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.ribaigroup.com　Email：rbqywhb@sina.com

2014年9月12日　星期五　甲午年八月十九　第9期（总第140期）　本期四版

务必真实 务必扎实
务必现实 务必落实

集团管理创新再结硕果

——“日百终身员工”等多项创新经营成果获省级荣誉

本报讯　近日，从省经营管理学会传来喜讯，集团提报的“日百终身员工”制度荣获第十届山东省企业经营管理科学创新成果奖，这是继2012年集团实施内部EAP之后，公司经营管理成果再次荣获这一殊荣，另外，集团提报的内训师队伍建设及店总经理胜任力模型均荣获经营管理科学创新二等奖。

近年来，公司高度重视创新工作，2011年首次设立管理创新成果奖，即有10个创新项目提报，2012年增至45个，2013年增至81个，涉及管理、业务、技术、服务等诸多领域，为公司经营管理创新营造良好的氛围，全体干部员工开拓思路，瞩target创新，各类创新成果不断涌现。董事长、总裁都现在年会工作报告中提到：“我们创新成果奖里面有很多好的模式，对这些好的模式要大力赞赏，大力奖励。”这也凸显了公司在创新方面的重视。

为更好的鼓励和促进经营管理创新，2013年，集团制定并印发《日百集团创新成果奖管理办法》，对创新成果的评选内容与标准，流程与奖励进行了统一规范，并将创新成果奖进行了细化与分类，成立创新成果奖管理委员会。

终身员工制度自2012年制定，并于2013年三十周年庆典大会表彰了30名首批日百终身员工。公司持续为终身员工发放培训补贴，取暖补贴，并为终身员工父母发放孝心红包，为终身员工子女婚嫁、生子发放红包等。一系列举措不仅赢得了公司内部员工的一致好评，还获得了社会各界的一致赞赏。省企业经营管理学会多次了解公司此项目，给予了极大的关注。此项举措有力的提升了公司凝聚力、向心力，增强了员工的幸福指数与对企业的高度认同感，也很好的提升了公司知名度与美誉度。此次该项目从参评本届省经营管理科学奖的600余项成果中脱颖而出，荣获省理创新成果奖。

内训师队伍建设、店总经理胜任力模型，分别在建立系统的培训培养体系，持续为企业输出优秀人才以及建立一系列可培养可评估的素质和能力、规范与提升店总团队的胜任力水平等方面发挥了重要的作用，经过几年的运作也取得了良好的效益。

2012年，公司EAP项目从全省500多项成果中脱颖而出，荣获第九届山东省企业经营管理科学创新成果奖。2013年，在第六届中国管理科学大会上，公司以创新性实施内部EAP项目和在企业文化建设上取得的成绩，获评“中国管理创新先进单位”。此次三个奖项的获得是对公司近年来在经营管理中取得的创新成果的高度肯定，同时也激励着我们在今后的经营管理活动中继续进行创新，促进公司经营管理再上台阶，为全省的兄弟企业提供可资借鉴的管理案例。

看到成绩的同时，我们也应该认识到不足，董事长年会上特别强调要加强服务创新，这也是我们当前及接下来一段时间必须高度重视、认真实践的重要工作。

另外，公司在重视创新的同时，更将视角投向创新成果的推广与应用上。《创新成果奖管理办法》中特别设置了创新成果推广奖，8月底，各公司、部门已同时将2013年创新成果奖的应用情况，与2014年上半年的创新成果申报材料上报集团创新成果奖管理委员会。

在接下来的工作中，公司上下应一如既往，解放思想，开拓创新，同时，对创新经营成果紧抓落实，切实应用到实际工作中，发挥实效。

└ 本报记者　袁启

打造过硬质量　铸就诚信脊梁

系列质量安全活动陆续展开

本报讯　8月28日，集团安全委员会下发通知，在9月份开展以“抓质量　保安全　强管理　促效益”为主题的“质量安全月”活动。这是自7月份商业公司开展“商品质量月”活动以来，集团再次开展的以质量安全为主题的活动，突出体现了公司在重视商品质量，践行社会责任上所做的努力。

商业公司上半年顾客满意度调研报告显示，各门店商品质量整体满意度有小幅下降，商业公司随即在7月份开展了“商品质量月”活动。

通知下发后，根据活动要求，各门店组织人员对商品质量、内外加工间、供应商证件、价签使用情况等进行地毯式的自查，发现问题及时整改反馈，消除了大量食品安全隐患、商品质量有大幅度提升。8月份，商业公司组织人员对各门店整改后的商品质量情况进行检查。

通过检查，各门店商品质量及食品安全管理工作总体良好，在制度落实、操作规范和方法创新等方面也多有亮点出现，但同时也暴露出了商品管理、细节关注等方面仍然存在不同程度的问题。

面对问题，各门店紧抓落实不放松，继续进行整改与检查，并要求从根本上杜绝问题的再次发生。各门店还邀请所在地区的食品药品监督局、工商局等对口行政部门对门店进行指导检查，对不规范的现象进行整改。

8月28日，由营销督导葛兰芝带领各门店客服部经理对整改后的情况再次进行联合大检查。检查结果显示，大多数问题得到有效整改，各门店商品质量有明显提升，员工商品质量意识、业务技能也得到了提以。

为加强内部信息的交流，商业公司同时在办公系统建立“商品质量管理”专区，作为问题商品曝光、预警平台，后续将讨论形成研究专区应用、管理方案，争取尽快投入使用。同时，对部分商品查验标准不统一的问题隐患以展开讨论，将形成统一、规范的执行标准，确定后统一执行。

通过自查与公司联合检查，商品质量及食品安全管理工作中存在的问题得以暴露与改进，从业人员的责任意识、业务技能得以加强与提升，相关的工作经验得以交流与分享，商品质量及食品安全管理水平有较大提升。

此次，集团安委会再次在全公司范围内开展“质量安全月”活动，将结合中秋、国庆双节等至关重要的时间节点，分阶段的推进活动有序开展。要求各公司、部门要精心组织，高度重视，切实发现并整改工作中存在的问题，杜绝质量安全事故的发生。对于质量安全检查出的问题要积极面对，不包庇，做好沟通、交流，防止其它公司、部门出现类似的问题。同时要求以“质量安全月”活动开展为契机，堵塞管理中的漏洞，完善工作流程，形成质量安全管理长效机制，确保质量安全全面有序推进。

系列质量安全活动的陆续开展，发挥了有效督导的作用，达到了全员高度重视质量安全的效果。同时，活动的开展，是质量安全提升的有效举措，尤其是为连续重要节日期间的经营活动提供了保障，也展现了公司坚持塑造的诚信品牌，铸就企业诚信的容量。

└ 本报记者　袁启　丁玲

实习经理培养项目启动

本报讯　8月19日-24日，2014年新晋升实习经理培训培养第一阶段封闭培训在山海天培训中心顺利完成，21名新晋升的实习经理参加了培训。

出席训练营开班典礼的公司领导在讲话中指出，晋升意味着公司对大家的要求更高，期望更高，大家要珍惜机会，不枉费口，快速成长，按计划完成培训学习，希望大家以了解中层管理者职责、能力开始，明确自身定位，尽快实现角色转换，做一名合管理、懂经营、能带团队的合格的中层管理者。同时协助主管抓好经营管理，多挑重担，在管理中公平公正，谦虚谨慎，树立良好的管理者形象。

此次培训在讲师安排、学员考评、学习纪律等方面进行了调整和完善，期间，学员们认真学习了中层管理者角色转换、胜任力塑造、管理技能等，积极参与了培训考试、情景模拟、案例分析、团队拓展等提升练习，培训取得了良好的成效。新晋升实习经理还将在未来7个月时间内接受集中培训、E-learning学习平台、阅读指定图书等多种渠道的学习。

└ 日百商学院　徐芳

创新要见实效

本报评论员

创新是进步的不竭动力，对于企业来说，创新是一个企业搏击巨浪、离海弄潮、立足百年而不倒的制胜法宝。创新来源于现实工作，这应和引领最时代发展的趋势，但是，创新必须要落地生根，方能结出累累硕果。

创新见实效，首先要使创新成果对解决现实工作中遇到的困难有指导意义。创新不是凭空捏造，主观臆断，我们要在坚持“四个务必”的基础上，立足实际，总结经验，吸取教训，站在前人的肩膀上看未来。

如数公司近年来的创新成果，无一不是对解决现实问题、提高工作效率、节约资源有助益的，对工作中出现的问题，敢于大胆提出新的解决思路是创新；对于已有的制度流程，敢于推陈出新，革故鼎新是创新。人才管理是创新，才能培养人才，留住人才；财务管理是创新，才能实现资金效益最大化；经营管理模式是创新，公司才能不断做大、做强。认识到自身存在的不足，进行改革创新是前进的动力源泉。

创新见实效，就是在瞬息万变的市场经济中寻找创新的契机。走出去，向更多对手学习，变点变身对手前面，赶为天下先。市场经济的结构调整，要求我们及时调整战略方针；电子商务的异军突起，要求我们改革经营思路；粉丝经济的到来，要求我们突破传统营销方式的桎梏；微利时代到来，要求我们各实基础，挖潜增效，节约成本。企业要发展，要想在激烈的市场竞争中取得先机，就要洞察先机，行动迅速，而不是跟随别人的脚步亦步亦趋，捡拾别人的残羹剩饭。

当然，创新不仅存在于宏观战略层面，更需要渗透入日常经营管理的方方面面和角角落落。公司在原有奖项的基础上增设“金点子”奖，进行即时奖励，就是要鼓励和激励各员工每日每时在工作中，发现并解决实际问题，同时能为公司创造效益的创新活动。

创新要见实效，还要持之以恒、锲而不舍的做好创新成果的横推。创新成果来之不易，有些甚至要耗费大量的人力、物力、财力，如果不能实现创新成果价值的最大化，创新是没有任何意义的，只会造成资源的浪费。创新成果落地的难题，使多少创新成果高高挂起，流于形式，仅止于获得荣誉的风光无限与交流探讨的纸上谈兵。

2013年公司设立“创新成果推广应用奖”，鼓励对创新成果进行研究学习，在工作中进行推广。我们要反思，有多少优秀的创新成果在运用一段时间之后被束之高阁？新思在年会工作报告上说：“将未利用起来的楼层利用好了比去新开门店强多了。”同理适用于创新成果的落地上。将它有的创新成果利用起来，比去进行二次创新能更快见成效，也能最大限度上实现资源利用最大化。

创新见实效，是创新的核心所在。如果给曾经进行过创新，请再次开动脑筋，立足实际工作中遇到的困难，将创新之路继续下去。你的创新会解决很多人的难题；如果你正在进行一项创新，请顺应时势，放大视角，集思广益，敢于做行业的领先者；如果你正在运用已有的创新成果，请寻精学透，坚持不懈的运用下去。

这就是对别人劳动成果的认同与尊重，也是对工作负责的体现。创新成果见实效，方能百尺竿头更进一步！

述評

高层论点

职能部门

如何更好地服务于一线业务部门

职能部门另一线业务部门服务是一个老生常谈的问题，也是企业中长期存在、需要不断改进提升的焦点问题。职能部门通常意义上定义的关键职能为：管理、服务，其管理的主角也是服务，但在企业实际运行的过程中，部分职能部门往往流落这两者之间的关系，表现为管理胜过了服务，要么另了服务牺牲了管理，造成了更大的服务缺失。那么作为职能部门究竟应如何更好地服务一线业务部门呢？

首先来有一个案例：公司某一业务部门员工因工作需要调岗，原岗位空页，但相应的业务工压并重，急需招聘人员一名。内部无合适人选，公司批准外部招聘，人力资源部门接到任务后，有以下几种做法：

第一种做法：根据公司相关规定及程序展开招聘工作，用时应为30天，由于招聘时间紧，很怎么其所合公司要求的数方，第一次面试没有招聘到合适的人员，人力资源部门告之用人部门，还需要按规定程序及时间再次招聘，第二次仍然没能招聘到合适的人员，于是再次按规定程序及时间招聘，用人部门的业务一再耽搁，人力资源部门答复：“这是公司规定的程序，没有合适的人，我们也不能再说，现在再说，人用招聘进来技术更大，我们慢慢招吧。”实际招聘用时为80天。

第二种做法：根据公司相关规定及程序展开招聘工作，由于职位比较紧急，启动紧急招聘程序，用时应为20天，人力资源部门考核招聘的及时率和达成率，并分管部门予以提供更多业务主部门做好服务与支持，招聘人员通过降低招聘标准、减少面试题目、考试项目、缩短培训时间等，草草地找来的极不人员予面试进中一位不太符合要求的人员。实际招聘用时为10天。

我们将两种做法深入地分析来看：

第一种做法是典型的重管理轻服务。重视招聘的管理职能，严格按照公司的要求去实施相关工作，此时招聘第一关，为公司后续发展做好了保障；但是忽略了服务职能，忽略了招聘的最终目标应是满足了业务发展的需求，招聘本应的价值也是满足业务的需求。片面强调管理而忽视服务的表现就是本位主义，更有甚者认为千方百权力了，出现了“门难进、脸难看、话难听、事难办”的现象。片面地从自身所谓的专业未外难业务，殊不知没有了业务的需求，你再专业也是没有价值的。

第二种做法是典型的重服务轻管理。重视招聘的服务职能，在最快的时间里内人员补充到位，满足了业务的短期需要；但是忽略了管理职能，看似完成了目标，满足了业务的需要，实际给企业带来了更大的隐患。不管是员工因工作压力大，还是因不适应环境，随时都是离职了无用的，由此带来的二次招聘的重性质本和人其高职，敏感的隐性成本都会大大增长。片面这次服务而放松甚至放弃管理的表现是服务不讲原则，选拔服务者是招聘未达到目服务。这样的“服务”带来了暂时的收益，但却付出了高昂的代价，最终带来的结果是更严重的服务缺失。

出现上述片面倾向的原因是多方面的，作为职能部门，没有弄清楚管理与服务的辩证关系，错误的认为管理与服务是矛盾的，把管理与服务对立起来，割裂了管理与服务的联系，使之成为“两张皮”。或者混淆了管理与服务的不同思维，把解决用服务代替管理或者用管理代替服务，忽略了管理与服务二者最终目的的同一性。

因此，职能部门要想更好的服务一线业务部门，就要一切从有利于业务发展的角度考虑，认清管理是手段，服务是目的，管理离开了服务，就失去了目的，而服务离开了管理这个手段，也达不到服务的目的。所以，一切从业务发展的角度来考虑，管理和服务就不是对立的，而是统一的，二者是融为一体的。职能部门所提供的服务是通过管理来实现的，而管理又是通过服务来体现的。

这是一切从业务考虑的实际出发，认清管理就是服务，服务本身也离不开良好的管理，管理与服务的最终目的具有同一性，都是实现公司的可持续发展。没有业务的需求，便不会有职能部门的存在，职能部门与业务部门的最终目标都是提升公司的整体业绩。职能部门通过管理支持业务部门，职能部门既是管理部门，同时更是服务部门，应在坚持管理的基本原则的前提下，最大限度地为业务部门提供最优质、高效的服务。

另外，管理与服务是程序与结果的关系，管理是程序，而服务和全局利益以及投职效益与长远效益的关系，这就要求职能部门要始终以更高的高度看待问题，从业务发展的角度进行分析，从公司长远发展的角度进行考虑。

在上面的案例中可以看出，如果职能部门一切从业务的实际出发，正确处理好管理与服务的关系，人力资源部门可以有第三种做法：在保证招聘效果不变这个管理原则的前提下，通过正确处解决办法提升服务效率。例如：拓宽招聘渠道缩短招聘宣传时间、缩短招聘流程统计时间、缩短各流程环节的审批时间等，通过多种管理手段，既不影响招聘效果，又能提升工作效率，同时又达到了服务的目的，我们所乐而不苏？

└ 商业公司人事行政总监　司玉文

新闻30天

内训师技能大赛赛前交流会召开

本报讯　8月20日，由商学院培训管理部组织的内训师技能大赛决赛赛前交流会在集团五楼会议室召开，12名内训师就决赛要求、课程设计等方面进行了深入交流。

会议就选手在相赛中存在的问题及决赛需要注意的事项进行了讲解，应用了FTT引导式培训中的“共识工作坊”进行了分组探讨。另外，12名内训师将决赛课程设计思路进行了交流，培训管理部给出了标准化课程展示、交流会引导会仪参赛评师同施了决赛课程设计思路，提高了讲师的授课技巧。同时，“共识工作坊”这一高效、实用的引导式培训形式在内部讲师队伍中得到了推广。

└ 日百商学院　赵鹏

店庆中秋迎商机，促销创新赢市场

本报讯　为迎接新玛特购物广场9周年店庆和新玛特购物中心五莲店2周年店庆，结合中秋佳节商业公司营销部发起了“七店同庆，中秋共团圆”的大型促销活动。

在企划部统一促销思路的引领下，各门店针对不同区域市场的特点，大胆创新，分别制定形式多样的活动方案，8月26日活动启动，各门店“购物满赢别大奖”“会员积分抵现金当钱花”等各种促销活动接连上阵，让顾客应接不暇，流连忘返。尤其是8月30日、31日，各门店先后举行盛大夜宴，在全城引起轰动，客流量与销售业绩大幅增长，两日内销售额较去年同期增长高达57%。这种全城联动，七店同庆的促销方式既展现了商业公司统一的品牌形象，又灵活出击，效果十分显著，为接下来的经营活动奠定了良好的开局。

└ 商业公司办公室　李宗钦

焦点访谈

打好商品质量的持久战

焦点链接： 7月份，有媒体报出青岛基、麦当劳等洋快餐待过期鸡肉事件，进行再加工后送上人们的餐桌，该消息令社会各界一片哗然，广大消费者对“舌尖上的安全”深表担忧。

焦点回放：

2014年商业公司上半年顾客满意度调研报告显示，各门店商品质量整体满意度、食品新鲜度及安全性满意度存在小幅下降，体验着高温炎热，食品安全问题频发期到来，针对这一现象，商业公司将7月份定为“商品质量月”。8月份，“商品质量月”活动联检结果公布，结果显示：各门店确实存在不同程度的商品质量问题，商业公司战略开展一系列措施对问题进行整改。

公司历来重视商品质量提升工作，董事长、总裁提出的门店必须落实的“十三件事”中，有四件涉及商品质量，如何提高商品质量，是当前亟待解决的问题，也是贯穿整个经营管理活动的重大课题。

焦点访谈：

新玛特购物广场店总经理钟玉梅：商品质量关系到门店的生存和发展，必须引起我们的高度重视。“商品质量月”活动取得的效果比较显著，整个卖场的商品质量有很大改善，顾客投诉减少，门店首先引导员工从思想上对这一工作高度重视，组织学习相关案例，吸取经验教训，然后由各服部牵头，完善商品验货流程，由部门主管对员工进行培训，同时加大检查力度，每十天进行定期检查，平时由质检员，柜组进行抽检。但是，在这一工作中仍然面临着一些困难，比如加工间原材料的使用，建议将原材料使用的要求加入到合同中；要时刻提应商在商品质量方面的知识比较匮乏，这就需要加强对供应商资质的审查。同时，建议公司将各门店的商品质量查验标准进行统一规范，提高商品质量，不应该只局限于门店的经营效益，还要着眼于社会责任与义务。

日照店专服部经理李玉娜：出现商品质量问题主要是三方面的原因：一是部分供应商缺乏质量意识，甚至个别供应商存在投机心理，致使商品质量从出现问题；二是在货物验收管理中存在部分缺失；三是日常检查督导不全面，不及时，甚至对一些长期存在的问题熟视无睹，提升商品质量，需要常抓不懈，全员重视。门店对于“商品质量月”活动联检反馈的问题，要求卖场、供应商限期整改，由卖场、客服部与供应商签订协议书，同时推查营业执照，分类进行证件的索取，采购部门签订合同时，也要考察供应商资质；上柜须要严格检查；对于售后投诉生鲜商品质量问题，要灵活机动的进行处理，及时反馈相关部门，同时，还要做好与主管部门、兄弟门店的沟通工作，只有这样才能处于主动地位。

新玛特购物中心岚山店食品部经理孙钦飞：当前部门内商品质量存在的最大问题是过期警戒销售，每次检查总有那么几个问题商品存在，还有就是商品标识不规范，主要出现在一些老日期的商品上，出现这些问题的主要原因是检查监督不到位，解决这些问题，一方面要做好检查，在门店自查的同时，公司首先引导员工从思想上对这一工作高度重视，组织学习相关案例，吸取经验教训，然后由各服部牵头，完善商品验货流程，由部门主管对员工进行培训，同时加大检查力度，每十天进行定期检查，平时由质检员，柜组进行抽检。但是，在这一工作中仍然面临着一些困难，比如加工间原材料的使用，建议将原材料使用的要求加入到合同中；要时刻提应商在商品质量方面的知识比较匮乏，这就需要加强对供应商资质的审查。同时，建议公司将各门店的商品质量查验标准进行统一规范，提高商品质量，不应该只局限于门店的经营效益，还要着眼于社会责任与义务。

新玛特购物广场食品部部长吴霞萍：门店非常重视商品质量，商品质量管理也是责任到人。由部门主管进行培训，柜组长检查知识掌握情况。对商品标识、保质期管理的知识都有所了解，也能在实际工作中运用。作为员工，我们得要增强责任心，还要加强对知识的学习。

焦点评论：

诚信是企业立业基石，顾客是企业生存之本，质量是企业发展命脉。提升商品质量，是市值企发展壮大的动力之略。

商品质量提升必须从源头抓起，注重供应商资质的审核，严格落实商品准入制度，按照验收标准对各类商品进行验收，严格把控加工间原材料，在日常管理中，应当加强日常的商品管理工作，加大商品检查力度，发现问题，发现不合格商品及时整改报告，督促制度流程在日常工作中的落实情况。

同时，还要提升全员业务技能，加强商品质量专业知识培训，在员工掌握商品质量相关知识的同时，引导员工将知识运用到实际工作中，将已有的制度流程运用起来，将全体员工发动起来，是提升商品质量的有效途径。

提升商品质量是一场动员行动的持久战，不可毕其功于一役，以“商品质量月”活动为契机，既需要当前各部门的高度重视，也需要在今后的工作中紧抓落实不放松，做到各个方面的常抓不懈。

确保各类上柜的安全，是顾客之所急，想顾客之所想，以顾客利益为主，坚持以人为本，发展的道路上每实基础，脚踏实地，积极承担社会责任，努力做受人尊敬的企业！ 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

（2014年8月）

商业公司年度销售计划完成比例排名

部门		名次
营销部	新玛特购物中心莒县店家居部	1
	新玛特购物中心五莲店家居部	2
	新玛特购物中心五莲店百货部	-2
	日照店百货部	-1
采购部	百货采购部针纺类	1
	百货采购部日化类	2
	超市采购部生鲜成品类	-2
	百货采购部珠宝类	-1

商业公司年度毛利完成比例排名

部门		名次
营销部	新玛特购物中心莒县店	1
	日照店	2
	新玛特购物中心岚山店	-2
	高德福岚山店	-1
采购部	百货采购部针纺招商类	1
	百货采购部运动休闲招商类	2
	超市采购部餐饮娱乐类	-2
	超市采购部粮油调料类	-1

注：以上数据由财务部及商业公司财务部提供，负责人为刘磊。

掘个醒

向每一件赠品要效益

近日，记者了解到有顾客反映门店内赠品发放存在问题，同等价值的商品有些顾客得到了赠品，而有些顾客却没有享受到这一福利。针对这一问题，记者进行了背景调查和跟踪采访。

去年10月份，监察部针对卖场赠品管控情况进行了检查；今年7月份，监察部再次针对这一问题对部分门店进行了检查；8月份，商业公司的“商品质量月”活动联检也对赠品发放的各个环节进行了检查。多次检查结果显示，各个门店在赠品管理的各个环节确实存在不同程度的问题。有人情赠送、赠品控管表未合理利用、赠品丢失等情况。甚至还有导购员私分赠品的现象。赠品流源本就有限，这些问题无异于使赠品短缺的现状雪上加霜。

公司有明确的赠品管理规定，赠品规同商品，上述现象显然是不符合规定的。一方面赠品资源未合理利用，不利于经营效益的提高，影响了顾客满意度；另一方面也在一定程度上影响了与供应商合作共赢的关系，供应商提供赠品本身就是对公司的一种信任，是为了更好的促进销售，因此，我们做好赠品管理是责无旁贷。

赠品管理上的问题反映了部分管理的缺位，缺乏了有效的检查监督。要解决这一问题，既要做到责任到人，又要相关管理者督导到位，做到各个环节的规范。在源头上，要严格落实赠品准入制度，由防损员、质检员在赠品进入卖场之前做好把关工作；发放中，柜组要建立好相应的赠品发放控管表，做好发放记录；最后，在收银环节，收银员、防损员要了解赠品发放规则，做好监督工作。制度要严格落实，流程要严格执行，相关人员也要做好管理，形成防损员、质检员、导购员、收银员相互监督的机制。

采访中了解到，赠品管理中也存在一些客观因素，如因人员短缺做不到一对一的管理，赠品数量较多逐一登记有难度等，但这并不能成为我们的借口。管理者缺乏监督检查，导购员私分赠品，赠品控管表形同虚设，从根本上讲是在作风和纪律上存在问题，这些都是要坚决杜绝的。做好赠品管理，就要整顿纪律，整顿作风，严格落实公司规章制度，坚决杜绝有令不行、有禁不止的现象，刹住不正之风。

在商业竞争日益激烈的今天，赠品对促进买卖达成，商品品牌的建立与传播，起着举足轻重的作用。赠品能够使商品的附加价值增加，从而刺激顾客购买欲望，如何发挥好赠品的促销作用，达到赠品效益最大化，形成良好的工作作风，应当引起我们足够的重视。 本报记者 袁启

爱上商场小清新

图中的一幕是记者在新玛特购物广场二楼某女装专厅前偶然看到的。一位大约十八九岁的小姑娘被专厅前的照片吸引了，不禁伸出手轻轻抚摸这张下装。

这些宣传图大小不一，用相框进行了认真的装裱，画中是马、牛等动物穿着人类的服饰，“表情”冷酷，既没有倚丽的色彩，又没有运用高超的绘画技巧，只用简单的线条进行了勾勒，却给到好处，别出心裁的创意与独具一格的画风。一股小清新的文艺气息扑面而来。

对于新生代消费者来说，张扬个性的需求远远大于满足自身物质需求，越是新潮的元素越能引起他们的注意。将流行元素与品牌文化相结合，展现产品个性，能够吸引消费者成为品牌粉丝，并且通过微博、朋友圈的传播，实现“粉丝营销”。

品牌要“潮”，商场也要重视文化的作用。传统的高档购物中心总是摆脱不了“土豪金”的影响，现在看来，与金碧辉煌的装潢效果相比，年轻的消费者更倾向于“小清新”的文艺范儿，于是田园风、复古派风起，并拥有了大批的忠实粉丝。

为了争夺更多的市场份额，各种宣传单页满天飞，嘈杂的广播震耳欲聋，这使扫真的文艺范儿就显得尤为难得。那一片文化营造出的宁静更能引起消费者情感上的共鸣。当然了，对文艺气息的营造也离不开优雅的环境，优质的服务。

就艺术品来说，文化价值，营造文化氛围是重点，方能“高端、大气、上档次”。 本报记者 丁玲

曝光台

去皮电子称不去皮

近日，记者在高德福岚山店走访时，发生了令人啼笑皆非的事情：电子称显示屏上方显著位置标着“本电子称已设置为去皮净重”，然而实际操作过程中并未进行去皮称重。记者询问相关员工，这名员工一边说“我们的称本来就偏高，没有必要再去皮”，一边又手忙脚乱的进行去皮设置，这种现象无异于“搬起石头砸自己的脚”。询问其他人员时，竟然还有一名员工对着鲜艳的标识牌答复道“我是新来的，我不知道”。

电子称去皮称重应当是公司内人尽皆知的一项规定，也是商业公司“提升创优在岗位，顾客满意在日百”活动中对门店进行考核的一项重要内容。门店利用鲜艳的标识牌进行标示，也是为了提醒和警示，对着标识牌说不知道实在令人无法接受。门店的电子称每年也都要由质监局进行检重和准确的检验，员工所谓的“偏高”电子称也贴封有“检验合格证”，这一说法显然也是在“掩耳盗铃”。

一个连卷袋只有0.0002kg，顾客可能不会计较这重量上的0.0002kg，可是我们对顾客的承诺呢？

应该去皮的电子称未去皮，不符合公司相关规定，从某种程度上说是对顾客的欺诈。这一现象，折射出了新进员工培训的不到位，员工自我责任意识不足，也反映出了各级管理者在细节管理中的缺失。同时，这也体现了对细节的不重视，董事长在年会工作报告中强调：抓好细节管理，而在实际经营管理中，对于细节的重视却打了折扣，类似现象必须要引起我们的足够重视。 本报记者 袁启

管理论坛

异业联盟实现共赢

营销新模式之异业联盟

当今市场各行业的竞争压力越来越大，市场经济下的商家对消费者的吸引力已越来越低下，慢慢的以打折、让利，送礼品为主的促销方式又回到了最初的被动地位。各商家以平民客等待消费者的随机选择，才能和消费者之间建立供销关系。

在同质化竞争愈演愈烈的今天，我们急需一种全新的销售模式——异业联盟来突破传统市场的限制。就五莲区域而言，人均购买力有限，零售市场趋于饱和，这种需求就更加迫切。为打破这一不利局面，五莲店在当地率先引入“异业联盟”的营销模式。

异业联盟是既扩大客户群又巩固客户群的一种有效方式——利用联盟间成员共同搭建的虚拟平台进行资源运作，实现各商业主体之间资源及信息共享，从而达到区域异业资源整合最大化。

作为一种探索与尝试，新玛特购物中心五莲店与当地多家商家结成联盟，开展了不同形式的促销宣传活动。这些商家经营形式多样，所覆盖的经营领域广泛，在区域内有一定的影响力。目前，新玛特购物中心五莲店共计联盟十余家商家，行业涉及婚纱摄影、酒店、餐饮、培训中心、旅游等多个领域，目前仍有多家正在洽谈当中。联盟活动的开展，为山城人民创造了更多的实惠与便利，获得了广大消费者的一致好评。

在异业联盟的推进过程中，为达到更好的联盟效果，新玛特购物中心五莲店始终坚持互惠互利、诚实守信的原则，遵循契约精神，保持联盟商家间目标市场一致及品牌形象统一致性，也就是所谓的“门当户对”。在秉承双赢原则的基础上，新玛特购物中心五莲店通过商家之间广告位互换，提升品牌曝光率；商家之间会员互通，实现客户群体最大化；优惠券/消费券互置，协同促销，实现会员转化；活动相互支持，深耕联盟关系等方式来实现了与各联盟商家的合作。

自异业联盟开展以来会员顾客上升幅度较大，通过各个渠道的宣传以及异业联盟单位的相互带动，截止到目前为止五莲区域会员接近38000人次。2014年上半年会员销售占门店总销售的62.84%，除去大宗团购会员的来客数，门店会员来客数占总来客数的50.68%，通过顾客满意度调研，门店整体顾客满意度达95%左右，顾客的满意，助益了会员顾客的增加，带动了附近永和豆浆、肯德基等餐饮业的销售，真正达到了互利共赢。

在今年庄庆促销第二季中，结合门店促销需要，永和豆浆免费券/门店提供价值9.9元代金券530张，百年婚纱免费券/门店提供价值198元代金券300张，充分满足了门店促销商品需求。通过联盟洽谈仅本期促销券/门店节省促销费用大万多元。

正因如此，异业联盟这一新的结合形式在五莲店开展及实施过程中，充分显现了它的优势所在：

一、提高促销效率，为品牌的可接触范围

日百品牌的形成和巩固，需要不断的通过各种媒介展示来传递品牌信息，而利用其他品牌已建立起来的营销传播渠道进行宣传，无疑是突破传统的一种新渠道，相当于使此结借快车，双方的边际成本几乎为零，收益却更大，这也是扣公司“效益至上”的经营理念。

二、降低营销成本

各联盟商家的促销费用都是由各自投入，相当于所有联盟商家都在为我们进行一定程度的免费促销，影响扩大了，销量增加了，促销费用减少了，营销成本降低了！

三、区域坐断，封杀竞争者

让优势资源更为强势，异业的相互支援，深度合作，可以在相当长的一段时期内，挤占区域内可利用的稀缺资源，让竞争者从能望洋兴叹。

这种合作有很强的排他性，其效果是1+1>2。

四、使消费者利益最大化

让消费者尽可能多的得到实惠，这是联盟的生命力所在，异业整合的实质是将分散的各大利益主体共置在一个公共的平台上，在这个平台上，各方均能在共同原则的达成中实现自己的利益，很明显，各方利益的实现是以惠聚的达成为前提的，而惠聚是一个关乎最终消费者利益的问题，要实现惠聚，就必须实现消费者利益的最大化。

五、扩大了日百会员卡的使用范围

目前五莲店进行的异业联盟活动，形式之一是持日百会员卡在指定商家可享受会员折扣，如此一来既扩大了日百会员卡的使用范围，又增强了会员影响力，为提升门店竞争力，做大区域市场提供了保障。

作为一种新型宣传营销方式，异业联盟的影响是深远而持久的。但不可忽视的是，异业联盟需要一个能够担当大任的“盟主”，毫无疑问，作为“盟主”，新玛特购物中心五莲店当责任以地区域内黄金地理位置，以其在区域内的辐射力为依托，使“异业联盟”的探索取得了成功。我们也将不遗余力的将此项工作继续推进，将五莲店在整个五莲区域做大做强。 商业公司新玛特购物中心五莲店 丁艳

《日百文化》投稿（8月份）

部门	投稿
岚山高德福	27
莒县新玛特	24
岚山新玛特	22
商学院	20
五莲新玛特	16
新玛特广场	11
莒县高德福	9
日照店	8
接待中心	2
百货采购部	1
超市采购部	1
房产公司	1
物流中心	1
企划部	1

《日百文化》采纳（8月份）

岚山高德福	5
商学院	3
岚山新玛特	3
五莲新玛特	2
莒县高德福	1
岚山新玛特	1
物流中心	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。

同时征求教文、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：

0633-8703868；

电子邮箱：

rbgyuzhi@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

最美质检员 最硬“防火墙”

——记新玛特购物广场2013年专家顾问型员工申加丽

工作已有十余载，责任永记在心间。视事制度心中念，相任问题千千万。严格标准放眼来，保障质量创效益。

——题记

“不见其人，先闻其声”，性格直爽是我对申加丽的第一印象。笑容可掬，谦虚低调是我对她的第二印象，采访中洋溢着爽朗的笑声，使访谈没有一丝拘束感。

“我是2004年12月成为理货区质检员的。”申加丽深知成为一名质检员容易，但要成为一名优秀的质检员却没那么简单，需要经受更多磨练。不仅要有高度的信息敏感性，过硬的技术，更重要的是一定要坚持原则，恪尽职守，严把质量关，决不让不合格商品流入商场。十年，申加丽用行动诠释了对工作的认真，对企业的负责。

她，坚持原则，恪尽职守，严格落实各类商品准入制度，敢于对自己的质检工作负责，严把质量关，及时发现不合格商品，性格直爽的她敢于挑出问题商品，及时与供应商沟通，争取最短时间解决问题，确保商品的质量，更不怕因此而得罪供应商。

“有时供应商因为商品拒收与我们发生争执，甚至还会有一些过激的行为，我们不是‘怕硬的主’，对事不对人，只要是对的，我们就会坚持自己的立场，身正不怕影子斜！”申加丽用她的坚持换来了同事和供应商的信任和尊重，也赢得了顾客的满意。理货区是门店的“海关”，关系着整个门店的商品质量，作为理货区质检员所有的质检员，时刻警惕，为商场筑起了一道坚实的“防火墙”。

她，谨慎细致，明察秋毫，一手过硬的质检技术，稳熟于心的实战经验是她工作的宝典，“火眼金睛”识破质检过程中容易忽略的小细节，不让漏网之鱼流入商场，供应商也都亟需她大拇指。佩服她谨慎的质检技术，称她是商品质量的“把关人”，门店的“安全卫士”。把好商品质量关，除了具备极强的专业素养，还需要在熟练掌握各项业务技能的基础上，时时刻刻关注国家法律法规，掌握商品动态，保持着对知识和新闻信息的高度敏感性。身边的同事是申加丽学习的榜样；职业打假人是申加丽请教的老师；电视、网络等媒介是申加丽获取知识的平台。她通过不断地学习努力，从十年前的“门外汉”蜕变成今天质检岗位上的业务能手。

“在家中你肯定做得更好。”这是申加丽在加工间检查管理时说的一句话。她认为一个人既有对自己的责任，对家庭的责任，更有对企业、对社会的责任。正是由于这种强烈的责任心，使她在质检工作上兢兢业业近十年。“加工间就像自家的厨房，我们都为家人选择最新鲜的食材，对待顾客就要像对待自己的家人一样，要全心全意的付出，顾客对商品放心了，企业的声誉也就上去了。”她这种对公司负责、对顾客负责、对自己负责的工作态度，感染了班组每一位质检员，让质量意识体现在每一个质检工作环节中，对商品质量的无缝隙管理，为商品质量安全筑起了一道牢固的“防火墙”。

她，是理货区的“大姐”，考虑问题细致周到，把伙伴当成自己的家人。她，“桃李满天下”，用实际行动落实好“传帮带”，帮助一个个新人走上了各自的工作岗位，对“专家顾问型员工”这项荣誉，她更当之无愧。“荣誉是属于我们整个集体的。”她知道自己肩负的使命更大了，必须用更高的标准严格要求自己，为企业贡献一份力量。

她是一名普通的基层管理者，十年如一日，她把人生最美丽的青春献给了质检事业，她坚持原则，尽职尽责，让质量意识体现在工作中的每一个细节，以一颗平常心在平凡的岗位上践行着自己的职责，让我们看到一名兢兢业业的质检员朴素而又伟大的情怀。最美质检员，最硬“防火墙”，这就是申加丽。

□ 本报记者 范丽丽

一线甚尼

日百购物袋 我的最爱

曾几何时，我抛下五颜六色的包包，喜欢上了男女老少皆宜的日百购物袋。一个小小的日百购物袋让我痴迷，爱不释手……手提一个日百购物袋既方便，又宣传了日百品牌形象，作为一名日百人，何乐而不为！一年四季我都和日百购物袋形影不离，相依相伴。

试想如果没有包包来装我们日常所需的物品，想必大多数人会感到寸步难行。如果女士在连衣裙的口袋里塞满东西，那样会使美观大打折扣；如果把手提包装得满满的，虽然方便，但却会严重影响它的外观。所以当你有很多东西要带出门的话，我们的日百购物袋就派上用场了。

第一个喜爱的原因是它的“安全可靠”，我每次出门前都把需要的个人物品，如学习书籍、工作服等装在里面，把日百购物袋装的满满的，鼓鼓的……“朴实”的外表让你不用担心丢东西，各式各样的包都不如它安全可靠。

第二个喜爱的原因是它的朴素，岁月黯淡了它光鲜的颜色，却显出了它的朴实无华，它既没有昂贵的面料，也没有时尚的款式，却与老百姓柴米油盐的朴实相得益彰，实实在在的走进了我的生活。

第三个喜爱的原因是它的体贴，柔软的布料四季皆宜，冬天里它不会象皮包咯咯作响，夏天里不会把钥匙似的带子勒进你单薄的肩头，它永远静静地依靠在你的一侧，为你遮挡劲间的风寒，它成了我的阁楼。

喜爱它的原因还有它的实惠。一个个精巧的皮包，但那昂贵的价格却让人感到可望而不可即，于是对皮包的渴望仅止于橱窗前的欣赏。从此以后，便更坚定了对日百购物袋的热爱，想起它的种种好处，颇有相依为命的味道。

日百购物袋，我最爱的包包。

□ 商业公司新玛特购物中心昌县店 通讯员 付正华

用心+会干=干成

日百故事会

工作中总有人抱怨销量不高，销售任务难以达成；看到别人获得荣誉，会在内心愤恨不平；眼见同事成为业务能手，在羡慕的同时自叹不如。其实不是你没有机会，也不是你技不如人，而是你不够用心，或者是方法错误。

去年柜组锋区某品牌扶换，升级为另一品牌。相同的位置，不同的品牌，供应商、导购员，可以说是一个新的起点。一般来说，新上柜品牌的导购员没有往年销量的对比，只需完成所分配的任务即可。可是这一品牌的导购员却万红却不满足于销售任务的达成。

品牌更换时正值国庆月，第一个月的销售额是2.38万元，对一个刚上柜、受众面较小的新品牌来说已经是非常不错了，胡万红却找到我了解去年这个月老品牌的销售额，当时我很不以为然，便反问她说：“那是另一个品牌，你问去年的干什么？”她说：“我想和老品牌比较一下，我卖的好还是差。”原来，她觉得虽然品牌更换，可是位置没有变，新品牌不应该比老品牌销量低。直到确认新品牌比去年同期老品牌销量增长了近一倍，她才松了一口气。

我留心观察了一下，这名导购员对她的品牌非常有信心，经常听到她头头是道的讲解她所销售品牌的裤子面料舒适，裤形优美，适合哪类人群穿等等。在接待顾客时，她更是注意留心观察顾客的形象气质，根据顾客需求推荐适合的商品，为顾客详细讲解不同款式、面料成分的区别。站在顾客角度了解顾客需求，她的商品成交率一直都很高。

在业务技能提升上，虽然有丰富的工作经验，可是她仍然注重平日的学习，虚心求教。她对部门的统一培训认真做笔记，对于不懂的问题及时请教，与同事进行交流，直到能够在工作中熟练运用，并且时常翻看笔记，巩固学到的知识。

在她的努力和用心呵护之下，这个新品牌就如一株小树苗茁壮成长，销量在辖区名列前茅。这名导购员的工作方式让我深有感触。

要想做有所成，首先要学会用心工作，只有用心了，我们才知道工作中哪些方面仍然需要改进，需些业务知识仍然没有掌握，会干，运用正确的方式，对业务知识才能既知其然，又知其所以然，才能成为值得消费者信赖的专家顾问，才能成为业务能手。

用心、会干、干成，简简单单的几个字却蕴含着深刻的道理；用心+会干=干成，是取得成就的最简单有效的公式。

□ 商业公司新玛特购物中心五莲店 张加兰

新亮点

清凉甜美来一勺

“买西瓜送勺子喽，即买即吃的沙瓤西瓜！”

被这响亮的叫卖声吸引，顾客纷纷围上来挑选起“带勺西瓜”。

“你们这勺子要钱吗？”

“不要钱，是免费送给您的！”

“你们想的真周到，给我来一半！”

“给我也来一半！”

就这样，包装好的西瓜不到一会儿的功夫就被一抢而空。这是记者在日照店自营水果柜台前看到的一幕。

经过采访了解到，从7月份开始日照店搞起了“买西瓜送勺子”的活动，切开的半个西瓜附赠一把勺子，如炎激凌一样即买即吃。活动一经推出就赢得了顾客的一致好评。

“买西瓜送勺子主要是对门店起到宣传作用，让顾客感受到贴心细致的服务，提高了顾客满意度，所带来的社会效益是巨大的，这在日照市是第一家。”柜组长自豪地说。

清凉的西瓜是炎炎夏日里解暑的必备良品，日照店从顾客需求出发，买西瓜附赠勺子方便了人们在第一时间享受到西瓜的“甜美”，抚平内心被热浪侵袭的焦灼。况且当空，清凉甜美的诱惑，您想不想立刻来一勺呢？

如果说高德福岚山店的“西瓜刺字”使平凡的西瓜走起了文艺路线，顿时“高大上”，那么日照店的“买西瓜送勺子”则延续了西瓜的亲民路线，使西瓜更加接地气。不同的举措都收到了良好的效果，这个夏天，西瓜真是出尽了“风头”。

□ 本报记者 丁玲

小小营业员

8月2日上午九点，新玛特购物中心岚山店又迎来了儿童跳蚤大集。小朋友们手提拎着未单或者是桌布，带着自己的商品，在父母的陪同下来到总服务台领取“小小营业员”资格证。

有的小老板已经是这里的老朋友了，不用家长陪同，自己按时到达，自己安排摊位，动手能力非常强；还有的小老板在父母的陪同下，努力的争取到“大集”中有利的位置。在工作人员的陪同下，小老板们来到指定位置，铺开床单，开始“陈列”商品，有儿童书籍，有玩具……会儿的功夫，一个个摊位就摆满了琳琅满目的商品。

“小朋友，这个玩具怎么卖的？”

我走到一个插满的小男孩的摊位，试探下这个小老板讨价还价的本领。

小男孩指了指旁边的自制价签，上面标着10元。

“能不能便宜点？”

小男孩又伸出一个巴掌，弱弱的说道：“5元。”

是呀，儿童的世界就是天真，问句能不能便宜点就自己主动砍去一半。

接着我又来到了另外一个活泼的小女孩旁边，看到一本《萌芽》，我惊讶的问道：“小朋友这本书你看懂了吗？”

“是啊，我都看完了。5块要不要？我很爱惜书的。虽然看过了，但书还是新的。”我看了看后面的标价6元，厉害啊，是个做生意的好手。几番讨价还价后以4元的价格成交。

10：30的时候，工作人员送来了矿泉水，还有切好的西瓜，节俭的小老板喝着从家里带的水，也有“土豪”老板，嘴嚼着自己的父母要吃西瓜。

“你不是卖了20块钱的玩具吗？自己去买啊！”

“爸爸，我一上午累死累活得就卖了20元钱，西瓜你帮我出钱买吧。”哈哈，做生意都能到自己老爸的头上了。

开办这个儿童跳蚤市场旨在让孩子们通过切身实践和体验，培养孩子们的节俭、爱心、奉献和独立意识。同时也让他们以劳动中体会到创造价值的乐趣，理解家长的艰辛。

貌似我们的小老板们已经体验到了。

□ 商业公司新玛特购物中心岚山店 周维扬

管理心得

换个思路的意外之喜

工作中发现员工有违反劳动纪律的行为，要进行处罚，这时可能有些员工就会不服气，这就激发了员工与管理者，甚至是与公司制度的矛盾，作为一名管理者，当发现员工违反劳动纪律时，不妨换个思路，可能会有意外之喜。

前两天在值班时，发现女装组的一名员工有两次违纪现象，按照规定，要对她进行处罚，经过反复权衡，我决定不对这名员工进行老一套的罚款处理，而是给她安排了一项任务，借着夏款服装出清天一隆一的东风，利用后天早例会的时间，向部门员工至少推荐成功2笔销售，并当场成交，9点部将销售单据交部门留存，为了在后天的早例会上顺利完成任务，这名员工私下做了大量的工作，主动拉住下班的同事到专厅试穿服装，发现有适合身边同事的也积极推荐，而且还研究了所在专厅的品牌文化、风格、定位、服装特色，以及一些巧妙的搭配技巧和穿衣知识，与同事们分享。

经过前期的精心准备，那天早例会上她成功的推荐出12件商品，任务顺利完成，之后，这名员工也主动承认了自己的错误，并感谢部门能够给她这样一个将功赎过的机会，表示日后一定不会再犯类似错误，从某种意义上来说，管理者和被管理者是对立的，试想一下，如果我们对该名员工进行严厉的批评指责，甚至是罚款，那么肯定会激发员工的敌对心理。

如果员工犯了错误，身为一名管理者只知道一味的纳入现场管理，进行罚款，那么长此以往部门内势必会怨声载道，这也是造成员工离职率高的原因之一。处罚不是目的，引以为鉴才是目标。我们可以换个思路，通过激发员工工作热情的方法，促使她们主动去学习业务技能，从而改正错误。合理的引导员工化犯错后的内疚心理为前进的动力，会激发无穷的潜力，获得意外之喜，也会使我们的管理方式得到员工的认可。

□ 商业公司高德福昌县店 鲁晓燕

微视角，助管理

自公司开展提升创优活动以来，莒德福岚山店全体干部员工高度重视这一工作，在全员的共同努力下，荣获公司2013年“创新门店”荣誉。各部门依据店总经理张晓庆制定的门店提升计划，并并有条的开展各项工作。

从8月份开始，门店利用微信平台，先后建立莒德福岚山店管理群(中层群)、莒德福精英群(柜组长群)。坚持务实的工作作风，利用“微”的力量，设立了“微课堂”、“微资讯”、“微曝光”三个创新性栏目。

“微课堂”助力学习提素质。莒德福岚山店在推进学习型团队建设中，不仅只关注干部员工的专业技能提升，还针对门店女员工开展亲子培训、交流家庭和睦之道，将与业务相关的案例及文章发送到“微课堂”，既确保了干部员工的学习内容，又方便学习，扩大了参学面，对业务知识、优秀文章的学习做到了扎实有效。

“微资讯”信息传达效率高。以前公司重要通知是通过早晚会分享的方式进行传达，有时因为个别人员休班就出现传达不及时的现象。为解决这一问题，莒德福岚山店利用微信，将通知传达到微信群，不管你身在哪里，都能在第一时间接收到公司下发的重要通知。早班会与员工进行分享，不需要打印，拿出手机便可对通知内容进行传达，省时省心省力。

“微曝光”工作改进执行快，为了进一步加强中层干部的作风建设，利用微信这个现代化工具，由店总、督查、值班经理组成的门店督查明访组采取不定时间、不通知的方式，对门店细节管理存在的问题、提开活动落实不到位的情况重点揭短，在微信群里进行曝光，推动整改，截至目前，通过“微曝光”曝光照片126张，事项42会次，整改到位事项40次。

“现在门店开通了微信群，所有部门的中层干部、柜组组长都在微信群里，门店督查班将没做到位的工作、存在的问题，进行拍照，第一时间发到微信群里晒一晒，从而督促各部门及时整改，前天我们部门加工间有一个货架上的货物陈列杂乱且垃圾未入箱，连柜组长都没有在意的地方，被门店督查组拍到后在微信上一曝光，当天我们就进行了调整。随后把员工在现场清扫垃圾以及调整后的照片发到微信群里，还获得了大家的点赞。”食品日化部经理助理王桂荣如是说。

管理无小事，只盼有心人。只有将微不足道的小事处理的井井有条，这样的管理才会事半功倍。

□ 商业公司莒德福岚山店 通讯员 林春燕

中秋 坚守岗位的美丽风景

Happiness We Autumn Festival

花好月圆 人团圆

“海上生明月，天涯共此时。”

中秋是吃不完的月饼；是所不定的神话；是到家时的那一声“爸妈，我回来了”；是父母脸上那久违的笑颜，还有一桌你最喜欢的佳肴。中秋更是逝不尽的思乡情，有这样一群人，他们为了责任，坚守岗位，热情服务，传递正能量；他们为了承诺，兢兢业业，无私奉献，舍小家顾大家；他们为了团队，互帮互助，齐心戮力，助力企业发展……他们都是日百的一份子，在万家团圆的日子里，上演着台台好戏，收获着连连捷报。

“但愿人长久，千里共婵娟。”节日里坚守岗位的日百人，为中秋筑起了一道最美的风景，你们辛苦了！

我们的中秋 我们的精彩

“明月几时有？把酒问青天。”又是一年浓情中秋时，在这个团圆的日子里，日百人演绎着一幕幕的精彩。

镜头一：全面部署，迎战中秋

节前各门店召开动员大会，对人员进行合理调配，对月饼礼盒等商品进行量贩陈列，形成中秋商品“一条街”，提前进入供销两旺的节庆市场，同时悬挂起中秋主题的广告牌，各种带有中秋符号的装饰物也纷纷上阵，高端大气的殿堂装饰打造出团圆美满的中秋印象。在备货方面延续往年节俗的优良传统，综合考虑各个消费群体的需求，亲民商品阔主角，在对节庆商品进行备货的同时，增加民生商品的储备，确保供应及时。

中秋节期间，一路人来场——轻浓厚的中秋气息扑面而来，全体干部员工也进入更加紧张而忙碌的迎战状态。鼓足了干劲，展现客流量加大，销售额持续攀升，成绩喜人。来到卖场，各个楼层都是人潮涌动，好多商品不时出现临近卖空的情形。推荐商品、开单销售、收银找零等各项工作有条不紊的进行。“这几天客流量一直很大，一刻不停的充货才能保证卖场不缺货。”一名正在陈列商品的员工一边说着一边将商品摆上了货架。

各个商品堆头上都张贴着POP，明确的标明活动内容，一位正在选购红酒的顾客告诉记者：“一百块钱以前只能买一瓶酒，现在能买两瓶，确实很划算。”来到熟食区，许多顾客围在促销笼前，选购各种口味的月饼。“今年的月饼种类很多，多买几种回去尝尝。”一位正在选购月饼的大姐笑着告诉记者。

镜头二：坚守在一线的日百人

“花好月圆人团圆”，每年中秋节，在外工作的人都迫不及待的回家与家人团聚，和妈妈说说生活的烦恼，跟爸爸说说工作的事情。然而，在万家团圆的时刻，可敬可爱的日百人仍坚守岗位，他们也许正忙碌的整理商品，也许正热情的招呼顾客，也许正微笑着为顾客结账……只为更好的服务于顾客，为公司创效益。

“我也想回家吃个团圆饭”

“别人越闲，我们就越忙，尤其是节假日，自从走上导购这个岗位，就没有和家人度过一个完整的中秋节，我也想回家吃个团圆饭。”远路的提起中秋不能回家团圆，内心很是遗憾。“看着别人一家人相伴逛商场，也很羡慕，但是既然选择了这个职业，就要欣然接受并用心做好。”中秋期间客流量加大，是销售的黄金时期，为了促销商品，保证货品，他们只能把对家人的思念托付给下班后的电话了。

“下班回家路上的月亮是美是圆”

“请问有会员卡吗？”“您的商品XX元”“收您XX元”……收银员们每天要重复同样的话上千遍，快速扫描条形码，向顾客报出价格，唱收唱付，接钱找零一气呵成。有的收银员是尚在哺乳期的妈妈，考虑到门店客流高峰收银员紧张的问题，她们主动调整哺乳时间。“和同事同走在回家的路上，可以看到最美最圆的月亮”，结束一天的工作，清一色的“娘子军”是静谧的夜空下最美的风景。

“不能回家陪父母有点愧疚”

“中秋节期间，商场的客流量非常大，积分换购等活动极引了很多顾客，我们从早上一直忙到晚上下班。”一位客服员说。从接待顾客、开发票、发赠品到积分兑换等，总服务台前从早到晚都排着长队，即使站了五六个小时，每位客服员也依然微笑着服务每一位顾客。“父母很支持我的工作，但是一想到中秋节都不能陪父母吃个团圆饭，总会有一些愧疚和自责。”

还有那些理货员、防损员、电工、美工……“做我们这一行，每年过节都是这样，我们都已经习惯了。”

镜头三：戮力同心，一切服务于一线

公司领导十分关心节日期间的工作，董事长多次指示要关注节日期间一线情况，一切服务于一线业务。宋诀中多次碰见公司高层领导走访门店，他们现场指导，对节日市场的相关情况进行调度，冲奋战在一线的伙伴们加油打气，及时发现节日期间门店存在的不足之处并督促改进。

门店店总经理、各部门主管也都全身心扑在现场，随时沟通协调，查漏补缺。节日期间，门店还多了一群“临时工”，他们是一些集团及商业后勤职能部门的主管和员工，到一线岗位帮忙，助力节日市场的胜利。收银台能看到他们麻利的盛装商品，回收购物车；卖场内能看到他们熟练地称重散装食品，充货补货；服务台前能看到他们耐心细致的解答顾客疑难问题，发放活动赠品；停车场内能看到他们面带笑容的为顾客送货上车，指挥车辆有序停放……每个人都是防损员、客服员、营业员，卖场内随处可见他们忙碌的身影，“我们都是日百的一份子！”

不管什么级别，不管哪个岗位，这里是我们共同拥有的日百，这里有我们一起度过的中秋，这里有属于每个日百人的精彩。

└ 本报记者 丁玲 范丽丽

致最可爱的人

金桂飘香，秋风送爽，又迎来了象征着团圆与美满的中秋佳节。在万家团圆的节日里，有一群最可爱的人，无私奉献，坚守一线，他们以习劳家，兢兢业业……这群人来自不同的地方，有着不同的分工，却为着同一个梦想而共同奋斗；这群人“牛气冲天”，不断创造辉煌。

又是一年中秋节，他们用行动践行着对企业的忠诚，对消费者的承诺。

奉献：

日百这个大家更需要我

韩震云，某专厅导购员，老家在河北，一年都回不了一次家，中秋节她毅然放弃了回家的机会，坚守在自己的岗位上，想到主管经常提到要让商品“活”起来，她想，电梯口是顾客上下楼梯必经的地方，于是她便将促销笼推到电梯口处，打开叫卖器开始叫卖。果然，超低的价格加上响亮的叫卖声，顾客纷纷赶来购买，拥挤的人群将促销笼围的水泄不通。这时临近的伙伴也都纷纷赶来帮忙，有的找零，有的交货，有的开票，就这样在大家的共同努力下，当晚就卖出了39双鞋子，这样的销售让韩震云的脸上乐开了花。同时，由于韩震云的努力把顾客吸引到二楼，也带动了其它品牌的销售。└ 商业公司高德福岚山店 马晓梅

坚持：

坚守岗位，传递正能量

临近中秋，男装组大姐企鹅和与狼共舞在一楼做促销，这期间六名员工都没有休息，有时候忙不过来就买点饭在扶水区吃，由于这两个品牌的商品在专厅，促销区和柜架都有陈列，这就需要她们跑上跑下，来回周转，一天下来的辛苦可想而知。有一次大姐企鹅员工外笑笑上午上班后突然肚子痛，脸色苍白，让她去医院检查，她却说下班后再说，最后经理只好下命令让她休班回家休息，可当晚又看到了她忙碌的身影，她正忙着特卖款T恤促销，老远就听见她的吆喝声：“19元一件了……”热情的叫卖，吸引了很多顾客。遇见拿不准尺寸的顾客，就自己套上，让顾客看一下大小，一会儿工夫就卖了七八件。她的拼劲带来了正能量，其他员工深受自发，也拿着自己的商品走出去销售，收到了意想不到的效果，几日内业绩活增。

└ 商业公司高德福岚山店 柴清玲

敬业：

大爱无私，这是一群可敬的妈妈

收银员刘萍萍、徐荣荣尚在产假中，因为人手不足，我们就想着能否让她们提前来上班？节前抱着试试看的态度给她们打电话询问，没想到两位伙伴不等我把话说完就说：孩子有奶奶看着，没有问题，随时可以上班。因为客流大，即使到了哺乳时间，部门三位哺乳期员工也顾不上回家。只有在晚上下班回家后看看早已进入梦乡的孩子。

客服员王芹的预产期是9月中旬，手脚都已经肿了，但是她一直坚守在工作岗位上，为顾客办理退货、办卡、开发票等业务，顾客少时就对新进的客服员进行指导，让她坐下休息一下，可转眼她又忙活起来。└ 商业公司高德福岚山店 王桂芹

严谨：

再忙也要坚持原则

中秋期间来货量大，一车商品还没验完另一车早就等着了。虽然人手不足，工作量大，可是我们的质检工作依然严格认真，没有一些马虎，有些时导购不理解总是说：“干嘛这么严格，过节这么忙，查不多就行了。”有的供应商也会说：“中秋备货很忙，先上货吧，其他的工作随后再说。”面对他们的不理解，理货区实习班长张立暖说：“任何不合格的商品都不允许进入咱们卖场，特别是节日期间，商品质量是大事，不能小视，我们的工作就是为商品质量把关，就要做好分内的工作。靳总要求门店必须做到的十三件事中指出，卖场商品质量采取三级追究制，第一级就是质检之员，这是我们的工作，我们必须要做好。”就是这样，我们的质检员坚持原则，没有一次违规操作、开错证。

└ 商业公司新玛特购物中心吕县店 张晓青

团结：

备战中秋，保障门店销售

物流中心收货仓储班是清一色娘子军，为顺利完成商品配送任务，保障中秋期间各门店充足的商品库存，她们一天需要装卸几十吨货物。自深的3200箱青岛啤酒，她们仅用一下午的时间就完成卸货、验收、复检、入库工作。“只要能为门店中秋节备货做好保障服务工作，就是我们八姐妹最大的心愿。”仓储班相组长李培霞说。

备战中秋市场期间，配送员们每天提前来到公司，早例会后根据当日安排装载商品。每次装载商品就似在战斗，要根据商品的重量、体积进行合理的搭配，尽可能的把门店下订单的商品全部装上车。他们既是司机，又是装卸工。8月份，他们顶着烈日，迎着风雨，保质保量的完成配送任务，为门店配送了总价值一千多万的商品。└ 物流中心 胡海信

中秋夜，月圆夜，万家灯火，乐享团圆，今年的月亮依然那么圆。他们依然不能陪伴在家人身边；今年的月饼依然那么甜，他们依然只能在下班后品尝略带夜晚的甜蜜；今年的中秋节依然那么忙碌，他们依然如往年一样选择坚守一线，度过又一个不一样的中秋节。不是不想家，只是日百这个大家更需要他们，他们有一个共同的名字——日百人，他们是最可爱的人！

谨以此文献给中秋佳节期间奋战在岗位上的每一位伙伴，向最可爱的人，致以最崇高的敬意！

迎战中秋：看“后勤大军如何作战”

中秋佳节，门店内熙熙攘攘，顾客们忙着选购节日商品度过团圆佳节，我们的心情是又激动又紧张，正如歌中唱到的：“等了好久终于等到今天，盼了好久终于把梦实现”，为了迎战新店开业后的第一个重大节日，小伙伴们都付出了辛勤的汗水。

为了鼓舞士气，迎接开门红，店总经理组织召开市前销售动员大会，极大的调动了员工的积极性。紧市部提前制定了中秋节备货计划；百货部则沟通供应商开展节日促销活动。古语讲：“兵马未动，粮草先行”，用来形容后勤工作者们再合适不过了。后勤大军是一群默默奉献的人，节日期间他们在做些什么呢？

虽已时值秋日，但总能看到电工班长阴林林在卖场维修时，衣服被汗水湿透的情形，一次上专厅棚顶维修电路时，不慎将衣服刮破，他笑着说回家再缝接着工作。订单文员严加卓腿部刮伤，为了不耽误卖场补货，坚持带伤工作，在主管的坚持下才勉强到医院进行了包扎。店办公室设计制作店堂装饰方案，同时发放DM宣传单页进行促销宣传，为节日市场做足预热。由美工、电工、督察员等组成的店堂装饰大军奋战至凌晨3点，焕然一新的店堂装饰惊艳众人。

为保障中秋备货，货物到达理货区后，防损大军便挑起了接货、卸货的重任，按龙式的传递方式“攻无不克，战无不胜”；在销售人员忙着销售商品时，前台防损员们便充当了“护花使者”的角色。看到顾客推着满满一车商品时，便主动帮助顾客送货上车。看到老年人不方便提购物袋时，会主动的将商品放到三轮车上；可爱的收银员们年龄多半在16-18周岁，从早上站到晚上，腿部浮肿，仍主动要求加班，目的是节省顾客排队等候的时间，让顾客高兴而来，满意而归；店外广场的外巡值班大爷们，成了“车辆调度总指挥”，及时疏导车辆停放，只为能多停一辆车，多一份顾客的满意。

节日里他们放弃与家人团聚，汗水浸湿了他们的衣衫，却丝毫没有动摇他们服务一线的决心。卖场里直接面对顾客的一线人员是可敬的，他们的努力赢得了业绩的不断攀升。而这些后勤人员更是可亲的，一幕幕感人的场面在中秋节期间不断的上演着，共同谱写着我们新店迎战中秋的感人赞歌！

└ 商业公司新玛特购物中心吕县店 通讯员 徐从菊

别样的中秋

中秋月圆夜，对日百人来说，服务好顾客、做好日百的主人，让消费者过上团圆节，就是我们最幸福的事。就是这样，我们过着与众不同的幸福节日……

奋战在一线的收银员，8月初就已开始加班加点：理货区商品验收有条不紊；客服员发放赠品、办理卡券忙的不亦乐乎；办公室订单文员每日关注商品库存，确保货源。

卖场各部门主管、员工卸货、充货、补货、推销商品、热情洋溢的叫卖，根据销售变化随时调整促销笼；防损部主管、外围值班员有序调度车辆通行，前台值班人员帮助顾客送货上车；办公室电工、美工各司其职，做好后勤保障，督察班随时接受工作分配，到最需要的地方协助各部门工作……

一片忙碌中，没有一人叫苦，没有一人喊累。

合家团圆，共赏明月圆

节日期间，公司领导巡店的重点内容之一，就是了解门店的人力安排是否合理，保证员工有充足的休息，安排加班员工就餐补助等事宜，这让广大干部员工感受到公司的关爱和温暖；而到了十五中秋夜，公司经过缜密调研，决定当晚提前闭店，让员工早点回家吃上团圆饭。

公司领导时时为员工着想，让员工过一个美满节，员工对公司的归属感更强了！今年八月十五夜，合家团圆，共度“别样”中秋。

店总做大厨，共进团圆餐

萬德福岚山店今年的中秋夜值班就餐更是别样温馨，晚下班后，值班员工各司其职，就餐问题店总早有安排，她在“员工之家”亲自下厨，为夜间值班不能回家过节的员工精心准备了一桌美味佳肴，并与大家共进团圆餐。即使未能回家过节，同样能感受到家的温暖，同样享受着大家的团圆之乐。“明月几时有，把酒问青天……”舒缓动情的音乐伴随着细致的关怀，流入了每一位员工的心间。无论何时何地，公司的关怀，让家的温馨和凝聚力充满在我们工作、生活的角角落落。

别样的心，别样的夜，别样的中秋！

└ 商业公司萬德福岚山店 通讯员 毕志华