道什么适合朋友。

商业公司新玛特购物广场 张永兰

住房公积金 异地贷款政策七月实施

根据市住房公积金管理中心发布的信息,日照住房公积金异地贷款政策出台,自2015年7月1日起,在山东省内其他城市正常缴存住房公积金的日照籍职工,购买普通自住住房,可向户籍地住房公积金中心申请公积金贷款。

夫妻双方一方在日照市缴存,另一方拥有日照市户籍在省内其他城市缴存住房公积金的,或者夫妻双方都拥有日照市户籍在省内其他城市缴存住房公积金的,贷款额度按照双方缴存计算。

按照异地贷款职工不高于当地缴存职工待遇的原则,申请异地贷款职工需在本市开设公积金账户并转移或缴存不少于住房公积金贷款额10%的住房公积金;为防控贷款风险,异地贷款担保方式应选择公积金中心认可的公积金贷款人担保、房产抵押担保、质押担保三种担保方式之一。夫妻双方只能在日照市办理一次住房公积金异地贷款。

不过,在日照市辖区内工作,但公积金未按揭地管理原则纳入本市缴存的,在日照市辖区内已有自住住房的,在日照市辖区内已办理个人商业住房贷款的,不能在日照市申请住房公积金异地贷款。

房产公司李娟推荐

员工视点

由课程设计开发 看工作目标的达成

一项工作到底要达成什么样才是真正做好呢?答案通常是有效达成工作目标。那么要怎样才能有效达成工作目标呢?我在进行培训课程的设计开发中得到的启示是:站在工作最终所要达成的目标(效果)上向回找方法。

在做课程计划与开发时首先要做的工作便是进行培训需求的调研,找出培训对象所欠缺的知识、技能与心态方面的不足,据此进行课程设计与结构的搭建。一个好的课程一定是以培训对象的需求为导向的。也唯有如此才能把课程讲到学员心里,解决其现实工作中存在的问题。其实这种以终为始的方式同样适用于其他工作。

盘点六月份的工作,每一项都遵循着同一条规律,就是在每项工作之初都是从最终所要达成的目标(效果)出发向回找方法的。以《超市商品陈列》标准化视频拍摄脚本的撰写为例。面对一个课程中平行的二十几个知识点,一时间不知如何呈现,按之前一个知识点做一个讲授场景的方式显然会使课程像老婆的裹脚布又臭又长。头脑中,学员看着视频睡着的样子让我将已写成的场景全部推翻。思考无解后我只得再次回想课程的目标:让学员通过视频课程掌握超市商品基本的陈列方法及原则。明确了目标便从此出发向回找方法,也就是通过一层的问答找到达到这个目标的做法:那么什么样的展现形式可以让学员乐于看视频,并能将零散的知识串在一起记忆,又可将相近知识点进行对比找出不同呢?答案是:轻松生动的视频!确定答案后便从中找寻具体的方法。于是最终确定采用对话方式,以一个应用最广泛的陈列方法为主集中讲述,同时通过对引引出相近知识点的区别,以及及时做好知识点的回顾总结。这一方式最终得到了经理的高度认可。

我们常说遇事要向内求,凡事有三解,对于一项工作向内求就是要明确工作目标。这便是课程设计开发中学员的培训需求。一项工作到底要达成什么样才算做好?我想唯有以终为始,站在工作最终所要达成的效果(目标)上向回找方法,一步步推演。然后再从最终的答案找方法,一点点向目标推进便可达成十之七八。余下的二三便是严谨、细致的工作作风了。

日百商学院 通讯员 曹巍