日百文化

RI BAI WEN HUA　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

2016年11月10日　星期四　丙申年十月十一　第11期（总第166期）　本期四版

集团2017年预算编制会议召开

本报讯　10月27日，集团2017年预算编制动员会在集团会议室召开，会议由集团副总裁、商业公司总经理焦妍主持，集团及子公司班子成员、公司中高层及中层骨干参加会议，各子公司以视频会议的形式同步观看了会议。

会上，集团副总裁路宜忠对2016年度预算工作进行了总结。在经济新常态下，公司上下牢固树立“以顾客经营为中心”的经营理念，顺势而为、以变应变，开展了“销售竞赛”“九阳众筹”“优惠购房”等一系列的促销活动，取得了不错的效果。但也还存在市场占有率欠佳、预算列支存在差异、空柜现象仍然存在等问题。

当前，在提高收入上要采取更有力的措施，想方设法扩大市场份额。加强主营业务毛利的提升，充分调动全员的积极性，将“业务当先、效益至上”的理念落实在行动上，提升经营能力，实现可持续发展。

同时，要加速预算审批的流程环节，提高工作效率，提高费用报销的准确性、及时性，加快门店试点改革的推行速度，深化门店经营改革力度，全面提升门店的各项经营指标。继续深化节约、挖潜，对办公用品、耗材定期盘点，对促销赠品进行筹划、处理，避免造成资金的积压。

随后，路总传达了《日百集团2017年预算编制方案》（以下简称《方案》）。《方案》阐述了预算编制的指导思想、原则及范围，对预算指标和预算主体作了严格要求，对预算编制方法及要求进行了详尽的说明，对预算保障工作进行统一规划。同时，要求各公司、部门认真盘点2016年前三季度实际，客观评估第四季度的情况，准确测算全年实际完成情况。

针对预算编制工作的落实，焦总提出了具体要求。要求各公司、门店、部门第一时间传达会议精神，即刻启动2017年预算编制工作，按照《方案》要求高质量、高效率的推进落实。要正确运用预算编制的具体原则和口径，对照《方案》牢牢把握预算编制工作的依据。要重视预算编制的具体内容，对填报事项要做到准确完整、不重不漏。要遵循预算编制工作的具体要求，明确附报资料，遵守工作流程，严格按照《方案》要求的时间节点完成任务。

预算工作体现了企业战略目标的分解和对目标实现过程的控制。各级各部门要进一步强化部门预算的主体意识，落实主体责任、认真盘点、正确分析、实事求是，科学合理的编制预算，切实做到司其职、负其责，确保预算编制工作落到实处。同时要树立大局意识和全局观念，严格按照会议要求，确保按时圆满完成2017年预算编制工作。

□ 本报记者　刘馨忆

冲刺四季度　精彩不落幕

——商业公司多档期营销活动促效益

本报讯　金九银十期间，市场环境在巨变，面对市场的变化、竞争的加剧，我们始终坚持“以顾客经营为中心”，围绕正确的主题，开展有效的营销活动。

期间，商业公司结合对市场的分析研判，组织开展了“国庆盛宴”营销活动，推出了系列钜惠促销内容和超值服务项目，会员电子券+微信红包+异业联盟等组成的线上活动，SP+PR组成的线下活动，形成一个内容丰富、错位互补、覆盖面广、适合国庆档期特性的整体营销方案。通过活动的开展，国庆档期销售、毛利、客流量均同比增长，其中毛利增长近10%，带动了整体业绩的提升。

10月28日-31日，第二档期活动“购物狂欢节——不抢你就亏大了！”也如约启动。活动期间，只要购物满额，即可参与刮奖活动。每一张卡片刮开的刹那，期待、惊喜牵动着顾客的心脏，中奖率100%，顾客纷纷围在刮奖区，等待把一份幸运带回家。同时换购、免单、满送等众多活动也牢牢吸引了消费者的眼球。

2016年最后两个月商业公司将重点围绕百日攻坚、冲刺四季度为主线，开展双十一、感恩节等营销活动。眼下双十一大促在即，除了紧锣密鼓地开始筹划整体活动外，更加注重前后档期活动的衔接，各部门的整体配合等环节，更好地做好活动筹备。十一月以“季末冲关——疯抢双11”为主题推出系列活动，突出现场互动体验、商品劲爆钜惠、会员超值体验、线上游戏互动等重点。方案设置简单、有趣，宣传推广易看、易懂，再加上现场的陈列易拿、易放，前期活动现场氛围热烈、火爆！

相信在全员努力下，全力抓好年末各档期活动的组织落实，定会达到促销促效的效果。卯足劲，圆满达成百日攻坚、冲刺四季度总体目标。

□ 企划中心　特约记者　毕志华

高层论点

改革之路，任重道远

2014年以来，曾经炙手可热的房地产市场形势发生转变，发展缓慢。很多中小房产公司无法维持而被淘汰，日百房产虽有集团公司作强大后盾，得以在残酷的市场竞争中生存，但也存在很多不足。

部分干部员工缺乏工作激情，市场化发展的新观念淡薄，创新意识不足，这种工作惰性，严重阻碍着公司的发展。另外，模式单一，激励机制不强，尽管公司为调动员工工作积极性，出台了部分激励政策，但仍不能完全调动员工的积极性和创新性，公司缺少房产方面的经营管理人才、市场营销人才和专业技术人才，也影响了公司的发展。

所以，无论是市区还是市北亦或是五莲区域，日百房产要想做大、做强，改革势在必行，而且要拿出壮士断腕的决心和勇气来改革。

房产公司在集团的指导下，几经深刻讨论，确立并实施了一系列改革措施。总体指导思想就是改变考核体制，淘汰不能创造价值和效益的人和事，机制可以变、岗位可以变，变出激情，变出效益就是我们的目的。

改革思想、更新观念。要树立市场意识、竞争意识、效益和效率意识、主动意识。跳出原有的自我封闭的小圈子，在开拓创新中谋发展，拿出最好的状态，争取最好的结果。只有这样，企业才能在市场竞争中站稳脚跟。

改革激励考核机制。进一步调动员工的工作积极性，改变安于现状的陈旧思想观念，改变过去干多干少、干与不干一个样的“大锅饭”模式，实行多劳多得的分配机制，使奖金的分配能够真正体现出奖勤罚懒的作用。用业绩说话，把员工的业绩与收入挂钩，在收入上拉开差距，员工才能有紧迫感和压力，从而主动拼命提高业绩。

改革用人机制。使用钟点工一度是不少企业采用的比较灵活应急的措施，采用钟点工制度直接面试上岗，在工作中考察、用业绩决定去留，适合我们的需求再签订劳动合同，对工作可以起到无缝衔接，也有效避免劳资纠纷。此举让岗位有所调整，为团队注入了新鲜的血液，实现了优化组合，整合了人力资源。

改革营销模式。过去我们更多的是坐门等客，今后要走出去，各项目均成立了外拓团队，发展一批固定的外拓专员，负责走乡串村，挨家敲门宣传讲解项目，送小礼品、记录客户电话，让潜在客户记住我们，加深对我们的印象，进而发展各村的热心群众，主动自发帮我们宣传。通过此举，市北已积累了近3万份客户调研表，通过样板间、景观等完善，邀请客户前往项目参观，为一期去库存和二期蓄客奠定了良好的基础。

改革宣传模式。过去注重自己开发信息平台，在知名度还无法与专业信息平台相抗衡的前提下，线上浏览量还是有限的。通过跟踪分析，我们与多家专业媒体合作搭建互惠互利平台。尤其是在样板房的装修投入中我们走出零投入的路子，与装修公司合作，对方投入装修作为广告平台，而我们作为样板间成为小区户型样板平台，一举两得。五莲项目经过样板间的展示和有效的促销手段，刺激了客户的购买欲，业绩较之前有很大提升。

一系列改革措施，精简了人才队伍，调动了员工的积极性和创造性，增强了团队的热情，为房产公司的向前推进迈出了扎实稳健的一步。改革之路任重而道远，狭路相逢勇者胜，只要公司上下齐心协力的拼搏和坚持，就一定会开创房产公司的新局面。

□ 房产公司总经理　范宏

便民服务要落地

督察部　高华英

在“以顾客经营为中心”理念指导下，各门店都推出了各具特色的便民服务措施，但在便民服务措施项目的落实、执行上存在较大差异。近日，督察部对商业公司各门店便民服务措施的落实执行情况进行了检查，检查中发现萬德福岚山店便民药箱内只有一个创可贴和2包棉签，药品品种少，且卫生情况较差。五莲新玛特便民药箱内有8件医用品过期，其中碘伏消毒液有效期至2014年7月1日，已过期2年之久。

推出了便民服务措施，就要为顾客提供便利，但个别措施推出后没有认真落实和执行，让便民服务成了一种摆设。

究其原因，首先“以顾客经营为中心”的服务理念没有落地。这一经营理念是让全员在严峻的市场形势下，认清形势，抢抓市场，围绕顾客满意度提升开展工作，提高市场占有率。雨天的一个塑料袋，洗手间的小木板，微小的举动却能让顾客感受到我们的用心，而一瓶过期的药品却会适得其反。

其次，对便民服务措施的重视程度不够。便民服务旨在提高服务质量，提升顾客满意度，增加顾客粘性，进而提升销售业绩。便民服务做得好会给顾客带来惊喜和感动，反之会让顾客失望。如果各级、各部门重视便民服务工作，上下联动，就不会有药品过期等问题的发生。既然我们推出了这项服务，就要不折不扣的去执行，要让这些服务给我们加分，而不是减分。

同时，对各类便民措施要落实责任，定期监督检查。

门店管理无小事，便民服务也不是一句口号。任何服务措施的推出都要以提高顾客满意度为方向，“以顾客经营为中心”要贯穿始终，上下联动，把措施落到实处，使其发挥效用，否则便民服务措施成了摆设，不仅起不到应有的作用，反而影响公司信誉及形象。

月谈

集团外出学习考察圆满结束

本报讯　10月13日-27日，集团分批次有序完成了外出学习考察活动。此次考察学习，旨在奖励在中秋节销售竞赛中表现优秀的个人，根据销售金额不同，给予对应奖励，千余名干部员工参与外出考察。

层峦叠嶂的蒙山、人间仙境的黄山、红色经典的延安、风景如画的泰国，考察人员所到之处，处处美不胜收。

此次活动，进一步激发了干部员工抢市场、抓销售的工作干劲。同时，让干部员工感受到了公司的关怀，增强了团队凝聚力。大家纷纷表示，将以更饱满的斗志投入到工作中。　□ 本报记者　刘馨忆

新闻30天

店总经理赴新乡考察学习

本报讯　10月14、15日，日百商学院组织各门店店总经理走进河南新乡胖东来，进行了为期2天的学习考察培训。本次的培训作为店总训练营项目的内容之一，旨在提升店总的领导力及业务水平。培训内容包括店长的职责与十大能力、店长巡店管理等理论知识，以及胖东来的实地参观考察，参训人员均表示受益匪浅，启迪颇深。

培训结束后，各门店均组织员工对学习内容进行了再次学习、分享、交流，并制定了落地计划几十项，部分门店已经根据学习内容开展了相关工作。　□ 日百商学院　刘祥波

多福山举办首届梦幻灯光节

本报讯　10月21日-11月6日，集团威海多福山景区举办首届梦幻灯光节，1800万盏灯为游客献上了一场流光溢彩，极致浪漫、唯美的光影视觉盛宴。

寓意平安吉祥的马车，梦幻唯美的时光隧道，造型栩栩如生的山峰、鲜花、海豚等灯光美景让劳碌了一天的游客放松了身心，愉悦了心情，也给民众提供了一个夜间休闲娱乐的场所。　□ 本报记者　刘馨忆

一线观察

简单就是高效

在公司运营中，为了使工作有目标、有规范、有依有据，以提高工作效率、提升效益、防患经营风险，需要制定很多制度和流程。随着环境及时代的变化，有的制度流程会出现复杂繁琐、效率较低的状况，这就需要根据实际情况进行及时修订和完善。

前期门店对百货部鞋类、精品日化类的商品来货、退货流程进行了调整。原来的流程是来货验收后，从理货区货梯运到三楼，再从三楼经客梯运到一楼，退货反之。在鞋类商品换季时，过季退货和新款来货都较多，工作量大，占用的时间较多。为了节约成本、提高工作效率，现对一楼商品出入通道进行规范，直接由一楼西侧的消防门通往理货区，流程简单，工作效率大增。

简单就是高效，把问题简单化才是大智慧。一次，爱迪生让助手测量一下梨形灯泡的容量，助手接过后，立即开始工作，他一会拿标尺测量，一会儿运用一些复杂的数学公式计算。几个小时过去了，他还是没有计算出来。就在助手又搬出大学里学过的几何知识，准备再一次计算时，爱迪生进来了，他看到助手面前的一叠稿纸和工具书，立即明白了是怎么回事。爱迪生拿起灯泡，朝里面倒满水，递给助手说：“你去把灯泡里的水倒入量杯，就会得出我们所需要的答案。”助手恍然大悟：事情远没有自己想象的那般复杂，就看我们能不能找到简单有效的解决问题的方法。

十八大后，中央对会议“约法八章”，倡导“开短会、说短话、写短文、不念发言稿、不做政绩总结、多谈问题、多提意见、多辩论”，把会议的主要内容用在发现问题、提出问题、解决问题上。这给社会带来一股新风，也彰显了“简单就是高效”的道理。

折射到工作中也是同样，制度、流程、思维都可以简单化，人际关系更应简单化，简单的目的是以经营为出发点，提效率、提效能！

□ 萬德福莒县店 杨石玲

曝光台

这是“本分”

在莒县新玛特路过调味料专区时，被一位想要购买老陈醋的阿姨叫住，“我想买个老陈醋，找了半天也没看着，眼都花了你帮我看看呗。”

根据老人的要求，帮她找了几款老陈醋，并告知价格，在货架顶层摆放着烹调料酒和老陈醋的组合装，也一并告知了老人。

“你说，这么组合着买是不是比我单独买实惠点啊？”老人问道。

这个组合套装放在货架的顶层，没有价签，在货架下方找了半天也没看见同样的组合商品，一时间老人的问题难以解答。

恰巧旁边货架一位导购员正在充货，于是上前询问。这位导购员抬眼看看我，指着另一边货架的导购员说：“我不知道，你问问她吧！”根据这位导购员的指引，找到另一位导购员。

“上边的商品，只是陈列使用，没有价签。你看看买下边的这个吧。”经过一番查找，该导购员也没有找到相应的价格，指着下方货架上单独包装的老陈醋说。

“上边的商品只是陈列？没有价签顾客想买怎么办？……”

“负责这个货架的导购十二点上班，你要是想买我帮你拿下来，到收银台扫一扫，觉得价格合适就买，不合适就不买。”见我有些刨根问底，该导购员给出了“解决方案”。

“算了，不买这个了，还是买个别的吧。”老人示意我不再询问，导购员也随后离开。

事情看似解决了，但是老人的“算了，不买这个了”一直都在心里挥之不去。

随后了解到，由于货架过高，上方的商品顾客碰不到，为了美观才把部分商品陈列在上方，也就没有摆放价签。通常货架上方的商品在下面的货架上都有，只是商品不是垂直陈列，其余的员工又不了解才没能找到。

疑惑解开了，但员工的服务值得我们深思。第一个导购将问题推给别人，第二个导购又将问题推给“十二点上班”的导购。到底谁又该是“负责的导购”呢？“负责的导购”不在，不应该成为我们业务技能不过硬的借口，况且根据我们的首问负责制原则，“负责的导购”这一说法更是根本不应该存在。

一线员工的服务直接决定了顾客体验，迪士尼乐园对清洁工的培训，就包含了园区线路、相机的使用、照顾孩子、简单哑语等多项技能。胖东来员工的热情更是让人印象深刻。了解商品信息，解答顾客询问，这是我们的“本分”，“本分”面前，当是只有“我负责”。

□ 本报记者 刘馨忆

新亮点

创新服务项目 “3+”初见效果

一天早上门店尚未营业，一位顾客着急的拍着门，想提前进店买一盒奶粉，儿媳妇在医院刚生完孩子，没有准备奶粉。安全员及时将情况上报，经批准由安全员陪同顾客进店选购奶粉，收银员提前上岗收银，顾客不到五分钟就买到了奶粉，临走时感动的说：“我家奶粉以后都在萬德福买了。”

一个下雨天一对老夫妻来门店购物，酒饮组王平秀主动帮助顾客推购物车，收银员麻利的为顾客收款结账。结完账收银员与王平秀打着伞，推着购物车，把顾客送到停车场，顾客非常感动，“萬德福就是萬德福，我会常来。”以后经常可以在门店见到他们。

门店内经常有外国友人前来选购商品，店内干部员工积极接待，赢得称赞。这些可能只是微不足道的小事，可正是这些小事打动着顾客的心，推动着企业的进步。

以顾客经营为中心，萬德福岚山店自10月9日起实施“3+服务”。何为“3+服务”？即坚持从小事做起，从身边做起，每人每天为顾客做一件事，主动发现顾客需求，深化服务细节。活动实施以来，共为顾客服务3000余次。

为了保证此项服务的执行，各部门及时宣贯，制定“3+”服务登记本。截至目前各柜组执行到位，门店顾客满意度快速提升。

图为萬德福岚山店一名员工正在接待外国友人

活动实施以来，主动为顾客服务的案例多不胜数。

企业单凭价格优势、地理位置是不能立于不败之地的，因为营销的核心在于提升顾客满意度，而这样的企业忽略了细节服务，他们的观点与营销学的观点背道而驰。

服务不难，但要做到顾客心里却不容易，只有细致入微的服务才能打动顾客。“3+服务”用贴心的服务感动着顾客，用细节服务培养忠实顾客。

为顾客服务从点点滴滴做起，从小事做起，从身边做起，从全员做起，萬德福岚山店用实际行动诠释着“以顾客经营为中心”的经营理念。

□ 萬德福岚山店 通讯员 胡海信

关注会员管理 提升会员消费

随着对会员管理的不断加强，商业公司推出会员积分换礼、会员折扣商品、会员电子零钱包的升级等系列举措，均受到消费者的青睐。除了公司统一推出的会员福利，门店也积极打造特色活动，挖掘会员资源，引导会员消费。

莒县新玛特自9月份开始实施会员有礼感恩回馈活动，对当月消费的会员顾客进行累计排行，排名前50的会员顾客均将获得精美礼品一份。10月份，第一批获奖的会员顾客已经通过店内广播、对外公示、电话通知等方式告知到店领取奖品，奖品虽然并不贵重，但对于顾客来说是一份意外的惊喜，为门店提升了一分顾客满意度。

同时，莒县新玛特还结合经营实际，推出了“周三会员日，会员省、省、省”活动，会员顾客持卡购物畅享双倍积分的基础上，购买百货类商品再根据顾客会员卡的等级，在现折扣的基础上优惠7-9折，超市类再享民生类商品8-9折优惠促销，刺激了会员顾客到店消费的积极性。

现在，在莒县新玛特办理会员卡时，都会听到工作人员为顾客讲解系列的会员特权。活动多了，大家办卡的积极性加强了，对门店品牌的认知度也加强了。

从8月份开始萬德福莒县店也加强了会员顾客的管理，将考核收银员的月会员收银比数占比改为零钱包使用占比，借此提升会员顾客购物黏性和零钱的储备，同时培训员工在日常收银时，将“零钱存在会员卡里还是取出来”的提示用语由疑问句，改为“零钱存在会员卡里吧，下次购物可以使用”等肯定句，加大了顾客存储零钱频率。

根据顾客月度消费金额排名发放奖品、根据会员卡等级推出的相关活动、提高员工维护会员顾客的意识，宣传了会员卡的重要性。加强会员管理需要每个部门、个人都提高认识，推出行动，切实让会员的重要性在顾客与员工之间落地生花。

□ 本报记者 刘馨忆

时时留心 处处用心

在五莲新玛特超市，记者看到米粮区每个陈列散粮的粮食柜内都有一个鼓鼓的白色小包。拿起来仔细一看，小包是由纱布制成的，凑近一闻一股浓浓的花椒味扑鼻而来，原来里边装的是常见的花椒呀。记者不禁感到好奇，为什么要在粮食内放置花椒包呢？

一旁的柜组主管刘芸解开了我的疑惑。“之前从网上看到花椒的刺激气味能够驱赶粮食内的虫子，对防止粮食长虫有一定效果，所以就做了花椒包试试。”

在温度、湿度适宜的环境下，种类繁多的粮食成了虫类繁衍生长的温床。粮食长虫，是商场甚至是许多家庭的一大问题。各种各样的米虫、谷蠹繁殖速度快，易传播，随处可见，难以去除，会对商品造成一定的损耗，实在令人头疼不已。

针对工作中的难题，五莲新玛特米粮组主动寻求解决办法，勤于动手，将生活小妙招运用到工作中。在粮食中放置了花椒包，“粮食中的虫子比往年少了很多，花椒包虽然小，但是效果却不小。”这一举措大大减少了粮食生虫的困扰，得到了大家的一致认可，连顾客都索要花椒包回家放置在米粮里。

时时留心，处处用心，一个小小的举措往往能收到意想不到的效果。面对问题，以主人翁精神积极寻求解决办法。这一小妙招值得推广，这一解决问题的方法我们应该学习，这一主人翁精神我们更应该人人具备。

□ 本报记者 丁玲

热点热议

别开生面的陈列PK赛

10月25日，萬德福莒县店糖果区热闹非凡，一场陈列PK赛即将展开。今天糖果区的陈列与三天前可谓是天壤之别，大家都赞不绝口。到底是怎么一回事儿呢？这还需从店总外出考察学习说起。

在考察学习胖东来后，店总经理张晓庆对门店可以借鉴学习的措施按部门划分，并确定落实时间。胖东来的散点陈列整齐丰满，让人印象深刻，看了就有购买的冲动。如何让门店的陈列也能在短期内实现这种转变呢？次日早例会上张总宣布了PK赛的决定，将现在人力紧张、陈列存在问题的糖果区进行划分，每一位储备干部负责一块区域，根据学习的内容，结合门店特点对该区域商品进行陈列，部门经理可以对本部门储备干部进行技术指导与支持。

当天，糖果区十一块“小责任田”有了新的主人。两天时间里，参赛者忙完工作就跑到糖果区研究商品、货架。散点商品保质期短，商品陈列不宜过多，如何让少量商品保持陈列面整齐丰满，美观大方呢？大家用纸箱制作了模型做为商品陈列的支架。这样既保证了商品陈列整齐丰满，又避免了因备货较多出现库存积压的问题，一举两得。天气虽然寒冷，他们工作的激情不曾减灭一分，工作虽然又累又繁琐，但伙伴们干劲十足。看着自己的劳动成果渐渐的成熟，他们的脸上不由的露出了灿烂的笑容。

比赛开始了，参赛者依次对自己负责区域的商品陈列进行介绍。经过激烈的角逐，生食部王振伟的陈列整齐丰满、美观大方且有创意、实用性强，获得了比赛的一等奖。他在讲解时也一改往日的羞涩，从容地向评委讲解自己的作品。

客服部刁高翔注重周边玩具与散点食品的关联性，把小朋友喜欢吃的薯片摆放在最外面，衬托儿童玩具，吸引小朋友，创意十足。他注重商品的先进先出，通过筛查发现盼盼软面包有8个不同的生产日期，将其进行分类陈列。通过细致观察，他发现顾客喜欢从东边的购物通道挑选商品，于是根据客流合理布置商品的陈列位置。

百货部尹翔凤注重商品的色系搭配，为顾客展现出一道亮丽的散点彩虹。办公室冯小飞心思巧妙地将散点摆成花朵的形状。每一位参赛者都有自己的想法，思维在这里发生了碰撞，产生更加美妙的火花。

本次陈列PK大赛圆满结束，既贯彻落实了考察学习的成果，又充分挖掘了后备人才的潜力，还让员工在实践中体会了工匠精神。这仅仅是我们学习胖东来的一个崭新的开始，接下来要对干果柜、促销区、端架头等陈列进行调整。

比赛虽然结束了，但它为我们改进提升工作指明了方向，这场别开生面的比赛为每个人都上了生动的一课。

□ 萬德福莒县店 宋建民

创先争优 争做销售先锋

关键业绩指标排名榜

（2016年10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
	萬德福莒县店	2
	新玛特购物中心岚山店	-2
	新玛特购物广场	-1
采购部	超市采购部日配课	1
	超市采购部休闲百货课	2
	百货招商部精品日化类	-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	新玛特购物中心五莲店	1
	萬德福莒县店	2
	萬德福岚山店	-2
	新玛特购物广场	-1
采购部	超市采购部休闲百货课	1
	百货招商部休闲类	2
	百货招商部男鞋箱包类	-2
	超市采购部季节性服饰课	-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。

回音墙

启迪 反思 提升

文化，给人以力量，文章，给人以启迪。近日，编辑部收到许多《日百文化》《日百商学院》刊登文章读后感，好的文章总能引人思考，产生共鸣，这就是文化的力量。

严格管理，细中求胜

读了《日百商学院》中《答案永远在现场》和《刚柔并济做管理》后，我感觉受益匪浅。两篇文章仿佛两盏明灯，在管理道路上为我指引方向。

管理需要柔性，更要有刚性。没有严格的考核落实，制度就是空谈。在管理中，难免会存在各种问题。正如《答案永远在现场》中提到的收银员的劳动纪律、导购员的“惯性思维”、古方红糖的价格错误，以及《刚柔并济做管理》中写到的购物车的回收、客服员抽屉的上锁等等。

在多次培训、开会强调、日常督导的情况下，问题是不是依然存在？我们到底应该怎么办？是继续“苦口婆心”劝告还是有更好的办法？怎样才能发现问题，找到问题的根源，将问题彻底解决？

实践出真知，在现场找问题、寻答案。走进现场，多检查、多观察，让问题充分暴露。客服部现有员工近三十人，在日常做好前台值班的同时，利用监控不定期回放查看，切实了解员工日常工作行为。

严考核，发现一次考核一次。对于屡教不改的员工，在从重考核的同时，要进行深入谈话。在谈话中注重引导，尽量减少批评带来的负面影响。出现问题，从正面的方向去鼓励，帮助员工提升自制力，谈话才能更有效果。

视员工如亲人，关心员工的工作生活情况，多与员工进行贴心交流，让员工感受到家的温暖。客服部住宿人员较多，要不定期到宿舍了解关心员工住宿生活情况。

管理，既要维护制度的刚性，又要让员工心甘情愿听从，全力以赴工作，齐心协力去落实制度。这就需要管理者加强学习提升管理能力，用心，用情，严格管理，细中求胜。

□ 萬德福莒县店 宋西凤

在文字中思考

读了《日百文化》与《日百商学院》，从文章中看到了实实在在、兢兢业业的日百人。工作中不同的岗位就是不同的角色，但是相同的是都把工作当成自己的事业去用心做，视公司如同自己的家。

公司不仅是我们的依靠，也是我们前行的动力和努力的方向。一篇篇文章那感人的语句和令人深思的段落，都反映了写作者对日常工作的用心和举一反三的思考，我们要学习他们那种工作的态度和对业务的精益求精。

工作中用心为顾客着想才会赢得顾客，就像《打开便利之门》《雨季彩虹》这两篇文章体现了我们为顾客创造便利、提供增值服务，顾客感受到了门店的用心，让他们由感激转化为习惯，由习惯转变成忠诚，一到下雨天就想到萬德福转转，一走那个小门就想去萬德福逛逛。

在《沟通带来的销售》《销售不能成为一锤子买卖》中，我看到了服务不是一成不变的，也是需要创新的，要根据顾客的需求提供不同的服务，让顾客收到意外的惊喜。服务不仅是卖商品，更是卖服务。

《答案永远在现场》让我学到很多事情不是我们想象的那样，真相要用眼睛发现。管理小事不可忽视，不要把习惯变成惰性，走到现场才有最真实的答案。

写作，从点滴小事开始。

□ 萬德福莒县店 王均一

《日百文化》投稿（2016年10月）

莒县萬德福	30
岚山新玛特	24
五莲新玛特	17
莒县新玛特	15
岚山萬德福	15
日照店	7
新玛特广场	2
商学院	2
房产公司	1
预算部	1
超市采购部	1
多福山	1
企划中心	1

《日百文化》采纳（2016年10月）

部门	采纳
莒县萬德福	8
莒县新玛特	4
岚山新玛特	3
岚山萬德福	2
日照店	1
督察部	1
新玛特广场	1
商学院	1
企划中心	1
超市采购部	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：0633-8222756；

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

呼唤工匠精神

知行合一 脚踏实地

——记“日百工匠”赵九贵

在莒县新玛特食品杂货部有一位出色主管——赵九贵。优秀员工、优秀主管、专家技术型员工、人才培养奖、业务技能大赛双项冠军……赵九贵用十多年的坚持，默默诠释着“工匠精神”。

众所周知，休闲食品类商品品牌不一、种类繁多，商品外包装的体积、色系更是差别极大，商品陈列并不容易做好。为了使商品陈列美观整齐，赵九贵在陈列时严格遵循分类、垂直陈列的原则，不同类别的商品分区陈列，盒装、袋装、挂袋等不同包装类型的商品分别陈列在不同区域，同一品牌、不同口味的商品垂直陈列。休闲类食品分类细致，单是饼干类就分为甜味饼干、咸味饼干、钙奶饼干等种类，不同口味需分类陈列，以方便顾客选购。挂袋类商品更是品种繁多，海产品、豆制品、果脯、蜜饯……让人目不暇接，眼花缭乱。

除了分类、垂直陈列的原则，商品陈列更要兼顾色系等因素。赵九贵熟知各项商品陈列技巧，并严格落实到工作中。根据美学原理，冷暖色调要合理搭配，多种色块有序分布，才能给顾客更加舒适美好的视觉体验。在赵九贵看来商品陈列不仅是一项工作，更像是一种用色彩打造货架上极致美感的艺术。

商品陈列既要美观大方，更要实用有效。“80%的利润由20%销售好、毛利高的商品实现，要重点关注这20%的商品。”举一反三，学以致用，赵九贵将80/20法则运用到了商品陈列中，并取得了良好效果。货架空间寸土寸金，将毛利高的畅销品陈列在顾客易拿易取的货架中间位置，既方便顾客购买，又为公司提升效益。

赵九贵还结合顾客需求加强对新品的培养。“顾客购买休闲食品类商品存在猎奇心理，尤其受电视广告、明星效应影响较大，新品能在短时间内引起顾客关注。”在赵九贵看来，一时的热度并不代表长远的畅销，要及时关注新品的销售，对于热度退去后的滞销品要及时清退，引进新品牌以丰富商品种类，满足顾客需求，她是这么说的，也是这么做的。

赵九贵所在柜组包括饼干类、膨化食品类、奶粉类、糊类等多类别商品，有上百个品牌，三千多个单品，这就给商品保质期管理工作增加了难度。如何才能做好商品保质期管理？根据多年的工作经验，赵九贵独创了表格记录法。将每个单品的库存数量、生产日期、保质期进行记录，再按照商品保质期相关规定，将撤柜日期标注出来。对照表格时时排查，及时撤柜，确保“无漏网之鱼”。赵九贵脚踏实地，想方设法将每一件事做好。

收银台旁、货架端头、促销笼侧挂，柜组商品遍布整个卖场，整理陈列、充货补货、清理卫生、检查保质期……赵九贵的足迹每天无数次走过卖场的角角落落。

知行合一，脚踏实地，这就是赵九贵。

□ 本报记者 丁玲

以心换心 顾客放心

——记“日百工匠”朱红彩

羊奶粉的营养分子更小，更细腻，容易吸收，且经过特殊工艺处理没有一点腥膻味，但价位较高，适合体质较弱、经济条件允许的宝宝选用。剖宫产的宝宝要选用专门的奶粉，添加了提高肺部功能的营养成分，能够更好的满足宝宝生长发育的需求。而过敏性体质或者长有湿疹的宝宝，则要选用特别添加抗敏成分的奶粉，其中的水解蛋白会缓解过敏症状。“对于6个月以上月龄的宝宝，我会适时的推荐米粉作为宝宝首次添加的辅食，以更好的满足营养需求。”

日常工作中朱红彩深谙商品销售之道，熟知商品特性，及时跟进了解顾客需求，根据宝宝实际情况推荐适合的奶粉。在顾客的眼中，这位朴实的大姐俨然是“育儿专家”。

作为“育儿专家”，朱红彩还经常与顾客分享育儿知识。秋季天气转凉，宝宝容易腹泻，要忌食生冷的食物，多喝水，可以食用蒸苹果来治疗腹泻。

朱红彩以顾客为中心，不以推销商品为目的，使顾客感到贴心。有顾客为新生儿选购奶粉，朱红彩总是推荐规格较小的商品，建议顾客母乳喂养，在宝宝月龄较大时再添加奶粉。“这位大姐真心为我们着想，冲这服务态度，以后我就找她买奶粉。”朱红彩得到了顾客的认可。

众所周知奶粉销售主要来源于会员顾客，会员顾客的发展及维护就显得尤为重要。每当有顾客临柜，朱红彩总是耐心细致的询问顾客需求，在为顾客推荐完商品后留下顾客信息，三天后回访奶粉饮用情况，并适时为顾客解答一些育儿方面的疑难问题。朱红彩的及时回访抓住了顾客的心。同时，每当品牌搞促销活动或者门店有活动，朱红彩都会打电话及时告知顾客，让顾客享受到实惠。

对于老顾客，什么时间购买的奶粉、购买的是哪一单品、什么时间需要再次购买，朱红彩都熟记于心，以便及时跟进。有不方便外出的顾客，了解到情况后朱红彩还主动送货上门。“千万不能耽误了宝宝的粮食，这是比什么都重要的事。”除此以外，朱红彩还是医院妇产科的常客，她利用业余时间积极走出去，发展新顾客。

月均销售近10万元，两年多的时间个人发展品牌会员1000多人，每个月300多次的电话、短信回访朱红彩的业绩让人称赞。

以心换心，朱红彩赢得了顾客。

□ 本报记者 丁玲

一线基层

看似简单

“您好，欢迎光临新玛特亨得利眼镜专柜，请问有什么可以帮您？”

“你好，帮我清洗一下眼镜吧，谢谢。”

接过顾客的眼镜经过一番打量之后，孔洁发现这是一副有年头的眼镜了，镜片划痕较多，磨损的也比较厉害。随后，孔洁便打开仪器开始细心的清洗。

原来这是孔洁两年前的一位老顾客，平时一直保持着电话联系。因为工作原因，这位顾客需要经常出差，没有太多的时间来店里，今天终于有机会面对面交流，孔洁认真的说道：“您今天不再换副新的眼镜呀，这个都旧了，而且磨损也比较严重。”

“还没坏呢，凑合着戴一段时间，等坏了再说吧。”

“眼镜不像别的物品，等坏了再去配，定做还需要一定的时间，耽误您用不说，对眼睛的伤害也是很大的，而且到时候一着急也会影响您挑选的质量。”

说到这里，顾客明显心动了，开始在厅内打量起来。孔洁看准时机，凭对顾客的了解直接推荐了一款适合顾客的单品，并顺利成交。

整个销售过程看起来好像很简单，其实仔细想想有很多值得我们学习借鉴的销售之道：首先专厅的会员维护、回访做的好，其次认真落实了公司以顾客经营为中心的服务理念，免费为顾客清洗眼镜，再者孔洁本身有良好的职业素养和较高的业务技能，能够细心的发现顾客眼镜存在的问题，同时站在顾客的角度考虑问题，最终才促成了业绩的达成。

每条看似宽阔的通天大道都由无数探路者一路披荆斩棘开拓而来。在卖场销售工作中，虽然无须“披荆斩棘”去开拓道路，但也有他独特的销售之道。这看似简单的销售包含了很多销售技巧，更值得我们在日后的工作中学习、借鉴。

□ 新玛特购物广场 张同香

你们是俺学习的榜样

“姐，我们昨天又卖了2000多。”早上一进店，刚到岗一个月的帝凤珠宝新员工张梦涵就满脸兴奋的跑到我面前汇报昨天的“战绩”，看着她挂着笑容的娃娃脸，我向她竖起了大拇指。

还记得张梦涵刚到岗的第一天，她在班前会上做自我介绍时紧张的说：“大家好，我叫张梦涵，今年19岁，是第一次参加工作，以后工作中希望大家多多照顾，你们都是俺学习的榜样。”短短的几句话，张梦涵说完鼻尖上都冒出了汗，朴实的话语让柜组里的大姐们都喜欢上了这个胖乎乎的小姑娘。

“你们都是俺学习的榜样。”这句话在张梦涵的身上得到了充分的印证。上岗后，她从最简单的学起，先认识各类商品，学习每种商品的专业知识，一有时间就向周围的大姐们学习请教。看到其他专柜有顾客，她就过去听听别人是如何介绍商品，如何卖货的。

最近，早上的班前会都在演练FAB销售法，张梦涵为了尽快掌握，主动在专柜上拿商品讲解给大家看，一次不行再来一次，每次都会让大家给提意见，并详细做好笔记。看着她一脸的认真劲儿，大家也都真诚的帮助她，让她在工作中一次次提高自己，使她在工作中独立，不断地成长。

在她和另一位员工的努力下，所在专柜这一个月的销售有了很大的提升，与去年同期对比增长了50%以上。业绩的增长带给她的不只是喜悦，更是对自己的信心，对自己努力的肯定，还有自己能力的提升。

“你们是俺学习的榜样”，如果每个人都能像张梦涵一样，认识到自己的不足，以谦虚的态度向他人学习，我相信我们的业绩会有很大的提升。

□ 岚山新玛特 张霞

身边人 身边事

有一种坚守叫做“敬人敬业”

10月7日，日照店收银部收银员费立娜早上迎完宾后突然趴在收银台上，意识模糊，部门经理了解情况后立即送她去附近的医院就诊。在急诊室里，血压仪显示其低压为38，医生诊断为食物中毒引起的“过敏性休克”，情况非常严重。

等医生给费立娜打上点滴，她的意识清醒后，我们才了解到头天晚上她就上吐下泻，早上没当回事，吃了点药就坚持来上班了。费立娜对耽误大家时间非常不好意思，她表示等身体好点后接着来上班。大家都劝她好好养病，等养好身体再说。

结果晚上交接班时，费立娜竟然站到了收款台上，这让了解情况的伙伴们大吃一惊。部门经理劝她回去休息，她微微一笑：“现在这么忙，咱们收银员人少，收款台都是一个萝卜一个坑，我不忍心在家休息。”就这样，一个“不忍心”，她一直坚持收银到营业结束。

费立娜今年48岁，在收银部坚守了近十年，是收银部的“老人”。别看她年龄大，但在款台前一站就是五六个小时，从不叫苦叫累，一点也不输给年轻的小姑娘。她恪尽职守，对待顾客像亲人般温暖，以热情、周到的服务得到顾客的赞扬；对待同事像姐姐一样亲切，得到伙伴们的敬重。工作中，她精益求精，不断提升自己的业务技能，以认真、细致的工作态度得到大家的一致认同。在她的心里一直坚守着一个原则：踏踏实实做事，实实在在做人；不拖部门后腿，尽力做到最好！

敬人者，人则敬之；敬业者，业则成之。费立娜从事收银工作以来，一直以乐于奉献的精神和忘我的工作态度在平凡的岗位上奉献自己的力量。在她的身上，我们看到了一种大局意识，一种责任担当，一种敬业精神。我们的企业精神在她的身上得到了淋漓尽致的体现。

有一种坚守，叫做“敬人敬业”，在浮躁的当下，费立娜的坚守像一泓清泉，荡涤在人们的心间，带来了满满的正能量，我们的企业需要更多这样的“坚守”！

□ 日照店 丁翠翠

这样的小事每天都会发生

自提出“以顾客经营为中心”理念以来，门店集思广益，积极寻找为顾客提供优质服务的措施，引导员工培养为顾客服务的意识，员工以顾客经营为中心的意识得到了很大提升。

图为夏德霞引导顾客乘坐货梯

一位推着孩子和一位用轮椅推着残疾人的顾客在二楼电扶梯附近转了好几圈，直觉告诉夏德霞顾客肯定是遇到了什么问题，于是她上前询问。原来是顾客想要下楼，但是推着婴儿车和轮椅无法从电扶梯下楼，好不容易找到了观光电梯，二楼又不能使用，只能又回到电扶梯这里，不知如何是好。夏德霞了解情况后积极反馈主管，由经理批准后引导顾客乘坐货梯到达一楼。顾客连连道谢，夸赞大楼的服务细致周到。

陈妮妮正在厅里调整陈列，发现一位顾客在临厅前一副欲言又止的样子。陈妮妮主动走上去询问有什么可以帮忙的，顾客才不好意思的说去年在店里买了一件有腰带的风衣，当时导购员帮忙打好了蝴蝶结，清洗的时候解开了怎么也系不出原来的样子，想着到这里找人帮忙，转了好几圈都没好意思开口。

陈妮妮热心的说：“这个简单，我帮您。”说着就帮顾客系好了，并用针线进行了固定，这样顾客就不用担心时间长了蝴蝶结散掉了。

像这样的小事每天都会发生，我们用行动践行以顾客经营为中心的理念，赢得顾客。

□ 岚山新玛特 赵荣梅

奉献从你我开始

国庆节期间，萬德福岚山店到处是顾客购物的身影。看着人们提着大包小包，里面装满了吃的、穿的、用的，望着他们高兴而来，满载而归的笑脸，我们的辛勤付出得到了最大的安慰。

国庆节是厨房用品销售的旺季，小家电前围满了顾客，整个小家电区域到处都是导购员忙碌的身影，她们用热情周到的态度，亲切友好的笑容为顾客服务着。

看，九阳导购员李宗娟正抱着货从仓库一路小跑冲向卖场，到卖场后为顾客详细讲解了电磁炉的功能、使用方法及保养方法。在达成交易后，因赠品及商品数量较多，她便用捆扎绳熟练的为顾客把商品包装好，并将顾客送下电梯。回来后又开始接待新的顾客，就这样忙碌了一天，甚至连中午休息的时间都放弃了。在她的努力下，一天下来取得了可喜的销售业绩。客流量大时像她这样加班加点，甚至带病工作的伙伴还有很多。正是这种鼓足干劲的奉献精神使得销售不断攀升。

每逢节假日，当人们正在休闲娱乐的时候我们日百人却奋斗在工作的前线；当人们合家团圆时，我们日百人却放弃了与家人团聚的时光。是什么力量促使着日百人这样忘我的工作？我想应该是公司优秀的企业文化，浓浓的团队氛围影响着我们每一个人，感染着我们每一个人。

□ 萬德福岚山店 高兰

员工视点

货源保障促销售

“来货了，我们厅来新款了……”羊毛衫组鄂尔群导购员开心的告诉我。看着厅里满满的货，我不禁想起为了沟通厂家来货，导购员付出的努力。

由于之前人力缺失，导致销售一直不理想，供应商信心不足，所以发货也不积极。但是羊毛衫的销售旺季马上就来了，货源不到位何谈销售？导购员非常着急，她每天都“骚扰”供应商好几次，把卖的好的、适应门店销售的款式拍照给供应商发过去。她还多次找到主管和部门经理，主管与供应商多次沟通，部门经理也不遗余力的帮助进行协调。

功夫不负有心人，新款到货了！因为新款货源及时到货，专厅的销售对比之前是直线的增长，导购员也在第一时间把销售情况发给了供应商。供应商非常满意，最近几次的发货补货都很及时。

货源保证了，导购员销售热情高了，销售自然就有了保障。

众所周知，货源是我们实现销售增长的基础，与供应商良好的沟通，保证货源的充足，才能赢得业绩

□ 萬德福莒县店 蔡明明

什么影响了我们的销售

日常巡场看什么？作为一名主管，在日常巡场时我们会更加关注员工的仪容仪表、劳动纪律等现场管理问题。殊不知抓销售，重业务，在巡场时我们也要更多关注销售。

什么影响了我们的销售？作为百货业态，专厅充足的货源，导购员精湛的销售技巧是达成销售的关键因素，但不可否认的是卖场环境也对销售有一定影响。

良好的卫生环境为商场树立良好的形象，提高商场的品味。清洁、文明、舒适的购物环境能在一定程度上激发顾客的购买欲，提高顾客的回头率。

利用灯光营造良好氛围，专厅射灯正面光照射的服装有明亮的感觉，能完整的展示整件服装的色彩和细节。45度侧面光使服装层次分明、立体感强。

音乐，可以提升顾客的购物感受，节假日时可以放一些欢快的音乐，但专厅音乐不能高于总台音乐，否则会给人嘈杂烦躁的感觉。

另外，还要注意卖场四度，即湿度、亮度、空气清新度、温度。冬季气温一般在18-22度，夏季气温在24-27度最为适宜，温度太高太低都会影响顾客心情。在日常巡场时发现温度不适宜要及时沟通相关部门进行调控。

日常销售站在顾客的角度，想顾客之所想，急顾客之所急，相信我们的销售定会再创佳绩。

□ 萬德福莒县店 王吉素

在学习中进步

常言道：活到老，学到老。曾去大润发学习，当时并不是节假日，可看到当时的客流，感觉像年底采购年货，让我感到震惊。

调味粉是袋装的，他们的陈列大胆新颖，几乎是陈列在顶端靠在层板上，没有按照商品陈列中商品距层板二指原则来陈列，看上去更加丰满。

学习回来后我们也对袋装调味粉的陈列进行了调整。调整过程中多加了3节层板，不但能增加商品的陈列面，更能提高商品陈列的美观度。

当看过去胖东来学习带回来的录像及照片时，我再次感到震撼，要想进步就要不断的学习，还要将学习到的知识运用到工作中，不断提升自我。

竞争越来越激烈，新的形势对我们是严峻的挑战，没有压力就没有动力，没有竞争就没有市场，我们要向对手学习，变在对手前面，在学习中进步，在学习中发展。

□ 萬德福莒县店 史世兰

不忘初心 继续前行

近期公司组织店总经理到胖东来进行了学习，回来后第一时间与主管以上人员进行了交流。通过分享，我们感受到了胖东来以顾客为中心的贴心服务，免费为顾客修剪衣服，超市内为顾客提供一次性手套，方便顾客挑选商品后擦手的纸巾盒，小朋友们喜爱的五彩斑斓的购物车，温馨的母婴室，供小朋友使用的便器，商品一侧摆放的放大镜，为倾听顾客声音帮助企业成长而承诺的500元投诉金。

1999年，创始人于东来提出了“不满意，就退货”，也是在这一年，胖东来率先推出了包括存车、打气、饮水、电话、衣服熨烫、裁缝裤边等在内的免费服务，国内国际大型商场在此难以立足，纷纷撤退，成就了胖东来每年两店近30亿的销售。

消费环境变了，购物模式变了，顾客可以利用的工具和途径多了，但其实商业的核心与本质并没有变。通过到胖东来的学习，我们看到了自身的差距。

胖东来的经营秘诀看似简单，但学成的人却不多。就像是我们所倡导的工匠精神，不是一朝一夕可以习得，需要始终坚持，保持一颗匠心。匠心并不是摆一次花架子，而是对初心的坚守。零售更是如此，你可能付出了很久都未能得到回馈，于是转身弃而不行，胖东来提供了一种可能，外在的变化绚丽多彩，与其盲目跟风随行，不如坚守零售本质。

通过对胖东来的学习，我们豁然开朗，顾客愿意去那些能提供贴心服务、享受宾至如归感受、买到称心商品的零售商那里，原来顾客并没有走远，走远的是实体零售自己。

不忘初心，继续前行，实体零售的初心是商品与服务，这是永远改变不了的，外在形式只是助力，无法改变零售的内涵，我们借助于外在形式最终的目的是为顾客提供更好的体验、提供更符合顾客要求的商品。过于关注外在，而忘了内在，会迷失方向；过分关注形式，而忘了内容，会让我们忘了根本。胖东来展示给顾客的，究其根本是服务与商品的魅力最大化，他们通过设备的提升、空间氛围的营造、细节的完善让顾客得到了最优良的体验，他们通过丰满、有品质的价优商品，满足了顾客的购物需求。

学习、借鉴、成长，我们的使命是致力于满足顾客愉悦的购物感受，提升人们的生活品质，简单，但复杂，时代在变，消费者在变，我们唯有坚定咬定青山不放松的信念，才能爆发出不竭的前进动力。只要我们不忘初心，便能收获硕果累累。

□ 莒县新玛特 通讯员 徐从菊

喊破嗓子不如甩开膀子

四季度奖励方案下达后，部门及时组织员工进行了认真学习。为提升员工的销售热情和积极性，门店对奖金进行了重新分配，发放对象包括合同制员工和所有的导购员、制作员，体现了公平公正的原则。员工们听到这个消息，纷纷表示要超额完成销售任务。

借用李克强总理的一句话，“喊破嗓子不如甩开膀子”，部门员工在表态的同时付诸于行动。

门店店总前期对河南新乡胖东来进行了为期3天的考察和学习，回到门店后及时将学习心得和经验与中层、主管进行了分享，主管又将学习资料与员工进行了分享。

学习后，大家对胖东来舒适卫生的购物环境、员工尽职尽责的工作状态、细致入微的服务态度、琳琅满目的商品赞不绝口，表示从现在做起要将胖东来好的工作做法和经验为我所用，为超额完成四季度的销售计划而努力。

经过培训和学习，大家在慢慢的改变以往做得不到位的地方，并将对顾客的服务继续延伸和细化。

一些顾客反映现在市场上销售的面粉吃着不放心，听取顾客的建议，在积极联系下，很快门店自己磨制的面粉到货了。经过实验，用自己磨制的面粉蒸制的馒头口感香甜，韧性十足，得到了顾客和员工们的好评，散称面粉销售火爆。以前门店不经营鹌鹑蛋，很多顾客都买不到，我们又在门店的大力支持下与公司进行沟通，新上鹌鹑蛋、土鸡蛋、笨鸡蛋等品类，价格公道，品质优良，带动了生鲜区的客流，提升了销售。

以往客流量不大时员工在卖场无所事事，难免会违反劳动纪律。通过学习，员工在客流低峰期能够主动打扫卫生、整理商品，主管更是对每日的销售紧抓不放松，为销售提升而共同努力。

日子过得总是很快，转眼间10月份已经过去，部门三个柜组的销售持续增长，面对挑战更加严峻的后两个月，大家都充满了希望和信心，相信自己，目标定会达成。

□ 莒县新玛特 赵光娟

信念的力量 必胜的决心

在一场拳击竞赛中，拳王阿里和拳坛猛将菲雷泽展开对决。当比赛进行到第14回合时，阿里已濒临崩溃。然而，他竭力保持着坚毅的表情和血战到底的气势，菲雷泽认为阿里仍保持着良好的体力，最后一刻放弃了。裁判高举阿里的臂膀，宣布阿里获胜。这时，阿里还未走到台中央，便眼前一黑，双腿无力地跪倒在地上。

10月份公司下达了新一轮的销售冲刺目标，在前期销售业绩的基础上有较大幅度的增长，且本次竞赛的时间跨度长。为树立全员信心，激发斗志，店总经理张永勤首先在中层例会上进行激励，激发大家的干劲。随后，中层召开部门的百日攻坚动员会议，将销售指标分配到个人，传递正能量，增强全员的集体荣誉感。

“我们要像拳王阿里一样，坚定必胜的信念，保持血战到底的气势。要想方法，找措施，决不怠慢，从现在开始，主动走出去联系业务，抢抓市场，整合身边所有可利用的资源，再次交给公司一份满意的答卷。”张总的话掷地有声，催人奋进。

莒县新玛特的员工们立刻行动了起来，到总台预约的人越来越多，员工都在积极联系亲朋好友，一时间门店的销售信息在朋友圈刷屏了。

这就是信念的支撑，信念的力量，因为我们有必胜的决心，才有快速行动，效益至上的干劲。

□ 莒县新玛特 鲁晓燕

长征精神铸就基业长青

长征胜利八十周年，全国各地纷纷展开学习长征精神的活动，什么是长征精神呢？长征精神是万水千山只等闲的豁达从容；是迎难而上决不放弃的拼搏奋进；是认准目标决不回头的勇气和毅力。这个时代需要长征精神，我们更需要长征精神。

商场如战场，零售行业竞争日趋激烈，日照区域华润万象汇、苏宁广场先后开业，莒县区域新世纪虎视眈眈，正基时代广场开门营业，无不昭示着一场更加残酷的战争已伴随着凛冽寒风悄然打响。狭路相逢勇者胜，我们是看天度日的坐以待毙，还是绝处逢生去撕开一条血路？长征精神告诉我们唯有后者，方能铸就基业长青！

万水千山只等闲。在当前竞争下，保持积极乐观的心态尤其重要，零售行业寒冬来临已经是不言自明的现实。面对困境，有的人消极等待，如一只待宰的羔羊，怨天尤人，理由一大箩筐；有的人主动出击，如一只积极寻找猎物的雄鹰，主动寻找机会，提升自身实力。两种心态，留给他们的明天截然不同，

认准目标绝不回头。九阳内购、自行车预售、中秋销售竞赛，为我们实现春节销售百日攻坚战指明了方向。大目标的达成来源于分解后一个个小目标的圆满完成，门店要有大的目标，然后小到部门、柜组、专厅、个人，每个人都要有自己的目标。

春节销售竞赛仅剩不到三个月的时间，我们要主动承担起分解到肩上的目标去想方设法完成，落实到行动中，而不是抱着目标昏昏欲睡，消极等待，销售如此，日常经营工作更是如此。

只要我们坚定信念，脚踏实地，定会铸就我们的基业长青！

□ 莒县新玛特 何庆杰

不离弃不放弃

10月14日，我同生鲜部的5位大姐有幸参加了公司组织的蒙山-孟良崮一日游。

此次一日游不仅让我们呼吸到了天然氧吧的新鲜空气，学习到了孟良崮战役的动人故事，更让我们体会到团队合作的力量和作为日百这个家庭成员的自豪。

当天参加一日游的人员有300多名，为了留住美丽，同时能跟上队伍，我们一行6人在拍照时充分体现了“快”的工作作风。只要遇到美景，我一喊“生鲜部”，她们立即集中过来，摆好姿势，我当即找角度拍摄。在默契配合下，我们永远是风景的主角，并没有因为游客多而拍摄的不理想。返回的路上看着一张张充满幸福笑容的照片，我们的心醉了，做成的电子相册也成为美好的回忆……

此番旅游更让我感动的是伙伴间的相互帮扶和坚持。登蒙山时，时间紧任务重，伙伴们行动迅速，在山腰处50岁的张淑华大姐突然胸闷，脸色蜡黄。同行的费红娟、周道娟、徐凤英发现这一情况后，立即停下脚步，为张淑华按摩太阳穴，给她喂水。在稍作休息后，张大姐逐渐恢复，大家总算松了一口气。虽然此时大部队已经远去，但是她们坚持同张姐一同到达山顶。

在下山的过程中，张姐的体力透支。感受到了她的吃力和艰辛，费红娟大姐不断的开着玩笑，调节气氛，让我们的心情不再疲惫，快乐的行走。为了保障出行安全，张淑华大姐最终选择了坐索道下山，为了让其他人放心，费红娟大姐主动提出陪伴张姐。在索道到达山脚时，由于过度疲劳，张姐的腿突然抽筋，费姐便耐心的替她按摩揉捏，直到恢复，不离不弃。

俗话说上山容易下山难，几位大姐在下山时都累得气喘吁吁，但是奔着必胜的目标，大姐们一直在坚持着，累了休息会儿，起身继续前行。周道娟大姐找到一根木棍支撑着，一步一步的往下走，徐凤英大姐走到山脚下时两腿已经僵硬。在山脚下我们一行6人再次会合，看着目的地临近，大家内心轻松了许多，相互调侃着，欢快的笑声弥漫在山间……

此次一日游，我们收获了感动，增进了感情。前行的路上，只要我们不离不弃，坚定信念，必将走向成功！

□ 岚山新玛特 通讯员 王淑英

有一种佐料叫文化

外出时，背包沉甸甸的，吃的、穿的；回来时，背包还是沉甸甸的，陕西的吃的、穿的。

来了西安肉夹馍是要尝一尝的。未到西安时，以为肉夹馍无非是大饼夹肉，没有什么复杂的烹饪技法，能有什么神奇，什么花样呢？莒县也是有肉夹馍的，都吃腻了呢。

“老板，来一个肉夹馍。”白吉馍热热的，炭烤金黄，焦香扑鼻。好的白吉馍，讲究“铁圈、虎背、菊花心”，我并不十分知道这是什么意思，但想必和写文章所讲究的“凤头、猪肚、豹子尾”有异曲同工之妙。馍里夹的是腊汁肉，切得细而不碎。腊汁肉一定要在陈年老汤中用文火慢慢熬炖，才能肥而不腻、瘦而不柴。

咬一口，馍香，肉酥，浓郁醇香，回味无穷。白吉馍、腊汁肉，两种食物互为烘托，绝妙组合，将各自的滋味发挥到极致。美食是给人带来幸福的神物，千百年来秦地的汉子们正是依仗着肉夹馍带来的幸福感，心满意足地在这片黄土地上劳作。

肉夹馍外酥里嫩，酥脆可口的馍是陕西人的骨气，浓香咸鲜的腊肉是西北人的灵魂。每一口下去都把十三朝的辉煌和说不尽的历史沧桑融入到了我们的口中，心中，魂中。这一刻，我品出了西安肉夹馍的不同，它有一种佐料叫文化。

市场竞争激烈而残酷，同类品牌众多，怎样让消费者选择自家产品？除了质量，需要赋予品牌文化内涵，抓住消费者的心理诉求，让自己的产品在众多品牌中脱颖而出。

随着社会经济的发展，居民消费水平不断提高，人们的生活方式产生巨大的变化，情感需求日益强烈，购买产品已不仅仅为了物质消费，更注重精神的愉悦、个性的实现和情感的满足。产品的文化含量越高，越容易为消费者所接受。

《山楂树之恋》赋予了小小的山楂果文化内涵，人们被它的故事打动，刮起了山楂“热风”，购买山楂已不仅仅为了满足口腹之欲，更是潜藏了深层次的精神追求。

武大郎炊饼是阳谷县武大郎炊饼食品有限公司开发的地方食品。炊饼的包装没有什么特别之处，价钱不贵，购买者却络绎不绝，为什么呢？因为武大郎是《水浒传》里的人物，卖的就是水浒文化。

销售行业众彩纷呈，如何脱颖而出？行业现状提醒我们单纯依靠产品已难以满足消费者需求，要想在竞争中立于不败之地，就要提供同行业难以提供的服务，满足顾客从产品到精神方面的需求，需要我们在品牌文化上下功夫，让消费者在消费的同时脑海中自动浮现日百品牌的倡导和追求。

文化有料，文化会使我们的销售更有生命力，更有力量。销售产品就要销售文化。我们要打造日百的金字招牌。

□ 萬德福莒县店 特约记者 赵淑妍

无限风光在黄山

在去黄山之前，我对黄山的印象仅限于明代地理学家徐霞客描述黄山的诗句“五岳归来不看山，黄山归来不看岳”。到底是怎样的风光让徐霞客两度登临黄山并留下了如此隽永的诗句，怀着一份期盼的心情，我们来到了黄山。

十月的黄山仍然缠绵于雨季，细密的雨丝说来就来，厚厚的云雾缭绕在山间，一切显得那么神秘。坐在登山的缆车上，穿行在云雾中有种如梦如幻的感觉。真正的徒步登山是从迎客松开始的。雨雾中的迎客松以挺拔的身姿，张开遒劲的双臂热情地欢迎着来自四面八方的游客。从迎客松到光明顶大约有5公里的路程，我们意气风发的开始了登山行程。自以为曾经登过泰山的6555个台阶，这样的路程应该不会费多少力气，但当面对一条条高耸入云的石阶时，才真正地体会到了黄山的雄峻难登，不知不觉地就开始胸闷气短，举步维艰了。

上山不走回头路，所以既不能选择停下也不可能回头，只有继续前行了。我告诉自己，坚持，坚持，再坚持。很多时候，工作和生活中的我们不也是一样吗，前行的路上常要面对孤独无助，没有退路，只有勇敢地向前，坚持不懈的努力，才能克服一个个难关。

不一会儿的功夫，脸上已经分不清是汗水还是雨水了，正要停下来擦把汗，身后传来了急促的呼喊声：“请靠左边让一下！”回头看时，只见窄窄的山路上两位挑山工正一前一后匆匆走来，他们每人身上挑着一副沉重的担子，都是些蔬菜和日用品，汗水流淌在他们古铜色的皮肤上，已经将身上的绿色马甲打湿，但是后背上“黄山欢迎您”的一行黄字却是格外醒目。望着他们远去的背影，我不由得心生感慨，在科技发展的今天，他们宁愿流尽汗水，延续最原始的搬运方法，也不愿肆意运用钢筋水泥、机械工具来毁掉大自然的一草一木。他们何尝不是在坚守心底的那一份执著呢？

黄山是美的，松，石，云雾，无不让我们迷醉其中。黄山的奇妙之处常常是同一个地方从不同角度看过去，竟然是截然不同的风景，可谓是移步换形。人们习惯把男人比作雄伟的高山，如果真的那样，我觉得黄山不仅有男人的粗犷与雄伟，也有女人的细致柔美。林立的群峰，娉娉婷婷，山腰间忽隐忽现的轻轻薄雾，真像身着水墨长裙摇摇下凡的仙女轻落人间。

黄山的风景奇秀，但是途中险象也是无处不在。走着走着，忽见两峰之间悬一巨石，似乎随时都会砸下来，一条近乎垂直的仅容一人通过的狭长山路直通云霄，这就是传说中的“一线天”。山路宽不足一米，全是从悬崖峭壁之上开凿出来，似云梯如栈道，外面是简陋的护栏，人走在上面战战兢兢，往脚下一看，不由得惊出一身冷汗，只见峭壁千仞，深不可测，真是奇险无比。

一路上攀不完的石阶，走不完的险境，但沿途所见风景美如仙境。就这样走走停停，时近中午我们终于登上了光明顶。站在山顶放眼望去，景色尽收眼底，如黛远山，怪石奇峰，轻雾白云在山峰中穿行，原来那些水墨山水画中的画面一点都不假，只是远不及这流动的山水来的有神韵。一身的疲惫已全然消散，我们决定徒步下山。

“峰奇石奇松更奇，云飞水飞山亦飞。”行走在蜿蜒的石板路上，心情轻松的像是要飞起来。途中偶遇两处大瀑布悬挂在苍翠的山峰间，一种生命的震撼从心底升腾起来，浩浩荡荡奔涌而去。幽静的山路上，几声鸟鸣不时传来。秋天的黄山是多彩的，一簇碧绿，一簇浓黄，一簇暗红，山雾氤氲，几枝松，几个旅人，有似古山水，笔意简洁。难怪徐霞客曾赞叹：“登黄山天下无山，观止矣！”

忽然庆幸选择了徒步，虽然辛苦，但看到了美景，累点也值得。也许登山的目的从来都不是目的地，沿途的风景才是我们真正要感受的，正如我们从出生就一直走在一条有去无回的路上，只是同样的路程，不一样的心灵和眼睛，看到的风景迥然不同。如果我们永远行色匆匆，那么一生看到的不过是几个点，几个站牌而已，那样的人生岂不太乏味，太无趣了。不妨慢一些，让灵魂跟上身影，享受过程中的风景。

也许匆忙之中我们并没有完全领略它美丽的真颜。但这又有什么关系呢？眼睛无福一见的，可以用想象追踪揣摩，手指无法触摸的，可以用心灵去弥补假设。这已经很好，黄山，我真实地来过。

□ 超市采购部 刘春梅