

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.rbaigroup.com Email: rbqywhb@sina.com
2016年4月7日 星期四 丙申年三月初一 第4期(总第159期) 本期四版



约“惠”春天 乐享不停

让创新助推企业向前

本报评论员

本报讯 三月，春暖花开的温馨时刻，与绿相约的美好时节。商业公司结合“三八”妇女节、3·15消费者权益保障日、植树节、地球一小时等推出系列主题活动，“关爱”“环保”“诚信”“踏青”等字眼成为3月、4月活动的主题词，为顾客送上实惠的同时，企业的责任感和使命感也彰显其中。

“三八”妇女节，商业公司结合女性顾客需求，3月4日-8日特推出穿着类冬款季末出清全场3折起，春秋上市低至7折，羊毛衫反季超低价促销，更有特惠价商品，化妆品黄金、珠宝、银饰超低价折扣。3月4日-13日，购物满额享运动腰包、春季毛绒超值换购，再送折叠袋一个。

与此同时，3月8日开展“关爱自己 美丽有约”关注女性健康大型公益活动，邀请专业医师和美容大师现场讲解女性健康和美容知识，还有娱乐互动、现场抽奖赠送多款精美礼品。两项活动为顾客送来了实惠，也送来了关怀，受到了广大女性朋友的追捧和好评。

牵手日百，共享绿色家园。3月12日植树节当天，商业公司各门店积极组织活动，邀请会员一同参与春季植树，为城市增添一抹绿色。活动吸引了众多会员和员工的参与，大家深深感受到参加社会公益活动的意义和快乐，体现了日百集团的感召力和凝聚力。



3·15国际消费者权益日，商业公司举办大型主题活动“3项钜惠 1次到家 5大保障”。日百会员卡享多倍积分，会员购物满额送“会员专享”抽纸，还有会员免单抽奖活动。各门店推出服务到家进社区活动，诚信3.15联合品牌厂商惠民促销，设立服务咨询台，现场办理日百会员卡。同时邀请顾客携手共治，参与现场检测，共同监督质量安全。确保蔬果、肉食每日检测的同时，顾客可以在现场检测室亲自检测，查询质量溯源，为居民提供优质、便捷的服务。

测，共同监督质量安全。确保蔬果、肉食每日检测的同时，顾客可以在现场检测室亲自检测，查询质量溯源，为居民提供优质、便捷的服务。

尽我所能，守护蓝天。3月26日，日百商业7家门店，关闭三分之一的照明设备，以实际行动支持地球一小时活动。并结合门店特点开展环保主题的社区顾客互动活动，树立了公司的环保先锋形象，得到了当地社区的认可。

四月运动风，正值运动时。4月2日-4日，推出日百户外运动“品牌特惠日”，各大品牌抄底折扣，购物满额再送礼。“踏青出游 爱尚自然”，4月3日参加“乐在骑行——第三届踏青单车游”活动报名的顾客即可领取风筝一个，参与“相约自然一起飞”放风筝大赛。4月10日，2016年第一季度消费前五名的会员顾客，日百将组织开展草莓采摘活动。

和春天约会的时候，不要忘记用相机记录这美好的时光，可以将拍摄的放风筝大赛、单车游、草莓采摘的精美瞬间，投稿于门店微信公众平台，参加“我悦我秀”评奖，最高可获赠500元储值卡！

踏青出游，关爱生活。踏着春天的脚步，欣赏美景，享受实惠，各门店将陆续推出系列惊爆价商品和超低折扣力度，为顾客送来一场暖春盛宴。

□ 本报记者 刘馨忆

“要大胆的改革，大胆的迈步，大胆的创新，技术创新、经营创新、管理创新、改革创新，各方面都要创新，创新才能使干部员工眼前一亮。”董事长在年会上再次强调创新的重要意义，同时为鼓励干部员工保持锐意创新的勇气，为公司创造价值，要求将创新成果评选由每年一次改为每年两次。

2015年，全员积极探索、参与业务课题研发和创新成果申报，开发102个新课题，研发出成果的18个，推动了技术创新和业务水平提高；申报创新成果142个，有35个分别获得了创新成果奖、优秀成果奖、优秀提案奖和推广应用奖等奖项，有72个获得了创新成果提名奖……

回顾过去的一年，突破经营机制，改革社区店、水厂经营模式，增强了企业经营的灵活性；改革商品退换货机制，提高退换货效率，增加专厅营业员了解顾客需求的机会；创新营销策略，多样化、多形式的线上、线下活动，为顾客提供全新的消费体验……面对未来，无论是新的目标任务还是新的制度理念，都需要不断的向创新要动力。

创新是企业持续发展的不竭动力，是企业之本。“抓创新就是抓发展，谋创新就是谋未来。不创新就要落后，创新慢了也要落后。”只有紧紧抓住“创新”这一关键词，不断提升公司核心竞争力，才能在瞬息万变的市场竞争中立于不败之地。

创新，首先要以公司战略为导向。随着公司经营战略向“以顾客经营为中心”的理念的转变，要求我们围绕这一理念，结合实际不断地学习，突破创新，在顾客经营上下功夫。

创新，必须以“四个务实”为原则。创新的根本目的是改善或解决工作中的难题，提高工作效率，推动企业的发展。这就要求我们务实基础，求真务实，脚踏实地的投入到各项工作中，在工作中勇于发现问题，敢于提出问题，想法设法解决问题，不断寻求创新点。

“鼓励由微创新到颠覆式创新的全方位创新，建立全面创新体系和创新能力。让所有有梦想的人才，能在集团的事业平台上实现个人价值，真正实现共担风险，共享成功。”董事长在年会上上的讲话铿锵有力。

内生动力激发活力，勇于创新促发展，公司必将加强人才队伍建设和人力资源开发力度，加强各层级管理者梯队的培养与建设，重用锐意进取、反映迅速、市场敏感的干部，重视具备新技术、新思维、新理念的新型人才，而每一名干部员工的努力，就是公司整体实现创新跨越的根本。

创新是一种精神，一种理念，是可持续发展的动力。面对未来，我们更需以改革创新的姿态，持续添动力、增活力，助推企业不断向前！



众筹英雄峰会开启营销新模式



本报讯 互联网经济风起云涌，然而实体零售业的服务和购物体验又无可替代，因此，线上线下互动融合的新模式更加受到消费者的喜爱。

3月31日上午，商业公司“牵手”九阳集团在国际大厦五楼会议室召开首场O2O众筹英雄峰会。众筹营销预先设定一定众筹数量，4月5日至4月15日是众筹期，在此期间消费者线上发起产品的订购邀约，并付50元的众筹金。完成众筹后，消费者持众筹券到门店结清余款，提货完成购物。

微信众筹营销打破传统模式，不仅能让用户获得线上、线下双重体验，还掀起了前所未有的低价狂潮。借助日百优品微信商城的线上渠道，依托公司诚信品牌及优质服务，选择超高性价比的商品，真正给消费者带来了实惠，开启了众筹营销的新模式。

只有创新营销模式，打破传统营销思维，积极开拓市场，才能刺激消费者的购物需求，促进企业和经济的发展，提升实体零售业的竞争力。

目前商业公司7家门店全面参与，产品质优价廉，优惠力度前所未有。众筹英雄峰会，全城广发“英雄帖”，微信众筹等你来。□ 本报记者 袁启 超市采购部 陈训国

目前商业公司7家门店全面参与，产品质优价廉，优惠力度前所未有。众筹英雄峰会，全城广发“英雄帖”，微信众筹等你来。□ 本报记者 袁启 超市采购部 陈训国



微信扫描二维码关注“日百优品”即可参与活动

新闻30天

集团开展年度先进资料归档工作

本报讯 为充分发挥人事档案的激励作用，完善职工人事档案，自3月24日起，依据《日百集团人事档案管理办法》，集团组织开展了2015年度先进个人资料归档工作。

此次工作是《日百集团人事档案管理办法》实施以来首次对年度先进个人资料进行归档，后续将陆续完善包括职工调配、考察考核、任免等履职表现资料和其他各类表扬、奖励及处罚资料等档案，更好的发挥人事档案激励先进、鞭策后进的作用，进一步提高公司档案管理及人力资源管理水平。 □ 人力资本中心 李兆青

“营改增”专项知识培训圆满结束

本报讯 国务院常务会议3月18日审议通过了全面推开“营改增”试点方案，明确自2016年5月1日起，全面推开营改增试点，将建筑业、房地产业、金融业、生活服务业纳入试点范围。

为加深对营改增政策的理解，满足公司不同行业财务、业务的需求，3月30日，公司特邀集团财税顾问高建华老师进行了“营改增”专项知识培训。针对目前公司面临营改增需要解决的疑点、难点问题，高建华老师此次重点培训了营改增新政策解读、营改增实施办法重点、难点解读、针对营改增我公司税收筹划应对等内容，并对大家提出的营改增难题做了解答。 □ 集团财务部 杨多慧

集团年度先进工作者学习考察活动结束

本报讯 为表彰先进，弘扬正气，根据《2015年度先进个人奖励方案》，3月5日、12日，荣获2015年经营管理金银铜奖及优秀共产党员(中层)称号的先进个人，分两批前往广州、深圳学习考察，

阳春三月动起来

——职工业余文化活动丰富多彩

本报讯 3月正值春风和煦、万物复苏的时节，各公司、部门纷纷组织形式多样的业余文化活动。不论是业务类的美陈小组、礼仪小组，还是知识类的读书小组、体育类的跳绳小组、骑行小组等等，在各党支部的积极组织下，3月份业余文化活动小组开展各活动30余次，其中日照店党支部共开展小组活动12次。

同时，3月12日植树节期间，集团团委及各门店还纷纷组织植树活动等，大大丰富了广大干部员工业余文化生活。 □ 本报记者 袁启



落实年会在行动

本报讯 年会结束以后，各公司、部门纷纷采取行动，落实年会各项精神。

3月2日下午，超市采购部各品类招商经理在张守岩总监的带领下，到岚山新玛特店“接地气”。大家先是就现场进行了实地巡视，对巡店发现的问题用数字对比的方法提出了意见与建议，并详细交流了各自分工范围内2016年岚山新玛特的具体工作思路、工作计划及时间节点。

根据年会中要求抢占市场的思路，物流中心结合春节后淡季配送量减少车辆利用率不高的现象，提出配送部主动走出去联系对外运输赚取利润，目前部门已对外开展业务一笔。同时，物流中心在维修工作，除专业性较强的信息、消防、用电方面需要借助相关职能部门外，其余维修工作部门自己动手解决，目前已自主维修栈桥50多个。

为了认真贯彻落实年会精神，深挖盈利增长点，房产公司经研究决定将原办公场所日百依河会所出租。面向全社会竞标后，会所顺利出租，利润可观，为公司实现了可持续发展的创收。同时，为了带动市北楼盘的销售，3月14日，房产公司全部搬迁至市北依河园售楼处办公。为了节约费用，大家充分发挥了不怕苦不怕累的精神，搬迁在物流中心的协助下，房产公司干部员工上下齐心，自主完成。 □ 物流中心 范玉峰 岚山新玛特 盛祥娟 房产公司 李如

为顾客弯下腰

岚山新玛特 吕晓雁

作为服务行业，为顾客递交购物篮已经是再普通不过的事情。但是也正是因为这习以为常的小事，让我收获了快乐，得到了顾客的认可。

有一天，一位大姨提着购物篮来买粮食，为了方便挑选商品，她把装满商品的购物篮放在地上。见此情形我心中无数，等她把所需要的商品称重包装好后，迅速弯下腰将商品放入购物篮，同时帮大姨把购物篮提起来“大姨，商品有点重，我帮您提。”她也许激动，又也许意外，不停的道谢！临走时嘴里还说着“真好！真好！”

一个弯腰的动作就会得到顾客的肯定及真心的感谢！原来服务如此简单，从那以后，我总是及时的弯腰把顾客放在地上的购物篮提起，并双手递到她们手中！同时总是会得到顾客发自内心的“谢谢”！

什么是顾客为中心的服务理念？那就是用行动发自内心的为顾客着想。其实顾客的要求并不高，只要我们用真诚的



“涨价”的降价商品



近日，在新玛特购物中心五莲店食品部饮料区走访时，三个降价标签引起了笔者的注意，其中一个价签标注原价：2.50，现价3.00；其余两个价签均标注，原价：1.90，现价：2.00。“涨价”的降价商品？

卖场管理者给出如下解释：这几件商品的确是在进行降价销售，原价为4.00元，标签上1.90元的价格，可能是某次促销活动中的促销价，卖场只能打印价签，并不能对价签的价格进行修改，发现问题也没有办法调整。之前的处理方法是，将原价涂改掉，只保留现价，此次出现这种未涂改的价签的情况是卖场工作人员责任心不强造成。记者在萬德福莒县店恰巧发现了，由于原价、现价数据不对，而被涂改“修正”后的价签。

发现价签数据不对，自行修改成了多个门店解决此类问题的做法。但按照规定价签是不能随意涂改的，是什么样的繁重程序让卖场如此无可奈何？

与信息部沟通得知，此类价签的出现，是调价者的大意所致，系统调价时稍有疏忽便会造成这种不以商品实际原价为标准，而上次促销价为标准的原价出现。但只要及时发现，可以在系统内做出调整，并不存在技术上的难题。遇到此类问题只要及时和相关部门沟通便可解决。

对此价签制定部门应承担首要责任，在价签制定过程当中必须核对查看，不能想当然的粗心大意。当然，一线部门遇到问题，也应当及时沟通，毕竟身处为顾客服务的第一线，最容易发现问题。让我们在工作中多一分严谨把关，才能少一分荒唐错误。

□ 本报记者 刘馨忆



不便捷的移动支付

3月9日，在新玛特购物中心五莲店购物结账时，摸索半天发现自己忘记带钱包，无奈放弃了购买商品。没走多远想起去年推广的移动支付，顿感峰回路转，决定转身回来体验一下。找到之前的收银台，重新进行商品付款，却被收银员告知此收银台没有支付机器，要转到另外的收银台进行支付，来到另一收银台重新排队这才完成支付。

回想这次移动支付的过程，顾客因忘记带钱包放弃商品购买时，收银员并未加提示可以用手机支付，顾客自行想起可以移动支付后又遇见收银台没有支付机器的困窘。来到指定收银台，整个支付过程使用移动流量网速慢，支付速度慢。移动支付原本是为顾客提供便捷，但真正体验移动支付后，却实在难言尚佳。

事后调查了解得知，支付的仪器并非每个收银台都有配备，多为流转使用，恰巧遇见没有支付仪器的收银台，往往收银员得跑到别的收银台拿取仪器，由此给移动支付造成了极大的不便。各个门店对移动支付的重视程度欠缺，仅把此项工作当成一项任务来看待，而收银员也未从意识上注重移动支付，甚至感觉这是一件麻烦事，不愿顾客使用此种付款方式。

任何工作都忌虎头蛇尾，移动支付前期做了大量的工作，到最后的落实阶段却落入收银员不想用、顾客体验感欠佳、门店不重视这样尴尬的局面，让人不禁深思。

新总在年会总结中提出以顾客经营为中心的理念，要求把顾客需求放在首要位置，单拿这项工作来说我们并没有做好，顾客需求的是快捷、便利、安全的移动支付，显然我们没有达到顾客的需求。好的初衷更要配合好的措施与之相辅相成才能达到最佳的效果，万不可让当下的困难阻碍了长远运行的脚步。

□ 本报记者 刘馨忆



在莒县新玛特、新玛特购物广场等多个门店均发现了货架上留有未清理的货架厂商标识、信息的情况，甚至有些标识遮挡住了商品价签。虽然导购员有意识地将价格露出，但这既不美观，也不规范，又不利于顾客充分了解商品信息。



服务进社区 温暖进万家



3月，岚山新玛特、莒县萬德福、莒县新玛特等多个门店均举行了“服务进社区”活动。针对当地顾客居住不集中，部分顾客较远的情况，各门店走出去，让更多人了解门店活动的信息，为消费者送去实惠。

“快来看看！新玛特来咱家门口搞活动了，新玛特那可是大商场，能出来给咱们送实惠，想的可真周到啊！大伙快来看看有什么需要的，快买些吧！”进社区活动开展后，小区里的阿姨们连忙招呼小区里的左邻右舍。

“大姨买牙膏吧，一支纳爱斯牙膏赠一个大盆，超能洗衣液3.5kg买99元送一箱超能洗衣液8*2kg的，这么多的赠品可是前所未有的实惠。”活动现场大姨们都觉得很便宜，不一会儿就卖了十几支牙膏，大家看着日百卷纸质量很好，有的拿2提，有的拿5提，卷纸很快一抢而空。

“这是新玛特表现爱心的一种方式，这样的贴心服务我们不止做这一次，不止在一个地方做，我们还要多做，让每个社区都留下新玛特的脚印，让我们新玛特的名字家喻户晓。”参加活动的员工动情的说道。

服务进社区活动用质量赢得顾客的认可，用热情为顾客提供超值的服务，让更多的顾客享受到优惠政策和门店福利，同时提升了门店的销售量和顾客好感度，让顾客在家门口也能买到称心如意的实惠商品。

在家门口为顾客办理会员卡，对购买物品较多的顾客，还会送货上门，让顾客购物无后顾之忧，方便了顾客，宣传了企业形象。服务进社区活动，让顾客切实感受到了服务到家的温暖。

□ 岚山新玛特 陈雪芹 本报记者 刘馨忆

小城刮起“科技风”

“妈妈快看，快看，那是什么？”远远地，一位活泼的小姑娘正拉着年轻妈妈的手满脸好奇地询问。

“宝贝，这是个神奇的宝物，有了它蔬菜就跟长在地里一样，可以一直保持新鲜了呀。”看到小孩子似懂非懂的表情，这位妈妈干脆现场教学，和小姑娘一起研究起了眼前的这台机器，从它基本的工作原理到最终呈现的效果，热闹的生鲜区此刻俨然成为了一场生动的教学课。

其实，近段时间以来，这样的情景已经不止一次出现了。

那么究竟是什么让大家如此好奇呢，原来是3月7号萬德福莒县店蔬菜柜新引进的蔬菜喷雾设备。没有引进此设备之前，新鲜的蔬菜摆上货架后水份会迅速蒸发，脱水变焉。而传统喷雾加湿不能持续喷洒且水份喷洒不均匀，新的蔬菜喷雾设备，从根本上解决了蔬菜保鲜的烦恼。于是，一传十，十传百，越来越多的人抱着好奇的态度来到萬德福莒县店一探究竟，小城莒县就这样悄然刮起了一股科技风。

□ 萬德福莒县店 何庆杰



供应商的女神节

浓情三月，春意盎然，一年一度的“三·八”妇女节如约而至。和往年一样，萬德福岚山店超市相关商品开始促销，促销力度空前之大，为了这次活动的成功，门店和供应商做了大量的准备工作。

分工合作，完美无缺。一场成功的促销，有效的宣传是不可缺少的。厂商把编辑好的微秀传到门店，门店店总经理柏春龙要求全员转发，督查每天跟进反馈，全员参与，并利用早班会的时间发动动员会。

食品部从管理者到员工，地毯式发放宣传单页。供应商看到我们不顾寒冷外出发放宣传单，很受鼓舞“你们放心吧，我们负责卖场布置，绝对不会让你们白在外面挨冻的。”

在供应商的帮助下，卖场展示区布置的非常漂亮，蓝色的气球编织成的图案，像海洋、像蓝天、像远山、像大海，给人凉爽、沉静、自由、理性之感，每一排下面的气球都加入一点水，既增加垂感，又能保持图形的稳定，会场的每一个细节大家

不清，更何况她的嗓子已经哑了。为了吸引更多的顾客，介绍更多的商品，宣传更多的促销方案，她找来凳子，站在凳子上，一手拿话筒，一手挥舞着商品，无论你是在二楼、三楼，还是刚刚进入超市，都会第一时间看见“高高在上”的她，听见她“满129元，赠100元日百会员卡……”的沙哑声音。诱人的促销活动，顾客不约而同的前来观看、询问，四天的活动时间，她们一直都是这样做的。

活动接近尾声，促销的商品所剩无几，连续四天的销售战场杂乱无序，大家都很累，可是没有人坐下休息，而是分头行动，负责整理商品入箱，摘KT宣传板，清理地贴，收拾纸箱……工作很多，可是她们井然有序，没有一丝懈怠，仅20分钟的时间，她们整理了10箱商品封存，摘掉了宣传KT版，清理了大大小小12块地贴，连垃圾都清理的干干净净，纸盒拆开码放整齐，让人感觉不出这里曾经做过大型促销。

活动结束了，四天的时间该品牌销售同比增长

创先争优 争做销售先锋

关键业绩指标排名榜

(2016年3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	1
	新玛特购物中心五莲店	2
	萬德福岚山店	-2
	新玛特购物中心岚山店	-1
采购部	百货招商部女士内衣类	1
	超市采购部休闲百货课	2
	百货招商部休闲类	-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	日照店	1
	新玛特购物中心岚山店	2
	新玛特购物中心莒县店	-2
采购部	萬德福莒县店	-1
	百货招商部女鞋箱包类	1
	超市采购部休闲百货课	2
	超市采购部季节性服饰课	-2
超市采购部	百货区餐饮娱乐课	-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。



三月的春天，乍暖还寒，春天的脚步也离我们越来越近，但日照店百货部的一位员工，这几天却一直高兴不起来，因为她心爱的电动车被偷走了。

安全部内部交流后，大家一致认为，既然盗贼这次得手了，应该还会再次作案，于是外巡班的同事在日常巡查中暗暗加大了巡查力度，对员工车辆停放区域更是加强监管。

功夫不负有心人，9日下午，正在广场巡视的许崇波主管发现，在喷泉广场员工停车区域有一个人为非常非常，总是在围着员工车辆打转转，许主管立即向安全部2位经理汇报，经查看监控后，确认就是前几天偷盗员工车辆的盗贼。

安全部值班经理李刚和许崇波主管立即报警并调值班人员：陈峰、刘强、李山、郭青4名同志赶到外围广场布控，在不惊动盗贼的情况下，分别从4个方向围堵，防止盗贼狗急跳墙。

最终在及时赶来的公安民警的配合下，将企图再次行窃的偷盗分子当场擒获，并从其身上搜出作案用的改锥1把，偷盗分子对前几天偷盗电动车的行为供认不讳。经过同志们的齐心协力，最终抓获了偷盗分子，保护了员工和顾客的财物安全！

□ 日照店 张传林

见微知著促联单

一张十六联单的照片在莒县新玛特微信群里引起大家的讨论，“十六联单，从来没见过。”大家纷纷惊叹。

“其实我也没比别人多做什么，就是做了我该做的。”十六联单的创造者张传震十分谦虚的说。

当天，张传震和往常一样在北门促销区整理货品，一位顾客经过时，看了一眼促销区的一件衬衫。出于多年业务素质的养成，张传震敏锐的捕捉到了这一点并积极的进行了喊宾：“您好，欢迎光临，我们品牌正在做促销活动，非常实惠。”

在张传震的指引下顾客停下了脚步，随即张传震边和顾客聊起家常，称赞顾客的衣着赢得顾客的好感，边凭借扎实的专业知识向顾客介绍商品的面料、材质以及本次活动的力度等，用她的话说，“我们对我们的商品非常有信心，对自己的专业知识也有信心。”

期间张传震向顾客透露购买三件折扣力度更大的信息。对她已有信任的顾客随即表达出要给外甥、侄子买衣服的想法。张传震便根据顾客的要求和她所描述的孩子的年龄以及体态，积极的给顾客推荐适合的商品，并和顾客强调：我们的货品货号齐全，如果穿着不合适可以退换，打消了顾客的后顾之忧。

就这样这位顾客一共选择了十六件商品，十六联单看似不可能，却如此“轻易”的由顾客的一个眼神、一声亲切的喊宾开始了……

□ 本报记者 刘馨忆



《日百文化》投稿 (2016年3月)

五莲新玛特	26
莒县新玛特	22
日照店	20
岚山萬德福	19
岚山新玛特	15
商学院	13
莒县萬德福	10
新玛特广场	6
房产公司	6
人力资本中心	2
百货招商部	5
集团财务部	1
人力资源部	1
物流中心	1
企划中心	1
华致酒行	1
超市采购部	1

《日百文化》采纳 (2016年3月)

部门	采纳
莒县萬德福	5
日照店	4
岚山新玛特	4
岚山萬德福	3
新玛特广场	3
人力资本中心	2
五莲新玛特	1
莒县新玛特	1
商学院	1
房产公司	1
人力资源部	1
华致酒行	1
集团财务部	1
物流中心	1

约稿启事

《日百文化》长期面向公司及全体干部职工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。

同时征求散文、诗歌、摄影等各类文学作品，《日百文化》希望同大家一道，共同打造一交流和展示的舞台，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！

联系方式：
电话：0633-8703868；
电子邮箱：rbqywh@sina.com；
内部员工可直



放飞梦想的地方

在春暖花开的季节，我有幸踏上了广州、深圳的学习考察之旅，这次零距离的接触让我对向往已久、素有“改革开放前沿阵地”之称的广州和深圳有了真切感受，揭开了长久以来蒙在心头的神秘面纱。

到达广州已是深夜，可是璀璨的灯火、穿梭不息的车流像这温润的天气一样依然热情地欢迎着我们。广州是一个国际化大都市，是海上丝绸之路的起点之一，有着“千年商都”之称，在繁华的北京路步行街上，依然完好地保存着自南汉以来的“千年古道遗址”商道路面。行走在北京路步行街上，街道两侧典型的岭南建筑风格与现代感十足的装饰元素浑然天成，浓厚的商业文化气息扑面而来。走进任何一家店内，首先领略到的是带有粤语特色的温软问候，其次是琳琅满目的商品，让你畅游其中，流连忘返。作为广州的三大核心商圈，北京路商圈、天河城商圈和上下九商圈以其独特的历史渊源形成了各具特色、主题鲜明的商业文化氛围。

在北京路商圈，我们感受到的是传统文化与现代商业的兼容并蓄，是大众品牌形象店集中地，天河城商圈则有着代表广州最现代的商业建筑形态和商业业态，如太古汇、正佳广场，其规模与辐射力最大，是广州未来的中央商业区，有着华南第一商圈的最佳发展前景。而坐落在广州西部的上下九商圈是最传统的商业街运作模式，最具市井化和平民化的商业氛围，融合了岭南特色和西关风情，有着老广州独特的商业味道。在上下九商业街购物，假如你留意，你会发现头戴竹扁帽，两颊涂着胭脂，身上扮成五彩大公鸡模样的卖橄榄的小贩，这就是当地特有的“鸡公榄文化”经营特色。

匆匆告别广州，我们来到深圳是一个美丽而年轻

的城市。深圳全市人口的平均年龄仅有27岁，它以其“来了就是深圳人”的独特的城市文化，包容着来自五湖四海的创业者，这里是“创客”的天地，每天都有奇迹在孕育和发生。这片神奇的土地创造了“深圳速度”和“深圳效益”。

随着时代的飞速进步，深圳商业的发展也异彩纷呈。位于罗湖区商圈的万象城，它倡导国际化的消费理念，在这里有着国内最豪华的品牌阵容，它以全新的经营方式引领生活与消费的潮流。从整个购物中心的布局规划来看，它区别于内陆地区常见的以楼层空间划分类别的布局方式，而是以顾客需求为中心的关联式布局为导向，男装、女装、珠宝、饰品、鞋包等品牌专柜在同一楼层区域关联布局。也许你刚走出女装专柜，迎面看到的却是男装品牌专柜，但是你不会感觉突兀，因为你的目光已被它生动的橱窗陈列牢牢吸引住，脚步早已迫不及待地迎了上去。万象城凭借着自身独具的魅力吸引着众多的海内外消费者流连忘返。同时值得一提的是在该商圈内，作为深圳首家实现与地铁无缝衔接的商业建筑体——金光华广场是港人北上、国人入港的第一要冲，在这里购物你不必担心迷路，因为在各个电梯口、各楼层中心位置你都会看到着装整洁的工作人员以标准站姿随时等待迎接你的光临和咨询，人文关怀与时尚品味交相辉映。

置身繁华的街头，我常常心生感触，这是一个放飞梦想的地方，它真切地告诉我们，心有多大，舞台就有多大。愿我们不忘初衷，勇敢向前，迎接个人梦想的再一次起航。

□ 万德福菡县店 通讯员 刘春梅

梦里水乡

烟花三月来到这梦里水乡——周庄。拂面的春风，古老的青石板路，明清时期的砖雕门楼，小桥流水人家，让我们欣赏到江南不同于北国风光的美。

“水”是这里的一大特色。周庄四面环水，咫尺往来，皆须舟楫，是东方的威尼斯。碧水环绕着整个周庄，“井”字形的河道从古镇中穿过，把古镇分割成了一块块“格子花”，河道又把古镇与邻近的湖水连接了起来，给人们一种“巷在水中，镇在湖中”的感觉。

“桥”是周庄又一特色。周庄依河成街，桥街相连，这些造型各异、千姿百态、纵横交错的石拱桥跨越在河的两旁。人在桥上走，船在画中游，你站在桥上观风景，看风景的人在楼上看你。这次第，怎一个美字了得。

“厅”也是值得道道的！周庄的“厅”名不虚传。有代表性的有张厅、沈厅等。走进古色古香的住宅，踏入典雅整洁的厅中，周庄人生活的点点滴滴跃然纸上，书声饭香扑面而来。

周村景色让我流连忘返，但触动我最深的是一口井的

故事。这口普通的井，有什么好看的？

看着我们满脸的狐疑，导游缓缓地讲解：“这口井是当时这户人家生了长子打下的，并通向大海。为什么通向大海，是因为大海里有龙，表示望子成龙，这口井不通河水，原因是井水不犯河水。”听完介绍我瞬间感觉它是一口有文化的井，是一口有历史底蕴的井，是一口寄托了美好希冀的井。

让我不由得想到，祖国江山美不美虽然不全靠导游的一张嘴，但是导游的那张嘴能让我们深深的领略美。导游在推销祖国的山山水水，我们在推销形形色色的商品，这一想，二者有着异曲同工之妙。商品销售，商品卖的好不好，还要靠我们练就一张“导游”嘴。好一个能说会道的导游。

周庄，周庄的人，周庄的山山水水，周庄的导游，走着走着，这一刻，我真正走进了周庄，走进了这梦里水乡，仿佛间，已历千年。

□ 万德福菡县店 通讯员 陈修彦

欢乐广深游

广州天河城商业综合体是一座规模宏大、功能齐全的现代型综合购物中心，被誉为“中国第一商城”。天河城集购物、游览、美食、娱乐、休闲、商务、广告、信息、展览、康体等多功能于一体，名副其实地“把北京路搬进了天河城广场”，在广州开创了一种全新的消费概念，把广州的商业发展提高到一个新水平，已成为广州最繁华的商业中心，成为市民和旅游宾客购物观光休闲的首选场所。在天河城，我们看到熙熙攘攘的顾客穿梭在每一个楼层，每个餐厅全部爆满，都在预约排队就餐，精品超市商品陈列丰满整齐、量贩式陈列激起购买欲望、各类进口食品物美价廉……将餐饮娱乐与购物休闲发挥的淋漓尽致，成为我们研究商业模式的教科书。

□ 万德福菡县店 特约记者 张晓庆

陈列创新，体验升级

当我走进广百百货北京路店时，每个品牌的陈列都用它们独有的道具摆出了它们品牌的特色风格及主题定位，有时尚奢华的、也有田园休闲风格的……各有千秋。

时值三八节来临，女士用品的陈列更是让人赏心悦目，当我走进二楼时，远远地被一个女包专柜的陈列所吸引，包的周边全部用自制的手工花进行衬托，突出女包的高端档次，感觉不是陈列商品而是在展览艺术品，此款商品增强了顾客的视觉感，每个到专柜的顾客都在此商品前滞留观看，通过陈列拉近了与顾客的距离，提升了销售。

□ 日照店 郑荣

旅行-学习-心动-行动

本想去南方感受一下大汗直流的日子，谁知却赶上了冷空气，五天的行程中真真切切体会到了南方细雨蒙蒙，潮湿湿润的气候。

旅行就是一个学习的过程，在广州的太古汇，他们所经营的蔬果，让我大开眼界，件件精美的包装，诱人的颜色搭配，以及生姜、大蒜和干辣椒的唯美组合，更加贴近民生需求，让我叹为观止。心动就要付诸于行动。回来后我计划将学习观摩的图片，发到每位员工的手中，让大家一起来学习，将“拿来主义”运用到我们日常的工作中。

□ 华致酒行 秦芸



前路漫漫 努力更好

世界那么大，跟着公司去看看。不千里行无以知路远，不经繁华无以知贫瘠，不观千景无以知差异，不到上海无以知城之雄、垣外垣。

日未出，月未落，雾气还未来得及散去，怀揣着对远方的期待，从边海小城踏上上海之行。首至周庄，各式明清建筑映入眼帘，古色古香。水过石桥，人泛轻舟，恍若那城中还有唐婉的灵气，沈万三在庭院看着聚宝盆，三毛也还在那里穿过，历史传承不曾停滞，周庄的水，周庄的舟也不曾停滞，今天虽是过客，回头望，一路而来，哪里又不是脚呢。

石桥渐远，脑海里还回荡着那段段石阶雕梁，天色渐晚而世界却亮了起来，不觉已至旅行的目的地——上海。夜游黄浦，滔滔江水夹带着从高原而来的力量，历经山岳起伏，势不可挡，奔流不息，到了这里，在灯光、城市的映下，反而显得平静。

新的一天，太阳从东方升起，站在金茂大厦，半片上海收入眼底，看不尽楼外楼，竟淹没了海的尽头。

电影百年历史，从无声到有声，从黑白到数字，一一领略，梅兰芳的戏台、梅葆玖的“再见梅兰芳”。世博会虽已过去，但中国馆留了下来，继续为国人讲述盛会的时代风采，并与这个城市另一端的城隍庙一新一旧，为游人诠释上海的诗篇。百年中华，辱荣复兴，走在外滩柏油路，哥特式建筑个性别致，曾经的人早已流到了黄浦江里，而今日还能感受那份历史的沉重。

人从上海来，人到上海来，上海不仅是历史名城，更是现代时尚之城、购物之城，楼宇店铺美轮美奂，商品陈列琳琅满目，置身于南京路购物广场内，伴着轻柔的音乐，舒适典雅，在奢华与现代之间，怎不让人流连。

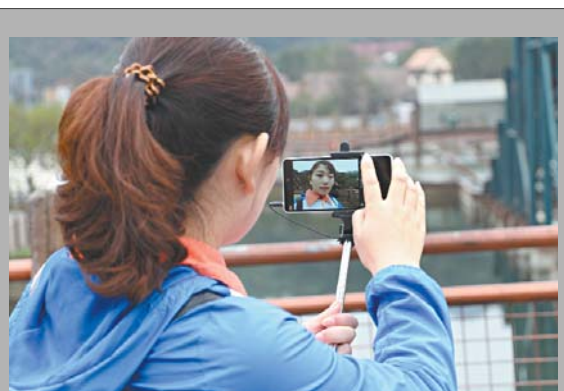
自此，终路归程，他乡虽美，终不敌家乡一木一土。然有感于外物，上海之行省知自身差距，所有传承不衰、人口称颂者必不同于平常，必尽力所及，处处事业心。服务无小事，工作无小事，自然不能好高骛远，生活、工作亦是在不断进步中更好一点，前路漫漫，自当努力做的更好。

□ 人力资源部 崔乃香

途中趣闻

沈家标准饭菜，其中少不了一道名菜“万三蹄”。

关于“万三蹄”的故事：明朝初期，朱元璋刚当上皇帝时还很穷，他听说周庄有个首富叫沈万三，朱元璋就想去刁难一下沈万三。与此同时，沈万三也想讨好朱元璋这个皇帝，正好一拍即合。有一天朱元璋来到沈万三家做客，酒宴上自然少不了周庄最有名的猪蹄。酒宴开始了，朱元璋指着猪蹄问沈万三这是什么？



自拍



接着自拍



组团自拍

回顾全过程，历历在目：自由活动后各小组按照规定的时间到达集合地点；在游玩激流勇进、过山车等刺激项目时，小伙伴们之间的相互鼓励和相互扶持，处处体现着我们超强的执行力和团队协作能力。如果我们各自我行我素，在规定的时间内不能及时集合，势必会影响到整个行程和计划。如果我们在工作中没有执行力和团队合作，势必一盘散沙，工作难出成就，相反，当这个团队面临艰巨任务或遇到困难时能坚定信心，同舟共济，在惊涛骇浪面前就能无所畏惧，就能完成别人认为无法完成的任务，就能顺利地到达胜利的彼岸。

□ 日照店 武娟娟

景点的如诗如画，同事之间的美好情谊都给我们留下了深刻的记忆。为了展现员工积极向上的精神面貌，重温旅游中的美好瞬间，我们在队长的带领下，团队集体合影留念，一张张甜美的笑脸，一个个精彩的瞬间，很好地诠释了日百企业文化的深刻内涵，积极向上、团结友爱的精神风貌与优秀的企业文化相得益彰。

这一次的外出旅行较好的促进了同事之间的感情，增长了大家的见识，提高了企业的凝聚力和员工的工作热情，同时也增强了日百员工的荣誉感和员工归属感，感恩公司给予了这样的机会，随后我们会以更饱满的热情、更充沛的精力投入到岗位工作中，并为公司的进一步发展继续作出自己的贡献。

□ 五莲新玛特 邱艳萍

来到广州，最让我震撼的还是那些图书馆内来来往往的人群，图书馆内没有禁烟标识，却没有一点烟味，没有禁止大声喧哗的提示牌，只有轻轻的翻书、写字的声音，就连电脑的键盘声都是那么的小，在24小时职能图书馆里不仅让我看到了图书馆温情而又高端的设计，那里有图书自助借书区、自助还书区、缴纳钱款区、视障阅览室等等，更让我感受到了当地人文文化和素质。在那样的环境里，有谁会不喜欢读书，在这样的文化氛围中又有谁会不热爱生活。途经几个图书馆，几乎每个图书馆的人都非常多，看到这繁华的城市不禁让我想到了“知识改变命运，学习成就未来”。

□ 新玛特购物广场 王娜

这次带队我有着不同的感触，在整个考察学习过程中，33名队友的互帮互助，5个小组长各尽其责，组织委员、生活委员的大力协助，真正体现了日百人的日百文化，体现了日百人无论是在一线销售战场，还是外出休闲旅游，时时刻刻都是以“日百人”而自豪，以树立良好的“日百人”形象为己任。每一次拍团队照队友脸上洋溢着灿烂的笑容，我感叹日百这个大家庭的包容、温暖，感谢公司给予我们这次考察学习的机会。





以顾客经营为中心

“以顾客经营为中心”正在开花结果

2016年年会中，靳总提出了“以顾客经营为中心”的理念，年会结束后，万德福莒县店立即行动，组织各层级人员开展讨论，并将讨论结果全面记录梳理，对于可实施项目逐一制定具体行动措施及完成时间、责任人，保证各项目按照计划落地并开花结果。

你看，蔬菜区自3月1日起就推出了为顾客提供“一次性手套”的便民服务，当顾客购买根茎类蔬菜时，员工就会主动为顾客递上一副一次性手套，当顾客购买生肉、有异味商品时，也可以到蔬菜区领取一次性手套。

看着顾客随心所欲的挑选商品，我不禁走过去询问顾客的感受“你们万德福想的可真周到，真的把我们当上帝了！”是呀，将顾客当作上帝就是“以顾客经营为中心”的理念的一种体现，为了让“上帝”挑选商品更舒服、更方便，门店还于3月3日在生鲜区专门安装了“便民洗手池”，便于顾客挑选生鲜商品前、后随时洗手。同时，还根据顾客的消费习惯在超市各区域增加了8个指定购物篮存放处，便于顾客随时利用购物篮存放商品，也便于员工随时为顾客递一个购物篮。

考虑到有的顾客结账时，临时想起需要的商品忘记购买，若提着购物篮再到卖场购物肯定不方便，若将购物篮放在收银区域或卖场，易被员工当作“孤儿商品”收回，导致还需要重新挑选商品，不但浪费时间，心理上也会不舒服。针对顾客的此类问题，门店专门制作了“顾客暂存商品”提示牌，主要放置在



收银区等区域，发现顾客临时又到卖场购物时，就将此提示牌放在顾客挑选好的商品处，解决了顾客的一个小难题。

为了给顾客提供全天候新鲜蔬菜，沟通蔬菜供应商引进了“喷雾式蔬菜货架”，在办公室人员的积极协助安装下，“喷雾式蔬菜货架”3月6日正式运行了起来，看着被“云雾”环绕着的各种新鲜蔬菜，顾客好像置身在“仙境”中，一阵阵赞不绝口的赞美声传了过来，特别是有的孩子睁着好奇的大眼睛驻足观望。“喷雾式蔬菜货架”引领了莒县蔬菜货架的新时

代，也给莒县人民带来了又一个惊喜。百货类各专柜专区新增即时办理会员卡的业务，顾客购买商品而无会员卡时，专柜专区导购员可立即为顾客办理会员卡，避免了顾客往返总台办理的麻烦，也节约了顾客的购物时间。

门店还专为顾客设置了“便民修车处”、“便民充电处”，及时解决顾客因电动车、自行车临时故障或无电回家不方便的问题。门店还在一上二电梯处电子屏上滚动播报本周天气预报，提醒顾客出行注意天气变化。

门店还将继续在超市区域添置水果、面食、糕点等食品现场试吃品尝台，便于顾客挑选到适合自己口味的商品。在米粮区、蔬菜区、生肉区、水果区设置养生食谱、食用指南等，为顾客挑选和搭配商品提供科学引导，在总台设立撤柜供应商档案，重点解决售后服务问题、设置顾客手机充电专柜，在百货区域增加便民饮水区及充电宝、引进手机体验馆、设立服饰形象顾问、开展定制服务、添置宝宝车、修缮停车场、进行顾客需求调研等。

为了更好的落实“以顾客经营为中心”的理念，门店还会在以后的工作中结合顾客需求及实际工作，推出越来越多的项目，只要我们把顾客当作知心朋友，落实“以顾客经营为中心”的理念，这一理念定会遍地开花结果，硕果累累！

□ 万德福莒县店 通讯员 王霞

对您负责是我的使命

3月10日早晨，门店迎宾后，家电组飞利浦导购员胡日霞开始对专厅排面进行每日例行检查，这时她发现专柜旁一位七十多岁的老大娘正在踌躇走来，于是她连忙迎过去：“大娘您好，欢迎光临，需要什么？”

在与大娘沟通过程中，得知大娘胃不太好，牙齿有点松动，想买个搅拌机磨花生、粗粮。胡日霞就把大娘领到专厅料理机陈列区，并给她介绍了一款飞利浦搅拌机。接着胡日霞为大娘找到了一个休息凳让大娘坐下，并给她做了机器使用详细介绍，得知大娘一个人在家操作家电，胡日霞不厌其烦的一遍遍操作机器，并用超市购买花生、芝麻回来现场手把手的教大娘操作。

“姑娘接待我这个老太太太麻烦了吧！让你费心了！一上午耽误了你不少时间！”大娘学会操作后，不好意思的说。“不要紧大娘，您要是还不懂的话我可以再给您操作一遍，不能让您因为使用问题来回跑，对您负责是我工作的使命！”

大娘满意的拍拍小胡的肩膀，购买了价值199元的干磨机。送走大娘后，有个别导购不理解：“销售199元的产品忙一上午，值得吗？”

“值得！越是对待老年顾客越要讲的详细一些，只有这样才不会让老人因为不会操作产品来回跑！以顾客需求为导向是我们工作的使命与责任！”胡日霞很坚定的回答。

“对您负责”这句话看似平凡、普通，真正坚持做下去却不是一件容易的事，这得靠每个终端的伙伴们用心去做。“提升创优在岗位，顾客满意在日百”就是从大家这平凡的举动、用心的服务开始的！“以顾客经营为中心”的理念是从日常服务过程中的每一个细节凸显出来的！只要伙伴们始终坚持这个理念，相信我们的服务会有新的突破，我们的业绩也会蒸蒸日上！

□ 岚山万德福 高兰

为顾客打开方便之门

3月23日，早晨8:20左右，万德福岚山店门口一位顾客一会坐一会站的，看起来非常着急。询问后得知，顾客因为回老家，急需购买奶粉带回去，早上7点就来了。看到我们没有开门，询问陆续进店的员工后得知，我们9点才开始营业，让他更加坐立不安。

了解到这位顾客的情况后，在店总经理柏春龙的批示下，食品部与安全部、客服部配合，为顾客开通了应急通道，提前进入门店购物。

了解门店所做出的工作，这位顾客非常激动，甚至连奶粉的牌子都说错了。这位忠实的老顾客，此次共计消费400余元，他一边交款，嘴上还一个劲儿的说：“太感谢了，要不是我回老家就费事了，小孩还急等着喝呢！”

400余元的商品，虽然不多，可是顾客的心情是不同的，如果等到9点，顾客可能因赶时间走了，或进店购买了，可是心情可想而知，失望、生气、焦急，他可能不会再来了。我们失去了400余元是小事，可是我们会失去一位忠实的顾客，也可能会失去他身边的N个潜在顾客群，这就是大事。

当前销售淡季，加上经济不景气，我们公司自年会后一直开展“以顾客经营为中心”的经营理念的主题活动，我们每天挖掘顾客需

求，为顾客提供价值，这就是实实在在的为顾客服务，在当前环境下400余元，看似微小的数据，可是服务无小事，他背后蕴藏着顾客经营的大数据。用心服务，我们仅需为顾客打开方便、服务之门，就可以得到，我们何乐而不为呢？

自此事情后，门店柏总特别通知，如再有此类事情发生，经门店批准，无论晚上还是早上，相关部门都要为顾客开辟应急购物通道。真正做到以顾客经营为中心，尊重顾客，站在顾客角度，换位思考，这样我们就拥有了顾客，就拥有了在市场中继续生存的理由，而拥有并想办法留住顾客是企业获得可持续发展的动力源泉。□ 岚山万德福 通讯员 柴清玲



经营的本质 以顾客为中心

他不依靠着我们
而我们却依靠着他
他并没有打断我们的工作
他正是我们工作的目的
他并非我们业务的局外人
他是我们业务工作的一部分
我们为他服务并没有恩泽于他
他为我们提供服务的机会
却是在施惠于我们

——默罕穆德·甘地

顾客是在施惠于我们，是顾客与我们之间关系最好的阐述。以顾客经营为中心，拥有顾客，就意味着拥有了在市场中继续生存的理由，因为，顾客是唯一能解雇我们所有人的人！

这就要求我们在广泛关注所有的竞争环境的同时，必须加大投入到关注客户这一因素的力度。当前公司的核心任务是一方面提升核心竞争力适应顾客需求的变化，以提高市场竞争力，另一方面以顾客永远是第一位的思想为指导，所有流程的设置、规则的建立、准则的实施，都遵循把顾客放在第一位基本原则，以此来提高和维持较高的客户占有率。

以顾客经营为中心的理念，我们应该做哪些工作呢？我们要在整个工作过程中，永远将自己的视线关

什么样的服务，什么样的服务才是好服务？我有以下见解：

缩短顾客等待时间，提升顾客满意度。这首先要我们掌握好每一款商品的库存与尺码，曾经有一位顾客购买文胸时，员工打开第三个橱柜还没找到相应的尺码，顾客的失望可想而知。顾客选购时，应让顾客花最少的时间。如果一家商场让顾客浪费大量的时间，等于变相提高了商品价格，无异于自我淘汰出局。

制作品牌、专区服务卡，提供优质的售后服务。专区统一印制服务卡，方便顾客交流。一张服务卡，可享品牌终生服务，如免费为顾客熨烫、精补衣服、送货上门等。顾客在购买后如需咨询或者再有购买需求可以第一时间询问联系。良好的售后服务可获得客户的信任。从某种意义上说，真正的销售是从售后服务开始的。想要留住客户，就要定期与他们保持联系，并提供长期服务，我们不这么做，竞争对手会这么做，他们会拉走我们的客户。

退货和购买一样顺畅、无障碍。购买时笑容满面，退货时愁云密布，这无疑给顾客制造了麻烦。退货的麻烦阻止的是顾客购买脚步。所以，要把退货流程设置得简单再简单，退货像购物一样无忧，这样才能更好的留住顾客。

定、犹豫不决或不知如何选择时，就参照这一条，把顾客放在第一位，一切都迎刃而解。

要用最完美的方式回答顾客的询问。网上有一篇疯狂的文章。一位记者探寻胖东来的服务，他问一位保安代购卡在什么地方卖，保安热情地领他去了售卖地点。面对如此周到的服务，记者只好买了500元的卡。如果不确定怎么处理顾客的询问，就参照这个案例。

真诚的承认错误，比强词夺理好得多。工作中难免会出错，当错误给顾客造成麻烦时，要设法弥补错误，尽可能取得顾客的谅解。若无错误，只会让顾客更加反感。真诚是解决问题的根本态度。

要始终如一的对顾客。不管顾客买不买商品，都要为顾客提供一以贯之的服务。不能因未达成购买意向，而态度发生转变。没有购物的顾客，同样是潜在顾客，也会口碑传播他们的购物体验。所以，要以每一位顾客提供热情服务为目标。

定期奉送感谢卡。对于经常光顾、大金额购买的顾客，要给他们写一张感谢卡。这张感谢卡应是独特的、与众不同的。如果是统一印刷的文本，接到的人欣喜程度就要大打折扣。所以，这张感谢卡最好由门店的部门管理者或门店最高管理者手写而成，才能体现诚意。

员工视点

日百一家亲，齐力向前行

3月12日植树节，与同事陈晓、吴玲带孩子去白鸢湾种树。下午2点多，我把带去的风筝展开放到空中，随着视线内的风筝越来越小，孩子们的欢呼声越发高昂。不料，风筝回落掉进了湖中央，陈晓立马说：“快回线。”随即她与吴玲跑到湖边用树枝挑落在树上的风筝线，一直收到风筝线拽不动，紧接吴玲踩着两棵树干往上爬，抱着杆子拨弄树枝，陈晓则在湖边寻找风筝线以便能顺利把风筝从湖中央拽回来，就这样我们成功把风筝拽回到岸。

这个过程看似平凡，但在我心里却有很深感触：在我们的日常工作生活中，遇到问题或困难时，有临阵脱逃者，有趋炎附势者，有实干主义者……有时候，一件小事即可影射出一个人的工作作风及处事风格。当我没事，弄不上来就不要了，而她们却还在继续努力使劲时，我真的觉得我是个幸运儿，认识了她们，与她们成为同事、朋友，她们带给我的是满满的正能量。我一直认为：附带正能量的人，在工作中定会激发对工作的热情，生活中亦是如此。

“看，3.15店里搞活动，店里很忙啊，不知道今天下午的信息采集怎么样。”我与同事陈晓经过莒县新玛特外广场时说道。2016年度莒县万德福、莒县新玛特店的营业员培训开班在即，开班前的各项准备工作陆续进行中。我与陈晓在执行过程中达成一致：每一步都要掌握好力度，努力做到万无一失，实现计划内开班。在此过程中，两门店领导给予我们及时的帮助，让我们切实感受到了“日百一家亲”的温暖。记得那天与实践店总经理董丽沟通课程，由于这次考虑全部用莒县区域的讲师，给董总安排的课程较多，董总一直以“没问题”回复，并说：“课程你排就行，如果讲师不够多我给你安排几节课没问题，需要提报资料的，你们车程较远不方便的话随时给我打电话……”

3月15日下午，莒县万德福剩余人员信息采集，由于赶上个别部门盘点、员工倒班等因素，个别学员未及到现场采集，而根据要求必须学员全部到场后才能进行采集。两门店办公室主任立马亲自调度，打电话联系各部门经理及学员，务必规定时间内准时到达，当天下午的信息采集顺利完成，包括培训教室的安排、布置等，店领导都给予了大量的支持与协助，员工们也是积极配合，让我们充分感受到“异地培训也有家”。

在日百大家庭中，正是像他们那样积极向上的人，带动着一批批年轻人向前行，不断成长。不怕前行的路远，即使再远的路，只要齐心协力，总会走到终点线。

□ 日百商学院 张峰

种下一棵树 爱心传万家

植树节到来，“相约两城河，与天鹅共舞”日照万名网友植树活动顺利拉开了帷幕。我们也有幸参加了这次意义重大的活动，与会员顾客们一起种下爱心树。

为了能在植树节当天顺利地与客户顾客一起进行植树活动，我们提前组织员工志愿者与客户顾客进行了这次植树活动的报名，同时提前告知他们集合的时间地点。



植树节当天上万志愿者进行了植树活动，我们的员工志愿者与客户一起肩植树，丝毫没有疲惫的感觉，你扶树、我填土，上演了一场温馨幸福的画面。小朋友们更是开心得不得了。跑过来，跳过去，帮着这边浇浇水，跑去那边扶扶树，一个个跟个大小人似的。会员顾客们都说这次植树活动非常有意义，既能够让自己跟孩子一起亲手种下这充满爱的小树，能进一步拉近与孩子的距离，又陶冶了孩子的情操，他们希望以后多有这样能跟自己的孩子一起参与的活动。

活动结束后大家都不定时地回头看一看看自己亲手种下的小树，把自己的名字写在小牌子上并挂在树上陪伴小树一同成长。这次活动能够取得圆满成功，离不开广大会员顾客的信任和支持，符合我们“以顾客经营为中心”的经营理念，再一次坚定了我们用全部的真心对待顾客，换来顾客的百分百信任的决心。

这一次活动拉近了我们与客户间的关系，让我们更加亲密，扩大了企业的宣传力，同时增强了员工之间的团结协作的能力，加强了集体的团结，让日百的服务和品牌像树苗一样在顾客的内心深处生根发芽。

□ 日照店 刘培杰

品牌故事

UDAY：精于心 秀于形

精于心：优带的设计师会用心体会男人的心路历程，精确把握流行动态，在每款产品中注入鲜活的灵魂，每个形状、每一条线条都是设计师心深处思想的结晶，每款产品都是手工艺师用心精雕细琢的结果，不是机械批量生产的产品。

秀于形：优带的设计师会汇集世界各地的皮带时尚信息，采集各种别具匠心的设计元素，设计出各种时尚独特的扣头及带身造型。精选优质的各种皮革材料，用富有质感的铜和医用钢材作为扣头材料，每一个扣头和带身都要经过多达12道工序，手工艺师都会用放大镜去审视检查每一个产品，每个产品都充满着浓浓的精工心意与别具匠心的设计元素！

无论是从外观上还是在内在的神韵的追求上都力求精致，用细腻的质感画出成功男士非凡的品味与风度，或时尚新潮，或高贵典雅，或率性自我……

优带，只做精品皮带！
优带皮具于3月6日在新玛特购物广场男装部三楼专柜，优带皮带开发300多个风格各异的时尚款式，每月每季都会有新款不断推出，欢迎各界朋友光临选购。

□ 新玛特购物广场 张永兰推荐

