



半程收官 胜利待续

——上半年经营业绩斐然 各产业目标均已达成

本报讯 2018年是集团全面落实阿米巴改革成果的开局之年，在全年总体工作要求的指导下，集团各产业上半年主要经营指标均已达成，部分目标超额完成，整体经营业绩斐然。

商业公司稳中有进，领先市场

全面落实阿米巴经营改革的各项举措，从预算到经营会计，再到业绩分析、TCD改善，各级阿米巴重业务、抓经营的意识明显增强了，大家学会“算账”，经营意识和技能均有提升。

以“消灭延期合同、解决空租空厅”为重点，超市、百货两大事业部在加强合同精细化管理和充分利用空间资源方面主动发力。合同管理方面，加大合同洽谈的计划性和力度，新签合同事前做好考察，续签合同注重效益挖掘，严格履行合同约定避免漏洞，多措并举，取得了较为明显的效果。资源利用方面，营采配合、多方招引，空租空租问题得到一定程度的缓解。

同时，围绕门店定位、策略以及价值点的打造，在品类、品牌结构优化升级等方面做出了针对性调整，适应市场变化，满足顾客需求。岚山新玛特肯德基顺利开业，二楼女装升级，莒县福康山店、莒德福莒县店布周调整已经基本完成，五莲新玛特男装升级、莒县新玛特引进教育

机构、银行等多业态提升效益，新玛特购物广场小米体验店入驻、超市调整正在进行，市北新玛特项目筹备当中……

以事业部为主导，各门店认真践行“以顾客经营为中心”战略思想，各级主动转变思维，站在消费者角度思考问题，从商品质量管控、服务规范、环境卫生、安全营运等各方面，不断夯实商业经营管理基础。

在总结过往经验教训的基础上，公司再次明确了卡券常态化的工作思路，纳入日常管理考核，强化各级责任意识，研讨并落实“会员卡价”相关工作。

上半年，商业公司回归商业经营本质，坚定落实阿米巴经营改革，销售额、毛利、贡献利益等主要经营指标均达成计划目标，稳中有进，且增幅超过行业市场平均。

房产公司持续飘红，超额完成目标

“始终不放松市场维护这根弦”。从去年开始，房产公司通过改革走出一条“走出去请进来”的拓客之路，那就是下乡进村、走街串巷、集市拓客，尽可能的邀请客户到现场等形式，在市场低迷的情况下，取得了比较好的成果，坚持走这样一条看来很笨的道路，同时发挥自媒体优

势，认真运营微信平台，维护客户，使得房产公司各项目保持了市场温度。随着房地产市场新一轮热潮的到来，房产公司抓住机会，准确判断，迅速完成了各项目剩余库存的清查，完成计划指标的120%。相关市场信息也由近致远，不断扩散至胶南、黄岛、油里等地，为接下来市北项目二期销售做好铺垫。

工程方面，市北依河园二期规划方案已获批，目前已开挖土方近6000方，图纸设计及后续建设手续正在同步加紧办理。新玛特购物中心市北店室内外装饰装修按计划加速推进，岚山项目前期规划调整工作也已开展。

多福山异军突起，成绩喜人

景区内玻璃栈道及玻璃滑道项目自去年12月16日投入运营以来，吸引了众多游客的目光。多福山加大同旅行社的沟通洽谈，上半年旅游收入大幅增长，对比去年全年收入还翻了番。利用旅游带来的人气，景区房产销售也超额完成计划目标，成绩喜人。

公司各级不等不靠，以强烈的责任感和使命感，勇挑重担，攻坚克难，沿着公司既定的方针路线，坚定顽强的落实各项重点工作，取得了上半年的胜利收官。 □ 本报记者 袁启

惠聚一夏 清爽促销人人爱



你冰爽过夏，日百会员或持金卡可以参加清凉一夏的乐享换购。

炎热的夏天，喝上一瓶冰镇的饮料令人神清气爽。冰爽饮料节期间，可乐、雪碧、啤酒等夏日必备饮料活动力度诱人，在会员金卡价的基础上折扣满满，以清爽的价格赢得顾客青睐。

抓住七月的尾巴，商业公司推出“季末不寂寞 礼品送不停”活动。7月20日-29日四重惊喜连连，日百会员或持金卡满额送好礼，黄金、手表等到大品牌折扣力度再升级。

大力度的优惠折扣扣人心弦，嗨翻天劲爆的暑期活动夺人眼球。随着活动的推进，各门店还组织开展了啤酒大赛、亲子钓鱼、凭券抽奖等互动活动，让顾客在享受优质实惠的购物感受的同时，获得了别样体验。

为打造“特色”价值点，伴随夏日的持续的高温，由品牌运营中心生鲜运营倾心推出的宁夏西瓜

已开始陆续配送到各门店。西瓜以甜脆爽口、独具天然特色闻名，在它还未到达日照之前，来自西北的晒砂瓜就已经走红网络，在各个门店掀起一阵晒砂瓜的“甜风”。

面对号称“石头缝里长出的西瓜”，有顾客这样称赞：天天吃，吃不够，就像小时候在沙地里种的那样甜。该产品由商业公司进行产地直采，经过长途跋涉耗时一天零15个小时，全程1760千米，最终到达我们的七大门店。

西瓜、啤酒、冰饮料，和顾客朋友清凉过夏。这清凉的背后，是不辞辛苦的一线工作者和后勤保障人员的默默支持，和汗水湿透衣襟的努力。正是他们的高温下的坚守，换来大家清爽的购物体验。 □ 本报记者 杨洋



新闻30天

市北依河园二期开工

本报讯 7月11日，市北依河园二期工程举行盛大破土动工仪式，标志着市北依河园项目掀开快速发展的新篇章。

今年以来，房产公司对二期工程的规划方案反复调整，并与市北管委、建设局多次沟通，经过几番论证、沟通和多次的方案修改，最终项目规划获批通过。项目规划为17层住宅6栋，11层住宅3栋，并建设配套用房一栋，容积率1.8，绿地率35%。该方案是今年市北批准的所有建设项目中，容积率、层数最高的一个项目，为保证项目的效益最大化奠定了基础。

目前，施工现场每天投入土方机械6台，已开挖土方近6000立方。

全员快速应对，以强烈的责任感和时不我待的紧迫感，狠抓进度，抓重点，乘着市北依河园这艘充满无限前景的快船，乘风破浪，向公司及社会各届交一份满意的答卷。 □ 房产公司 李娟

夏日抗高温 工会送清凉

本报讯 炎炎盛夏，为应对高温天气，进一步关心基层员工的身心健康，传递公司对员工的关爱，集团工会积极开展2018年“送清凉”关爱活动，为一线职工发放了爱心物资，让职工在炎夏夏日感受到组织“凉爽”的关怀。

7月29日起，各公司、部门陆续发放卧龙山矿泉水及杀虫剂等“清凉物资”，此次“送清凉”活动惠及集团全体工会会员，让广大职工安全度夏、清凉度夏。

此次活动体现了公司对广大职工的关心关怀，增强了团队的凝聚力和大家的爱岗敬业情。 □ 本报记者 杨洋

有一种美丽，叫“高温下的坚守”



连日来，持续高温来袭，但与气温一起攀升的，还有日百人的激情。我们可以看见物流中心忙碌地搬货、卸货的身影；理货区验货、运货的身影；汗流浹背的后勤保障人员；穿梭于大街小巷外出拓客的房产公司的员工……这些高温下的坚守，是一种美丽，更是一种责任，让我们向高温下坚守者致敬！

高层论点

以激发创造力为主的员工激励管理模式变革

近期与各层级干部交流时，大家在团队建设与管理方面多有困惑：现在的年轻员工管严了，对抗情绪大，离职率高；管松了，员工责任心不足，态度不够端正，团队战斗力不强，业绩结果不理想。管也不是，不管也不是。那么，新生代员工的管理模式和团队建设到底如何做呢？

一、员工管理模式变革的外部因素分析
今天，整个社会大环境已发生了翻天覆地的变化，“不确定性”“互联网下半场”“人工智能”“知识革命”“数字化生存”……一切都被重新定义。这些变化对于公司及每一个人都是巨大的挑战。我们的零售业开始全面转向新零售，很多人还未能说清楚什么是新零售，却已不得不踏入新零售的大潮之中。任何一个创新，已经不仅仅是速度和效率，而是影响到整体。组织效率不再来源于分工而是来源于“协同”。借助于协同，企业能够创造性地解决组织效率从哪里来的问题；借助于协同，企业能够更好地参与到「人类命运共同体」的建设中；借助于协同，企业能够更好地与行业合作伙伴、社区与各界一起探索，共建与共治。

二、员工管理模式变革的企业内部因素分析
公司发展30多年来，一直以管理严格著称。多年来实施的管理机制形成的模式以强化负激励和管控为主导，在过去的管理环境中，发挥了重要的管理作用，对企业的快速发展起到了决定性作用。企业发展到今天，我们的员工的结构已由60、70、80，过渡到了以85、90、00后为主体。从马斯洛的层次需求论和企业员工实际分析来看，85、90、00后员工，由于其他成长环境决定，其诉求超过了生存、安全阶段，直接来到了归属、尊重和自我实现的诉求。

三、员工管理模式由负激励为主的管控模式向激发创造力为主的激励模式转变
社会大环境发展变化，员工结构及诉求的变化，都对公司原有的管理模式产生了挑战。除了变革和调整，别无选择。

人力资源管理模式、机制变革和调整的核心要素是员工创造力。组织成员具有持续创造力是企业应对不确定性的解决之道，员工创造力未来是人力资源管理重点，如何建立员工与组织之间的共享平台，让组织成员释放出自己的创造力，是企业必须做出的选择。就是寻找对价值观认同的成员，给予平台与资源，帮助员工释放创造力。要做到这一点，人力资源管理需要从评价投入转为评价产出，从关注胜任力转向关注创造力；组织功能从管控转向赋能；而企业文化从强调组织价值转向强调共享价值；企业领导者从管理者转向伙伴。

回到一开始我们探讨的困惑。释放员工创造力，一定要从命令-控制式管理向授权式-赋能式管理转变。员工管理不是要么管，要么不管，而是科学、技巧地管，从上级对下级绝对化的管控，过渡到激励。激励不是松散和绝对化自由，也不是只有人性化不要制度化了。激励是建立在严格的底线管理基础上的相对激励，是更科学、有效的管理，是制度化管控下灵活性与人性化相结合。

1、底线性负激励：在管理中使用百分之二十底线保障机制。
其内容主要为最基本的、最重要的公司的规章制度、文化、工作规则、责任承担、职责履行等，此类管理内容是底线，也就是管理红线，这一部分是绝对化要求，严格执行，不得违反。每一级组织在共识性遵守公司及上一级组织的要求下，可同时建立本部门、本部门、本柜(班)组底线。事先在团队中提出明确的规定和清晰的要求，与团队成员达成一致，对于不认同或反复违反的员工，直接进行淘汰。底线性负激励的运行，是以制度的执行为基准，无论是何种层次、层级的员工，无论是何种的大环境，都只能强化不能弱化。一旦弱化，给企业管理带来的则是毁灭性的影响，它是管理的根基。

2、激发性正激励：员工持续性创造力的激发是这一员工管理模式的核心。
必须从原有的以扣分、罚款、监管、检查为主的负激励负能量的管控模式，升级为以激励、激发、辅导、支持为主的正激励正能量的激励模式。

激发性正激励在员工的管理中，占比要在百分之八十以上，这是我们日百的各级管理者要转变的管理理念和模式的核心所在。我们能带出一支高能量、高能力、高创造力的队伍，定能收获高业绩、高效益的成果。不要总盯着员工的短板和错误，更多地要学会发现员工的优点、亮点，并去强化、放大，增加员工重复优点、亮点的可能性。这样每个员工的正能量、积极性、创造力就可以更大程度地被激发出来。多个员工的正能量的集合，就能带来团队的凝聚力、向心力，就可以转化为强有力的战斗力。

管理理念认知的转变，是一切变革的开始。阿米巴运营模式中“人人参与经营、人人成为经营者”的核心平台创业思想，是顺应时代发展的，它成功运行的核心正是员工持续性创造力的打造。作为各级管理者必须有深刻地认知和领会，同时刻苦学习提升员工激励管理的各项技能，我们定能打造一支更高能量、高能力、高创造力的队伍，为公司快速变革和发展插上飞翔的翅膀！ □ 商业公司人力资源总监 司玉文

让创新果实落到地

本报评论员

“小改进，大奖励；大建议，只鼓励。”董事长在年会上的这句话成为了今年的流行语，而这其中折射出的是公司长期以来坚持的务实的文化。即使是在创新这一领域，日百仍然注重实效，鼓励创新，更强调创新的落地实施。

自2011年以来，公司已经连续进行了七年创新成果奖的评比工作，并在2013年实施了《日百集团创新成果奖管理办法》，创新成果不断涌现，仅2017年获奖的创新成果就有55项。

然而，重视创新的过程中，落实推广情况显得尤为重要。不能让凝结了日百智慧和汗水的结晶躺在表彰文件和证书里睡觉。

年会上，公司明确安排，要选出一批创新成果，硬性推广。创新成果管理办公室下发通知后，各门店、部门也上报了自行选择推广项目。近期，办公室对相关项目的推广进行了调查了解，情况不一。有些创新成果项目推广落实到位，而且确实发挥了作用，提高了工作效率，如“自定义快捷键”项目的推广就切实优化了收银操作；有些创新项目在不同部门间推广情况参差不齐。记者在调查中发现，“规范销售开票十三步曲”的实际推广中，有的部门员工熟练掌握，有的部门员工了解但不熟练，还有的部门，员工甚至表示“没听说过”。这无疑反映出了各部门在落实上的差距。“公司真正想要的不是创新成果，而是通过创新成果应用，提高企业效益。”没有去真正的推广应用，创新成果就像一个好看的皮囊，只能是昙花一现。

要注意的是，任何创新项目或工作的开展，要始终坚持“务必真实、务必务实、务必扎实、务必落实”的思想。一个项目说起来很漂亮，听起来很新鲜，做起来很困难，开展起来虎头蛇尾，反而落得个坏名声，此等“贪大求洋”之举，不推广也罢。但真正为顾客谋便利，为公司提效益的项目，必须要扎扎实实地推广应用，并坚持不懈。

如此，才能算“创新果实落到地”了。



管理论谈

赛马不相马

2018年作为公司阿米巴改革落地之年，如何让阿米巴在各层级真正落地、生根、开花、结果。其实，回归阿米巴原点，答案早已揭晓：关键在于经营人心，向内求生，由相马变为赛马。董事长在年会上更是举了懒马效应的例子，言犹在耳，其中警醒意义深远。

阿米巴与其说是一套经营体系，倒不如说是一套哲学体系更为贴切。企业经营模式千千万万，优秀的文化却始终如一，而经营会计报表、ICD循环改善、业绩分析报告等，只是用经营倒逼管理的具体辅助手段。通过每月的分析报告可以分析出，影响每月业绩达到的原因到底是收入未达成？还是费用超支？有了这些工具各级已一目了然，次月工作就会有所侧重，甚至主动对超支费用项目提出改进办法。

众所周知，最大的变动费支出项目之一就是能源费，为节约能源费用的支出，门店采取了许多的方法，例如管理部门目标卡制定电费的考核，电工制定能源节约比的考核，制定各楼层巡检制度，在电费低峰期的夜间制冷降低费用等等，虽有一定的效果，但也只是冰山一角。实行业绩分析后，没有刻意地督促，也能见到微信群里经常有伙伴们的提示。有时是传一张未随手关门的图片以作提示，有时是传一张卖场设置的温度计图片，提示电工温度降低可以关闭部分风机节约费用，就是这样的只言片语、零星图片，让我们切实感受到阿米巴改革落地的效果。

如果经营意识没有牢牢扎在每一个人的心里，那么一切只能是空谈，所以重塑人心尤为重要，要让“人人都是经营者，人人参与经营”成为所有人的共识并切实付诸行动。

忧患意识这根弦需要我们每个人时时刻刻紧绷，只有如此才能在现今惊涛骇浪的环境下，蜕变发展，所以，大至整个公司，小到我们商场巴、柜组巴，甚至个人，都要在阿米巴经营哲学的指导下重新打造我们的核心武器。是硬件环境还是有竞争力的商品？是周到的服务还是便捷的通道结算？又有哪是他人不可复制的？答案只有一个：差异化，让自己成为不可替代的存在。回首我们日百三十多年的发展不难发现，就是依靠“诚信日百，不满意就退货”这块金字招牌，才能在港城人民心中树立起稳固形象。

日百金卡+、日百严选——公司主推新的销售模式，目前已成为区域内无可替代的新模式，加之公司推行的“以顾客经营为中心”落地实施的各类便民项目，不但成为同行的学习榜样，更是在顾客心中树立了良好的形象。寻求差异化就需要我们解放思想、转变观念；早时挖水沟、没事交朋友。正是由于我们始终如一的服务和“以顾客经营为中心”战略思想的坚持，所以才有了信任的力量，让消费者成为我们逆势增长的基石。传统的经营理念或者说经营管理思维方式已经远远跟不上行业的发展，唯老本的思想更是与时代格格不入。

相信，随着集团阿米巴改革的不断深入，内生动力的不断激发，更多的千里良驹必将不断涌现，为公司开疆拓土、驰骋千里，共筑百年日百梦！

莒县新玛特 董丽丽



解决空柜、消灭延期提效益

近年来，随着市场形势的变化，招商和合同洽谈难的问题逐渐显现，出现了空柜和延期利用的问题。空柜和延期合同就是资源的闲置和利用率低，就是对公司资源的浪费，这将使公司效益产生直接损失，因此必须引起全员的高度重视。商业公司也制定了“上半年要重点解决空柜、闲置资源招商，消灭非主观原因延期合同”的目标。

面对严峻的形势，百货、超市两个事业部明确责任主体，将半年度目标任务分解到月份，做到人人肩上有目标，纳入目标卡管理考核，增强相关人员的主动性、紧迫感。超市事业部成立空柜招商和延期合同小组，以提高工作的计划性和目标性；针对不同类别，如生鲜类、超市百货类、干性食品类等，以及五莲、莒县各个区域的不同情况，对于重点难点问题可进行重点突破，使工作针对性更强，更易突破；通过数据分析，创新谈判举措等。百货招商部严格按照提前洽谈的要求进行合同洽谈，加强了计划性，同时，将延期合同划分为一年以上、六个月以上、三个月以上的，逐渐消灭；针对长时间延期合同选出一些典型的进行分析，采取了策略性停止合同等方式进行解决。招商和谈判经理加强了主观能动性。

由等米下锅到找米下锅，主动走出去。百货类通过外出考察、参加订货会、品牌展会等方式拓展招商范围；超市类扩大招商范围，开展扫街撤网式招商。

与此同时，加强招商信息的交流分享，荟萃共享信息，全员招商逐渐成为主旋律。打破靠靠思想和畏难情绪，门店在招商过程中发挥了越来越重要的作用；门店自主招商效果凸显，特别是岚山新玛特、莒县新玛特在这过程中表现突出，有效的提升了门店业绩。据悉，岚山新玛特销售持续保持两位数左右的增长，这其中自主招商发挥了重要作用。

在各责任主体的努力下，延期合同情况得以大大改善，提高了合同管理的严肃性和合同效益。然而，空柜情况依然严峻，不断引进新供应商的同时，又有新的空柜产生。我们要清醒地认识到这一问题给效益带来的不利影响，开拓工作思路，坚定不移的朝着目标努力，不可有一丝懈怠。

另外，招商过程中要紧密围绕门店价值点的打造，选择符合门店定位和市场需求的品牌和类别引进，避免“填窟窿”式的招商也是应当持续注意的。

□ 本报记者 袁启

新亮点

新玛特购物广场超市调整有序进行

为适应市场环境的变化以及门店策略和价值点打造的需要，公司计划对新玛特购物广场超市进行战略性调整。此次调整的主要任务是工程性改造与后期的布局调整，以及围绕新玛特购物广场的价值点，进行商品的组合优化、日常调整、道具的升级、场景化的打造等，实现效益挖潜最大化。

在此次调整中，从陈列资源、广告资源、品牌优化、合同洽谈上多有创新。特别是在陈列资源挖潜中，针对货架、地堆、端架、挂网、柱体等六个方面进行调整，其柱体调整为此次项目调整的重点及难点，也是收益的主要来源之一。现阶段，新玛特购物广场柱体区域空间利用不充分，柱体四周利用面只有单面或双面，浪费现象严重。自调整方案制定以来，充分考虑柱体利用情况，将柱体从货架排列中脱离，形成四周均可摆放商品的新货架，由公司统一设计柱体，并在柱体上打造数个不同品类的集合店，展示商品供应商的整体形象。该调整不仅增加了陈列空间，更能深度挖潜最大的经济效益，预计整个项目可实现销售金额四十四点六万元。

在货架方面，此次调整将先期架高两米的货架，调整至现阶段的一米六与一米八两类货架，对于门店形象的提升起到了重要的作用，将有效提高了商品展示效果，拉动了门店的销售。另外，着重打造母婴专区、生鲜半成品专区、地理标志性产品专区、超市餐饮专区等四个专区；围绕门店价值点打造，通过汰换和引进，对商品进行组合，进行品牌与供应商的引进，增加超市的收益；采取对赌协议与销售保底两种形式进行合同洽谈等。

此次调整计划于8月底，先于新玛特购物广场店庆之前完成，并通过店庆这一契机，形成第一波攻势，为中秋节第二波营销活动做好铺垫。该调整项目的落地实施，将使新玛特购物广场的空间利用更加合理，提升了门店优良形象，拉动超市销售业绩，提升顾客满意度。

□ 本报记者 纪为军



用数据分析找准顾客

随着各店超市业态的调整升级，在面积压缩、品种优化的过程中，如何用数据来精准定位各店的顾客群体，显得尤为重要。我们习惯于对门店顾客的定义以年龄、性别、来店时间等维度来表述，数据以自测、估算和意向为主，缺乏真实的数据表述。例如，门店的高端、中端、低端，依靠什么衡量？百货店的衡量一般参考品牌销售占比、客单价高低对比等参数，那么超市呢？

超市要从商品的价格带说起，价格带的管理不仅是对商品宽度、深度、广度的综述，主要是用来分析顾客价格带区间的占比，这个决定了，也真实反映了阶段期间门店的真实顾客群。

商品的价格带是指同一类商品的最低价和最高价之间的区域，例如超市的方便面最低价为3元，最高价为15元，价格带就是3-15元。价格带宽度就是价格带的差值，上例方便面的宽度就是12元，价格带的宽度决定了该类别商品满足消费者的层次和数量的多少。两个超市方便面的价格带宽度都是12元，但是A超市的价格带是3-15元，B超市是2-14元，说明B超市满足的消费层次会低一些，价格带宽度体现在价格带中的品牌数，宽度同为12元的方便面，在A超市可选择的品牌数有10个，在B超市却有15个，说明B超市的方便面品牌选择余地更大。

价格带深度体现在价格带中的不重复销售价格的数量，每个不重复价格价格线。还是以方便面来举例，宽度同为12元，宽度同为10个品牌的两个超市，A超市的价格带深度为12条价格线，而B超市的深度只有6条价格线，说明B超市有很多品牌的方便面销售价格是重叠的，对消费者来说A超市的价格选择余地更大。

了解了这么多知识，下面三步来精准定位顾客——
第一步，基本数据的价格排序。系统进销存导出某阶段（月、季度、半年等，一般以月度数据分析最佳）小类的数据，保留编码、品名、销售数量、销售金额等基本数据，先按照售价进行递减排序。

第二步，确定中端、中端、中端、中端、中端5个维度。将所有售价的平均数确定为价格中端，中端以上部分再取平均数，分高端、中高端。中端以下也再取平均数，分中低端、低端。

第三步，根据各价格带的划分计算出期间的销售金额占比。对比看哪个价格带的销售金额高，即该价格带的顾客群为门店的核心顾客群，其次价格带为第二顾客群体。

接下来，要分析各个价格带的单品数量占总小类的数量比是否符合行业标准：高端20%、中高端30%、中低端30%、低端20%。会出现两种情况：

1、单品数量低于标准值，说明该价格带单品数需要补充。
2、单品数量高于标准值，说明该价格带单品数需要淘汰。
处理这两种情况的前提：该店定位的主要顾客购买价格带或次要价格带，必须加以重视和优先处理，否则，这个价格带的顾客群也会流失。其他两种情况，属于非重点关注价格带，可以根据品牌、价格线等情形进行优化。

落实公司“以顾客经营为中心”的理念，不应是感性的表达和陈述，应当用数据说话。现有系统的数据库只要加以利用和分析，会得出更多的有参考价值的报表，指导我们如何去精准定位顾客、满足顾客。

□ 超市采购部 刘祥波

通宵奋战忙调整

年会过后，莒德福岚山店迅速行动，开展一系列市调工作，找出粮油类商品在岚山市场属于优势类别，于是门店积极与采购部门沟通扩大油类用品陈列。

6月15日，门店对超市巴粮油组和生鲜组布局进行了调整。晚上不到8点，实习经理薛萍萍、各位主管和各组的伙伴们赶来，提前做好布局调整的准备工作。营业结束后我们立即行动起来，分工合作，伙伴们的帮助搬货，有的帮助装层板……

经过3个多小时的奋战，南端高层货架组装完毕，帮忙的伙伴们下班了，于是我们组员工开始安装层板。按照陈列原则，商品距层板二指，我们照着这样的标准一层层组装，离了再往下放放，矮了再往上调调，越来越熟练。紧接按照采购部上货陈列。

时间慢慢的过去了，到了夜里12点多，店总经理给工作人员准备了水、面包、西瓜。伙伴们轮流吃了点儿接着奋战。凌晨三四点钟，大家困了，也累了，工作效率也随之低了，但看到食品日化部经理王桂荣整夜和我们一起奋战，大家边聊边干也都提起了劲头。一直到了第二天早上7点，粮油区的货架商品调整已经有模有样了。

王经理让伙伴们回家洗洗吃饭休息会儿，但是她自己仍一直在工作岗位没离开，那双红红的眼睛我们看着都心疼。调整前，需要把用到的层板和立柱全部选好，王经理在物流中心选层板的时候把腿摔伤了，腿上的都是淤血，裤子也穿不上。前些天，王经理父亲住院，她只在医院陪了三天，便急匆匆回来通宵主持布局调整工作，而这已经是王经理本月第三个通宵。

通过这次调整，顾客选购商品更方便，我们的团队合作意识也有了进一步提升，相信我们一定能为公司阿米巴改革落地作出应有的贡献！

□ 莒德福岚山店 张丽



也许我们并没有想象中的那么在乎我们的顾客

新总在年会中提出以顾客经营为中心的指导思想，反思我们是不是真的以顾客为中心了？觉得自己对顾客挺好的啊，可是，业绩似乎总是不行。这到底是哪里出错了？

仔细想想，我们真的是站在顾客角度考虑问题了吗？也许我们并没有想象中的那么在乎我们的顾客。

反思我们日常如何和顾客互动的：

1、话多
很多人会认为，做销售，就要会说话，满嘴跑火车。而事实上，想做好销售话多反而不是件好事。做销售，需要找到客户的需求点，我们帮助客户解决需求，

取得信任之后，才可能成交。站在顾客的立场思考问题，多说不如多听，多了解了解顾客，针对性做增值服务。

2、欺瞒夸张
有的导购，为了拿下销售，会夸大自己的产品，穿着明明不好的衣服，却说好看。其实，这是作为一个导购最危险的做法。失去了信任，你只能永远在寻找新客户当中。销售的本质就是卖信任，卖信任就是卖人品。你的人品不好，即使产品再好，客户也不敢和你合作。反之，客户信任你，即使是产品差点，那也能通过不断做人情来达成交易的。总之，推销产品，首先推销的是自己。

3、不負責任
成交才是服务的开始，有部分销售人员，在与客户成交之后，就不去维护这些老客户了，甚至对老客户不理不睬，售后的时候推脱责任。做销售的要明白，开发一个新客户比维护一个老客户难6倍。所以，对客户不负责，不论是客户的二次开发，转介绍，还是对自身人脉的积累，都是非常不利的。让客户满意是底线，让客户感动才是最高要求。没有形成转介绍的，都是失败的！

4、没有细节
做销售的要胆大、心细、脸皮厚，这些都是成功关键词。什么情况下最能打动

客户呢？为什么说销售是一门细心活，就住住都是一些小细节，很多细节的处理，能让你在客户的心中留下深刻印象。每个细节都是你成交的突破口，所以销售人员应该时刻保持细心。

5、没有专业的知识
用较强的专业知识，证明所售的产品物超所值，才是消费者最急需的。所以别再抱怨没业绩，想想如何让自己更加专业，要知道真正导致业绩平庸的，不是激烈的同行竞争，萧条的市场环境、难缠的客户，而是不愿意面对自己的不足，缺乏改变自己的勇气。

□ 新玛特购物广场 刘丽华

创先争优 争做销售先锋

关键业绩指标排名榜

(2018年6月)

商业公司年度销售计划完成比例排名		
部门	名次	
超市事业部	日照店超市巴	1
	新玛特购物广场超市巴	2
	莒德福岚山店超市巴	-2
百货事业部	莒德福莒县店超市巴	-1
	莒德福岚山店百货巴	1
	岚山新玛特百货巴	2
	莒县新玛特百货巴	-2
	莒德福莒县店百货巴	-1

商业公司年度毛利完成比例排名		
部门	名次	
超市事业部	莒县新玛特超市巴	1
	新玛特购物广场超市巴	2
	莒德福莒县店超市巴	-2
	莒德福岚山店超市巴	-1
百货事业部	日照店百货巴	1
	五莲新玛特百货巴	2
	岚山新玛特百货巴	-2
	莒县新玛特百货巴	-1

注：以上数据由商业公司财务部提供，负数为倒数。



保质期内也会变质

6月底的一天，记者在新玛特购物广场超市内发现，陈列在售的“桃李面包”有出现霉点现象。仔细检查生产日期，发现尚在保质期内，但霉点现象已经十分明显。再查看陈列的其他面包，发现同批次的该商品还有多个已经出现霉点。

记者反馈给新玛特购物广场现场管理人员，管理人员当即对该批次在陈列商品进行了——排查，排查出十余包面包有类似情况，将出现问题的商品撤掉，沟通供应商进行处理。现场一并查看了陈列的其他面包，再无类似情况。

进入夏季，天气高温潮湿，生鲜、熟食、面包等商品难以长时间保存，易发霉变质。该面包虽未超出保质期，但因天气问题等，提前变质了。顾客发现或购买变质商品，定会引发不满甚至投诉，如果变质食物，还可能引起消化不良、食物中毒等情况，涉及食品安全，此问题不容忽视。

针对此类事件，该由谁负责呢？记者现场询问了解到，该商品供应商没有导购，供应商自己上货，日常抽空过来看一下商品，其他时间就只能由卖场经理、柜组主管等相关人员负责，结果变成了“人人负责无人管”的情况。不能及时关注在售商品，且在保质期内，仍出现了问题。

不论是什么情况下，商场经理、柜组主管都对商品质量负有不可推卸的责任。门店存在一定程度的人力缺失，各方要积极配合并解决问题，但决不能因此放松对商品质量的重视。当下，各门店、各卖场要以“强现场”为指导，高度重视商品安全问题，特别针对炎热天气下易发霉变质的商品，不囿于保质期，加强检查力度，及时发现和排除问题，避免因因此可能造成的顾客投诉等，维护门店及公司良好形象。

□ 本报记者 袁启 纪为军



送上门的生意不做？

周末，陪着女儿和外甥女去日照店购物。路过蛋糕柜的时候，两个孩子看中了柜台上的小蛋糕，都想要“机器猫”图案的，可柜台每种图案的蛋糕只有一个。我们询问柜台导购员可不可以再做一个一模一样的，满足孩子的要求。

可是导购员告知：“今天不做了，柜台上这些卖完就没了。”看着两个孩子满脸不高兴的样子，我只好哄着女儿让着妹妹，重新选一个其它图案的。女儿懂事地点点头，我心中顿觉无奈，感慨万千！

新总在2016年会上提出：在市场竞争加剧、消费疲软的环境下，一线干部员工要以“四个务实”为指导，深入落实“以顾客经营为中心”的战略思想，采取一系列举措抢夺市场。

商业公司也是紧紧围绕公司年会精神，自上而下狠抓落实，按照“以顾客经营为中心”这一战略思想扎实开展工作。可是仍有个别员工对残酷的市场竞争“无动于衷”，对公司的要求、理念“熟视无睹”。

公司2017年金卡营销模式的启动实施，2018年阿米巴改革全面落地，一系列举措的开展正是对“以顾客经营为中心”理念的一个很好的诠释。作为一线员工，直接服务于顾客，更应该时刻牢记这一点。

“以顾客经营为中心”的理念不仅仅是体现在商品上，不单单是管理级别以上人员的理念，更多的是一线员工对顾客服务的最好表现！

□ 超市采购部 滕菲

日百文化·投稿 (2018年7月)

新玛特广场	14
日照店	16
岚山莒德福	8
莒县新玛特	9
岚山新玛特	11
五莲新玛特	11
莒县莒德福	4
房产公司	3
百货招商部	2
商学院	2
超市采购部	1

日百文化·采纳 (2018年7月)

部门	采纳
日照店	2
莒县新玛特	2
岚山莒德福	1
新玛特广场	4
莒县莒德福	1
岚山新玛特	1
超市采购部	2
商学院	2
房产公司	2

约稿启事

《日百文化》长期面向公司全体干部员工及社会各界朋友征集各类新闻稿件、优秀人物报道以及涉及经营、管理、文化建设等稿件，希望大家共同关注日百，支持公司的改革发展。

同时征集散文、诗歌、摄影等各类文艺作品，《日百文化》希望大家一道，共同打造一个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！

联系方式：
联系电话：0633-8222756；
电子邮箱：rbqywhb@sina.com
内部员工可直接通过OE传至企业文化部表启邮箱。
《日百文化》编辑部

日百最美青年

PK女王朱瑜瑜：不要假装努力

以经营倒逼管理的优势，在销售业绩、顾客满意度、团队凝聚力等方面得到了完美的提升，取得了良好的效果。此项创新成果主要推广人便是本期日百最美青年的主人公——五莲新玛特服饰部经理、门店团支部书记朱瑜瑜。

刚刚从柜组巴的业绩分析会中抽身出来，利用中间的空隙接受了记者的采访。

2012年9月，朱瑜瑜加入日百大家庭，从基层做起，深耕业务，历经各岗位历练，6年的奋斗成为门店团队发展的中流砥柱。

在今年年会上，推广应用奖让朱瑜瑜喜笑颜开，她还凭借自己的实力荣获经营管理银奖。对于工作，她始终有一套自己的经营管理心得。在2017年PK赛中，朱瑜瑜带领服饰部连续八次获奖。今年，服饰部在每个月都能拿到PK奖励，在团队PK的基础上，服饰部还新增联单PK项目，上半年同比增长了9.7%，达成上半年计划的105%。所有主管、员工想尽办法制定措施抓销售，大家为了团队目标及荣誉都在全力以赴。

为了确保最终的预期效果，朱瑜瑜每月初制定PK计划，早例会及时跟员工公布部门达成的进度和PK情况、在整个门店内的排名情况。每一次PK完，她会在早例会上跟员工分享，这个月的完成情况是怎么样的。时间久了，每当分享业绩的时候，员工们既是兴奋，又是期待。

不忘初心，她始终记住自己是一名销售人员，“不要假装努力，没有结果的努力都等于白努力。”这是朱瑜瑜每次都会对员工们说的话。当然，对自己

的团队，她充满了信心。“光是我自己一个人努力，业绩还是达不到。每个人都变得更优秀，团队也会更优秀。每一个伙伴都付出了，我们才能获得成绩。大家都一致希望达到好的销售目标，心里就会奔着这个目标去努力。”

之前是团支部的宣传委员，去年5月份接手门店团支部书记，五莲新玛特店内大大小小的文艺娱乐活动，都是朱瑜瑜牵头组织。“作为青年来讲，一定要把青年的向心力、正能量发挥出来，展现出我们朝气蓬勃的形象，在我们团队也是一直向大家传递这种正能量。”

组织青年活动，倾听青年的声音，为青年着想，在工作中不断为青年创造成长的条件，成为青年的知心姐姐。针对青年团员精力充沛、思想活跃的特点，她利用业余时间配合门店组织了红歌比赛、模特走秀比赛、三八节趣味活动比赛等。她还经常利用节假日，组织青年开展志愿服务，通过开展敬老院走访、青年会员骑行、促销快闪活动等，激发了团员青年立足岗位、建功立业的热情，促进了经营管理，丰富了业余文化生活，也进一步培养了团员青年的团队意识。

“不要单纯把工作当做一种谋生手段来干，这是我们人生当中对自己的一种肯定，目标的达成就是对自己本身的一种认可。”但愿我们都能在历练中遇见更好的自己，就像PK女王朱瑜瑜，找到工作中历练的价值，传递着青年力量。

□ 本报记者 杨洋



由门店统一组织，部门与部门之间、柜组与柜组之间进行PK，最终根据结果发放PK奖励。团队PK自2017年1月在五莲新玛特服饰部推广应用，发挥

平凡的岗位不平凡的自己

“爱护荣誉要像爱护眼睛一样，对待顾客要像对待亲人一样”。这是葛德福莒县店生食部每天早上都要宣读的誓词，是每位员工时刻铭记在心中的口号和信念。

信誉、服务理念，对葛德福莒县店全体员工来说是必不可少的，但在她——生食部熟食组主管任增娥身上更能深深地体现出来，大家平日都亲切地喊她任大姐。

伴随着每日温馨的迎宾曲，超市总是最先迎来顾客。这里有顾客日常生活所需要的商品，有能解顾客一时之渴的瓶装水，也有顾客细心选购的礼盒。员工也总是辛勤地忙碌着，在平凡的岗位上重复着平凡的工作。



“您能支持我们葛德福，支持我们部门的工作，我还要感谢您呢……”任大姐一边装车，一边和某单位的工作人员说着，这是本月任大姐外拓拉到的第二位“大客户”。她总是说，“我这性格闲不住，下班没事后出去外拓，既能长见识又能认识新的朋友，说不定能拉个大客户呢。”这不，前期任大姐下定决心攻克“大客户”，每日三顾茅庐地拜访，终于功夫不负有心人，她将这笔大单成功收入囊中。该单位每天采购酱油、蔬菜、五花肉等二百多元的食材供食堂使用，一个月下来就是六千多元的销售，不仅促进了柜组的销售，更为部门的销售带来额外的提升。

四月初面食柜台开张，任大姐每天都会到竞争店做市场调研并学习竞争店面食类的各种花样。觉得面食柜台既缺人力又缺少丰富的面食花样，很难吸客。“没有我下定决心办不到的事情！”任大姐暗下决心，决定把竞争门店的这几位面食制作者“请”来。她一有时间就去与竞争店这几位面食家攀谈，告诉她们我们门店的优势，这几位面食制作者被任大姐的真诚所感动，并跟随她来到我们门店施展才华。

五月份门店自营肉上柜后，任大姐兴奋不已，急忙给客户单位的工作人员打电话“我们自营肉的宗旨就是永远卖新鲜实惠的鲜肉……大哥您先少尝一些尝尝，绝不让您后悔……”平凡中见非凡，平凡中见神奇。没有轰轰烈烈、惊天动地的事迹，有的是不投机取巧、甘于奉献的精神——这就是我们日百人的信念。

□ 葛德福莒县店 段风兰

奋进中的日百人

按照市北经济开发区建设“山清水秀、生态文明”开发区的目标，打造日照市域北部经济次中心和五莲县域经济次中心，建设“宜居、宜业、宜游”新城一体化现代化经济新区为契机，公司启动了新玛特购物中心市北店开业计划，预计10月1日开业。

为确保新玛特购物中心市北店能够顺利开业，公司上下迅速行动起来，狠抓落实。针对商业装修经验不足的短板，房产公司积极与基建部、后勤服务部等部门沟通学习商场装修。涉及到设备安装、强弱电敷设、施工需要把控的重点，我们认真总结以往商场装修出现的不足，在保证装修效果的前提下，竭尽全力降低装修费用。

例如超市灯光设计方案，如果采用最新款线条灯，虽然可以提升门店档次，但是仅此一项工程造价就需70多万元。既要保证装修效果，还要节省成本。我们会同基建部相关专业的技术人员，多次实地查看现场，结合市北店实际情况，就灯管的颜色、亮度、布置方式等进行了多次优化调整，并到华润、大润发等超市学习，借鉴学习他们优点，完善我们的方案，最终确定使用桥架加LED灯带，该方案造价较低，还能保证超市照度和装修效果，仅此一项工程就为公司节约22万元。

在工地上，大家你一言我一语地讨论着提升方案修改图纸；装修期间后勤职能部门相关领导多次顶着烈日高温，到工地现场进行布局调整等相关工作的协调沟通……

其实这只是伙伴们在日常工作中点点滴滴，类似的事情还有很多很多。大家面对困难时总是迎难而上，没有因为工作遇阻而抱怨推诿，反而是积极正面地解决问题，正是有了这份坚定不移的信心，正是有了这份执着和努力，正是有了把工作当成一份事业去做，去拼搏的精神，才形成了这样强大的团队，才能取得优异的成绩。为了实现百年日百梦，我们去奋斗吧！

□ 房产公司 许京波

员工风采

销售冠军的修成秘籍

——记2017年度十佳主管刘颖

走进新玛特购物广场，一个匆忙的身影穿梭于各个柜台之中，细心发现各类问题，排查各类安全隐患，绝不放过任何“蛛丝马迹”。然而，严肃认真只是第一印象，热情、好客、开朗才是她的标签。她就是2017年十佳主管——新玛特购物广场百货部珠宝组主管刘颖。

每日穿行于各柜台之中，这一道道穿行的轨迹犹如五线乐谱，而她正在用行动谱写最美的乐章。二十多年的风风雨雨，她早已将门店工作融入了自己的生活，成为门店柜台忠贞的守护者。

冠军的秘籍在于开朗热情

集团卡口销售冠军是刘颖的一个重要身份。突出的业绩使她成为了员工们学习的榜样，大家会在闲暇之余主动前来“取经”。现阶段，公司卡券销售常态化，在“全民皆兵”的大趋势下，刘颖已成为集团冲锋陷阵的排头兵。那么，刘颖为什么能够取得如此优秀的业绩呢？

“我的性格比较开朗、爱玩，所以接触的圈子比较广，认识的人也比较多。”每当门店举办促销活动或优惠力度较大时，她就会第一时间将“好消息”告知老客户，让优惠福利能够惠及更多的客户。

她总是不放过任何机会，在各个场合不遗余力地宣传日百会员卡。有时在餐桌上，她就会主动宣传使用日百会员卡的优势；有时在街头偶遇熟人时，她便会询问有无购买会员卡的需求。久而久之，人们便把她当做亲密无间的朋友。在门店购物时，都会选择她做导购员，成为顾客心中最放心的陪伴。

“您好，欢迎光临新玛特购物广场，请问您有什么需要？”面对顾客，刘颖总是笑脸相迎，好客、和蔼的性格，便是刘颖能够吸引到客户最主要的原因。每日反复问候，是她对于信念最顽强的坚守；主动询问顾客的



需求，并为顾客推荐最适宜的商品，热情周到，信任至上是刘颖心中坚定不移的信念。

宝剑锋从磨砺出，梅花香自苦寒来。她坦言，在卡口销售过程中，遭遇困难在所难免，但这并没有使她退缩，这与其良好的心态是分不开的。每当销售遇阻时，她总是能够摆正心态，将所面临的困难分解。如果顾客没有较强的购买欲望时，她总是另辟蹊径，说服顾客做一下先期的尝试。如果顾客在使用过程中感觉十分满意，那么，她就会抓住时机，让顾客成为日百会员卡的忠实受益者。

经营的秘籍在于勤奋努力

作为一个拥有二十余年销售经验的员工，自始至终，刘颖始终以最高标准严格要求自己。工作中，她始终最早来到工作岗位，第一时间巡查卖场，发现问题并

解决。刘颖每天的工作时间从来没有固定过，她总是将工作交接放在下班之后进行。有时，她正在家中休息时，顾客一个电话就将她带回家里回“前线”。

作为主管的她，做事就要有魄力、较真的执行力，更要有事必躬亲的态度。正是由于她的甘于奉献，使该柜组的销售业绩一直位列前茅。她总是以身作则，用实际行动感染着身边每一位员工，带领员工共同成长。管理中，刘颖在关爱员工的同时，也对她们提出了更高的要求。业务熟练、责任心强，这是考核员工最基本的标准。

“自从公司实施阿米巴改革以来，自己感觉变得更细心啦！什么事情都需要自己操心，关注每日的各类费用，而且每当做活动时，都要计算准确到每一个具体细节上，变得更加精打细算啦。”在谈及阿米巴改革时，刘颖深有感触。

改革的浪潮中，年轻人的思想给她带来了不小的冲击，她坚定地说：“和年轻人在一起时，就会感觉到自身有很多不足之处。”她表示要接受新鲜事物，打破传统，继续学习。

正如新玛特购物广场百货部经理助理白晓东所说的，“她是一个特别有干劲的人，尤其是公司实行阿米巴改革以来，她在管理与销售方面变得更加起劲了。”只有善于主动学习，才不会随波逐流，完善自我，勇于突破，做属于自己的成功者。

消极思考总会令人萎靡，而积极的思考会让人变得不甘平凡。认真思考问题，找出解决方法，这便是走向成功的一半。而另一半，正是刘颖那善于结交朋友的开朗性格，与顾客成为推心置腹的朋友，把顾客当成自己的家人来对待，以实际行动落实公司“以顾客经营为中心”的服务理念，用心待人，以客为尊，矢志不渝，甘于奉献的日百精神。

□ 本报记者 纪为军

一线观察

门面采风

总有一款适合您

7月的一天，一位身材肥胖高大的老太太在啄木鸟毛衫厅选衣服，穿了好几件都不合适，自己都不耐烦了，换完衣服后对导购员说：“算了算了，别找了，看来我是买不上衣服了。”

这时，导购员微笑着对老太太说：“没关系的阿姨，我们这还有好多其他品牌的，要不您到传媒厅看一下，那边有好多种大码的衣服，相信总有一款适合您。”随后啄木鸟毛衫厅的导购员将顾客带领到传媒厅，并第一时间告知了传媒厅导购人员顾客的需求。因为顾客较肥胖，身上容易出汗，啄木鸟毛衫厅导购人员迅速回到专柜给顾客取来一片湿巾和一杯凉开水，一起和传媒厅导购人员给顾客选取了令顾客心满意足的商品，还做了会员信息的登记。

通过了解，得知顾客因为身体原因，经常买不到自己合适的衣服，一直为此苦恼。这次终于买到了称心的商品。两名导购共同完成了此项交易，最终顾客满意而归。

现如今，市场竞争日益激烈，商场的硬件设施都可以很快解决，决定竞争胜负的关键是“软件”——就是人，确切的说人的服务水准。我们只有为顾客提供更好的优质的服务，顾客才会认可，才会对我们产生信任，才会乐意来我们这儿购物。

很多时候，一个团队所能给予一个人的帮助，更多在于精神方面。一个积极向上的团队能够鼓舞每一个人的信心；一个充满斗志的团队能够激发每一个人的热情；一个时时创新的团队，能够为每一个创造力的延展，提供足够的空间；一个协调一致，和睦融洽的团队能给予每一位成员一份良好的感觉。培养自己的团队协作精神吧，在团队中感染积极的氛围，让自己在团队中工作得更顺利，更美好！

以顾客经营为中心，真诚为顾客着想，为顾客负责，这就是我们日百人一直在做、在坚持的事情！

□ 日照店 刘晓莉

人生的意义在于磨练灵魂

我们人生的意义是什么？人生的目的在哪里？对于这个人最基本的问题，我认为必须从正面回答，我的答案是：提升心性，磨练灵魂。

人生在世，为欲所迷，为欲所困，可以说是我们这种动物的本性。如果放任这种本性，我们就会无止境地追求财富、地位和名誉，就会沉迷于享乐。

当然，生活需要丰衣足食，自由活动需要相应的资金，希望立身出世也是进步的动力，这些都不应一概否定。

然而，上述一切只能限于现世，再多也不能带到来世，今世的事情必须在今世清算完结。

如果说人生有不灭之物，那就是“灵魂”。当死亡来临的时候，你在今世所创造的地位、名誉、财产就得统统放弃，只能带你的“灵魂”开始新的征程。

因此，如果有人问我：“你为何来到这世上？”我毫不含糊地回答：“是为了在死的时候，灵魂比生的时候更纯洁一点，或者说带着更美好、更崇高的灵魂迎接死亡。”

我们降生尘世，经受各种风浪的冲击，尝尽人间的苦乐，或幸福，或悲伤，一直到呼吸停止之前，我们都不懈地、顽强地努力奋斗。这个人生的过程本身，就像磨练灵魂的砂纸，人们在磨练中提升心性，涵养精神，带着比降生时更高层次的灵魂离开人世。我认为这就是人生的目的，除此之外，人生再无别的目的。今天比昨天做得好，明天比今天做得好，

每天都付出真挚的努力、不懈的工作、扎实的行动、诚恳的修道，在这样的过程中就体现了我们人生的目的和价值。

人生不如意事十有八九。有时我们甚至怨恨神佛，为什么要让我经历那么多的苦难？但正是这些苦难才能磨练我们的灵魂，提升我们的人格。把苦难看做考验、看做机会，我们需要这样来思考问题。

能够把考验看做机会的人——只有这样的人，才能在有限的人生中让自己的生命绽放光彩。

所谓“现世”，是上苍赐予我们提升心性的一段时间，是上苍赐予我们磨练灵魂的一个场所。人活着的意义和人生的价值就在于提升心性，磨练灵魂。简单地说，就是这样！

□ 摘自《活法》



模范就在身边

曾国藩曾说：“天下古今之才，皆以一傲字致败；天下古今之庸人，皆以一惰字致败。百种弊病，皆从傲生。戒傲戒惰，保家之道也。”可以用一句话来概括：一勤天下无难事。这个道理即适合于“保家”，也符合企业管理之道。我们作为中层管理者，每天在巡场时都会发现很多问题，环境卫生、店容店貌、商品陈列等等多少总会有些问题，我们只要做到“勤”字，也可以实现一勤天下无难事。

“勤”的榜样在我们身边。6月26日早进店，当我从负一楼电梯往一楼走时，发生的一幕深深地感动了我，保洁大叔王虎正跨在南电梯和钟表柜后面的台阶上，用拖把清理货柜夹缝的卫生。正是这不起眼的、在王虎大叔觉得稀松平常的行为令我震撼。我在日常带班过程中，曾多次发现电梯与楼层货柜之间的夹缝有灰尘和垃圾，一并将情况反馈至相关部门时，部门都会推辞各种原因：无法打扫或看不见。但王虎却可以在早进店还没有开灯的情况下自己爬上去跨在电梯上进行清理。其实像这样的行为王虎还有很多，在干好四楼卫生间的卫生清理后，他还经常帮助卖场员工修理货柜、制作小拉车等，他所体现的职业道德和人格魅力让我折服。

老人常说：行行出状元。王虎打扫的四楼卫生间一直被评为优秀示范岗，曾作为各个门店参照学习的样本店。其实在我看来，如果我们每个人都像王虎一样，眼里有活，在早进店后主动拿起抹布打扫卫生，日常不忙时整理商品、梳理会员资料，回访客户等等，做个勤快的“有心”之人，我们也可以像王虎一样，成为标兵岗、示范岗、劳动模范。

让我们大家向身边的优秀行为学习，努力践行“六项精进”，让更多美好的事情在身边发生，模范就在你身边。

□ 新玛特购物广场 杨彬

一线基层

留住心才能留住人

员工是企业发展的基础，“员工关怀”是现代企业重要的一个部分，是影响员工态度、行为和绩效的重要因素。一方面，通过良好的关怀机制，可以提高员工工作积极性、归属感和忠诚度；另一方面，通过尊重员工、关怀员工的工作和生活质量，可以降低员工由于工作压力带来的焦虑、无助感，大大地降低离职率。

一、从提高员工的归属感为出发点。努力构建“家”的企业文化，让员工在企业中感受到“家”的温暖。像门店里设立的“员工之家”。为员工提供一个可以休息、温馨的用餐环境，员工不用坐在楼梯口用餐；炎热的夏季，为员工煮一碗绿豆汤，一个小小的举动，大大提升了员工幸福感；利用早例会时间共同进行《一家人》手语操，举办交流会，伙伴们共同分享一些感恩、感谢的小日常。只有全身心地为员工着想，员工才会全身心的奉献企业。

二、多关注员工，尤其是新员工。新员工进入到新的工作环境中，常见问题是“水土不服”，难以迅速适应新的环境和融入新的团队，进而导致工作状态不佳，心理压力增大，工作效率低下。因此，新员工是员工关怀中需要特别关注的一个群体，尤其是要加强新员工对新角色的转变，以及不同的企业文化的融合。无论是新晋导购员，还是新晋的基层管理者，我们要关注员工的困惑，关注员工的思想动态。另外，还要重视员工的职业规划。企业应协助员工规划其职业生涯发展，并为员工提供必要的教育、培训、轮岗等发展机会，促进员工职业生涯目标的实现。让员工融入企业文化中，才能发挥最大的主观能动性。

其次，更要关注离职员工的原因。上个月鞋包组有位已经工作了5年多的导购员提出离职，通过了解，得知他的父亲得了重病情况并不乐观，最后都被扔在了排面的后方，只有当顾客提出需要的时候才会拿给顾客。怎样将叉子放到一个显眼的位置，方便顾客拿取的同时还不影响排面的整体美观度呢？在经过柜组员工反复地实验后，利用一个透明的小盒子，粘上两个眼，用扎丝栓到层板上，将小叉子整齐的摆放在盒子里。这样既保证了安全，又方便了顾客拿取。写上提示牌后，更是显眼又美观。

三、注重正激励。在日常工作中多几分鼓励、赞美、表扬，少一些责骂、训斥、冷漠。实践证明，赞美是职场关系的润滑剂，赞美比批评更容易让人接受。加强与员工的沟通，多倾听员工的反馈，重视解决员工遇到的问题，重视员工提出的意见和建议。充分挖掘员工自身的优点和潜力，让员工保持自信自律自律的工作风格。

无论是哪个级别的员工都是公司重要的组成部分，用心经营好每一位员工，要注重根据员工个人能力、职业素养、性格爱好等将合适的员工安排到合适的岗位，建设健全人才培养体系，利用清晰的岗位晋升规则鼓励员工，实现人尽其才，人尽其用，适才适岗。

新岗位 新体验

2018年5月13日我调到了日钢便利店，领导的谈话，让我感受到公司交给我的责任。日钢便利店是我们日百与日钢进一步合作的纽带，做好经营，提升服务是我们现在以及将来一直要做的。

虽然经营面积不大，但是面临的问题很多，订单流程，验收流程，顺款流程等都是我需要学习掌握的，卖场内商品的价格较乱，陈列不协调，货源不到位，缺失的品项较多，招聘的理货员业务不够熟练等等，问题很多，一时没有了头绪，不知道如何下手，于是与店长反馈，及时得到了店总的指点与支持，开始了便利店新模式工作。

一边学习一边以最基础的工作抓起：商品调价工作，建立档期调价本，由值班班伙伴负责价格的调整；陈列我亲自做，做好示范排面，让员工现场学习，以同样的标准要求自已；对排面进行区域划分，责任到人，每天反馈缺货商品，统一订单补货；建立商品缺货登记表，及时了解顾客需求及时反馈引进；下午四点半是交接班时间，我会集中开个短会，统一思想，制定工作目标；店内进行全面更换装饰；员工统一金卡+工装……

工作在稳步的推进当中，但是仍有诸多问题，例如销售提升的不明显，其中烟类的销售每天的占比在40%左右，由于烟草公司的问题，烟数量，导致频繁出现畅销烟的缺货，影响形象与销售；购物袋的收费，他们不认可，于是申请为顾客提供便民购物袋；商品的价格零头，顾客也是不满意，于是针对日钢消费的特殊，进行申请价格取整，逐步落实中，会员卡金卡价，他们觉得不合理，但是我们在慢慢的引导，会员每月增加100-150元左右。

面临的问题虽然很多，但是我会一件一件去整改，去落实，提升日百形象，提升顾客满意度，同时增进日百与日钢的友谊！

□ 万德福岚山店 苏艳虹

感恩于心 回报于行

有人说：成功的第一步就是先存有一颗感恩之心，时时对自己的现状心存感激，同时也要对别人为你所做的一切怀有敬意和感恩之情。

经过一轮轮的面试，层层筛选，2017年8月我正式进入了日百集团，成为了这个大家庭中的一员。开始的时候，对于这个陌生的地方，充满着好奇、忐忑，还有一些期待。作为后备人才，公司给予了很多的资源，着重对我们进行培养。岗前培训，让我更加了解了日百集团的企业文化。在女装轮岗的过程中，我有幸遇到了一位优秀的导师——刘丽华。在日百工作了30多年的她，时常用自己的事例告诉我们，在工作中一定要沉下心来，一步一个脚印。日百集团对于她来说，就像第二个家一样，那种归属感也许现在的我还没有那么深的体会。从她的身上，我看到了老一辈日百人的那种日百情怀。正是由于感恩，让员工们愿意用最大的努力来回馈公司；而现在的年轻人，也恰恰缺乏的是这种感恩之心。

记忆最深的就是为期七天的封闭培训。在这次培训过程中，使我深深的体会到团队的力量，商学院组织课程的团队力量，各部门精英前辈们耐心为我们授课，他们每个人身上都有独特的闪光点，学习他们身上的优点，逐渐积累经验，在短短几天里快速提升自己。这种自身的突破不是随便的生理项目就能够达到的理想效果，通过对项目的精心设计和导师的职业能力最终真正能够实现个人某些缺点向优点的转化，于此同时也能够体会到个人能力的发展潜力。公司花费了人力物力，为我们提供了一次这么难得的培训机会，让我们证明了自己，超越了自己。

现在一些年轻人，过于眼高手低。刚开始工作就抱怨这份工作怎么不好，太累、没时间、工资低……在大学里，老师曾经对我们说过：“如果你的第一份工作，工资很好，那是你的运气好，应该好好工作回报你的公司；如果你的工资不理想，先不要抱怨，要懂得在工作中不断提升自己。”我觉得这段话适合现在刚踏入工作岗位的我们，或许每一份工作都无法尽善尽美，但还是要懂得感恩，感谢公司提供的平台、资源，感谢领导同事的支持、帮助。

前几天在商学院微信平台上看到这么一段话，我想分享给大家，“受人恩惠不是美德，报恩才是。当人拥有感恩之心的时候，美德就产生了。”不要以为工作是平淡乏味的，当你满怀感恩之心去工作，你就很容易成为一个品德高尚的人，一个更有亲和力的人，一个有着独特魅力的人。

日百给予了我们丰厚的资源，为我们提供了展示自己的舞台。我们要做让企业放心的员工，首先要苦练内功，认同企业文化，学习技能，提升自我；另外，就是要尽自己的绵薄之力，敢打敢拼，勇于创新，为企业注入新鲜的血液，贡献自己的力量，实现自己的价值。

□ 新玛特购物广场 胡梦文

小创新 大改变

炎热的夏季，清凉的水果罐头给人们带来了一丝凉爽，可是细长的瓶子让顾客在食用时变得很麻烦。这一问题困扰了粮油组员工很长时间，如何为顾客着想，方便顾客呢？



新品牌芝麻麻罐头上柜后，一直有勺子赠送，每次绑上勺子后都会很快销售完毕。得到这一启发，柜组导购员魏欣想到：其实每次来货的时候，很多单品都会或多或少的配一些塑料小叉子，只是由于叉子比较小，不方便放在货架上，最后都被扔在了排面的后方，只有当顾客提出需要的时候才会拿给顾客。

怎样将叉子放到一个显眼的位置，方便顾客拿取的同时还不影响排面的整体美观度呢？在经过柜组员工反复地实验后，利用一个透明的小盒子，粘上两个眼，用扎丝栓到层板上，将小叉子整齐的摆放在盒子里。这样既保证了安全，又方便了顾客拿取。写上提示牌后，更是显眼又美观。

盒子虽小，但却得到了顾客的肯定。我们做的每件事都站在顾客的角度，坚持“以顾客经营为中心”的理念，小小的创意，却能带来大的改变！

□ 岚山新玛特 王婕

碎片时间巧利用



的效益。

实践证明，公司各项创新成果的推广应用在方面发挥了重要的作用。例如，员工早进店前的碎片化时间浪费，员工在等待进店前的时间里无所事事，只会三三两两地凑堆、看手机等，从早上开始就是一种散漫的状态。随着创新成果《早进店前十分钟巧利用》的推广，员工碎片化的时间可以开展打羽毛球等活动，也可以做团队活动提升凝聚力。有些门店还会教员工手语操、解手环游戏等，提升团队凝聚力的同时，丰富了员工生活，也向社会展示了良好的企业形象。再如，公司在推广推广东来便民服务站后，各个门店在落实中结合实际，做了更深入的创新应用，提升了顾客满意度就是增加我们的销售成功率，提升业绩。

公司创新成果的评选和表彰只是一种激励，激励的目的是让成果落地，也只有成果落地后才会迸发出势如破竹的生长力量。

□ 日照店 刘瑞淑

创新是一个企业生存和发展的灵魂。公司历来重视创新工作，但仅仅创新不是结果，创新落地才是最根本的目的。只有将创新成果落实到实处，才能给公司带来实实在在的效益。

对于一个企业而言，创新可以包括很多方面：技术创新、体制创新、思想创新。简单来说，技术创新可以提高生产效率，降低生产成本；体制创新可以使企业的日常运作更有秩序，便于管理，同时也可以摆脱一些旧的体制弊端；思想创新是相对比较重要的一个方面，领导者思想创新能够保障企业沿着正确的方向发展，员工思想创新可以增强企业的凝聚力，发挥员工的创造性，为企业带来更大

看得见的成长

一周精进打卡已经让我们感受到自己的成长，感谢有这样的一个机会接触到“六项精进”，它使我们找到了遇见更好的自己。更加感谢精进的路上有你我，有家人们的相依相携，才使得成长伴着喜悦！

精进的路上，最成功的那个人一定是最能坚持的，而一个人自发地坚持需要巨大的勇气与耐力，往往也是难以达到的。所以我们才会对戒烟与减肥成功的人倍加赞赏。精进打卡就像红绿灯、绿灯行的十字路口，规则是为了保护通行安全的人们，遵守便等于没有束缚。打卡不过就是个形式，是为了提醒与督促。如果我们志愿成长，它便是我们日益精进的法门，同时也是我们成长的足迹。借助精进打卡这一外力，借助“家人”的力量，让我们挽起手，一同见证彼此的成长，让爱与喜悦铺洒在成长的路上！

□ 商学院 曹魏

六项精进的内在联系

问：关于《六项精进》你知道多少？为什么是这六项而不是其他的？

答：稻盛先生论述的这六项精进之间存在着内在的联系。我们说没有人是随随便便成功的，当一个有一定能力的人持续“付出了不亚于任何人的努力”，他一定会取得某种程度的成功。

而人一旦成功，就会骄傲起来。这一点简直就是规律，连伟人似乎也免不了。所以紧接着第二项就是“要谦虚，不要骄傲”。稻盛先生在京瓷公司高速发展、事业风生水起的时候，曾连续两年提出“要谦虚，不要骄傲、努力努力再努力”这句口号。然而，即使自我告诫“要谦虚，不要骄傲”，人在不知不觉之间还会傲慢起来。

所以第三项就是“要每天反省”，这是稻盛先生每天必做的功课。按照稻盛的经验，一个人无论达到了多高的境界，如果忘记了反省，就难免堕落。所以稻盛先生坚持实践每天反省这一条。

反省的结果，会知道自己并非完人，自己一个人的能力总有限度，正所谓孤掌难鸣，事业的成功是靠了众人的努力和协助，所以应该对周围的一切由衷表达感谢。所以第四项是“活着，就

要感谢”。

既然“活着，就要感谢”，那么活得这么幸福、活得这么有滋有味、有声有色，当然更应该感恩不尽。感谢之心哺育人的道德根基。感谢之心并不是仅仅停留在口头上，必须落实到行动之中。所以第五项就是“积善行、思利他”。感谢之心自然而然生出报恩之心、利他之心，就是积善行、帮助他人之心。“积善行、思利他”是人最高贵的行为。

实践了这五条，烦恼就会大大减少。但人毕竟是烦恼的动物。我们生活在充满矛盾的现实社会之中，我们是血肉之躯，具备本能的欲望，所以还是难免烦恼纠缠。所以第六项便是“不要有感性的烦恼”。正因为有烦恼，剪不断、理还乱，因此，稻盛先生告诫我们“不要有感性的烦恼”。

尽管如此，有时我们仍然难免烦恼，怎么办？那就去付出不亚于任何人的努力吧！让自己没有烦恼的时间和空间。这样，六项精进新一轮的循环就开始了。如此周而复始，就是人生最好的修练。

□ 商学院 曹魏 推荐

让日百实现最美好

“付出不亚于任何人的努力，要谦虚，不要骄傲……”在“六项精进”的朗诵中，我们开始了一天的工作。

每天早上朗诵“六项精进”，不但使我们牢记“六项精进”，它也不断提醒和指引我们该如何做才是最好，它也能给予我们信心和力量。正是这信心和力量，我们才能攻坚克难，登上一个又一个高峰。它不但烙印在我们的脑海里，也渗透到我们的每一个行动中，在我们的身体力行下，正迸发出无与伦比的力量。

这天，生鲜一巴巴长王君艳收到了顾客的感谢锦旗。原来顾客在购买菜时将钱包不慎丢失，内有4000多元现金，还有妻子住院的各种单据以及其他票据。顾客说：“我都没想到丢的东西还能找回来，真是万分感谢。”这是日百人对“积善行，思利他”的最好诠释。帮助别人等于帮助自己，日百的员工们，时刻把帮助别人等于帮助自己的信念记在心上，为顾客送温暖，赢来微笑赞誉！

钟表柜员工徐蒙蒙在7月初短短几天的时间，金卡销售近1.3万元，远远地超过了个人销售目标。她说自从每天诵读和学习“六项精进”后，不管在工作还是在生活中都

有了很大的改变。这改变，不但使她的工作变得井井有条，应对问题更是从容不迫，表现在业绩上，金卡销售不断有新突破。看到她一言一行，那是满满的正能量！

只要付出不亚于任何人的努力，金卡销售难关一定会突破，她不断给自己鼓励。在别人休息时，她去推销卡券；在别人逛街娱乐时，她去推销卡券；在别人发愁时，她不断沟通老会员顾客，拓展新会员；利用一切的可能，把卡券分享给周围的家人、朋友和陌生人，让越来越多的顾客收获金卡+商品的实惠，让越来越多的顾客和日百金卡结缘。功夫不负有心人，她做了，也一并收获了。

“六项精进”使门店也有很多新变化：你会发现更多的弯腰捡起垃圾的背影；发现更多随手拧紧水龙头的手；更多帮顾客送货及服务的身影。有序的商品陈列、此起彼伏的喊卖、卖场忙碌的身影……“六项精进”如丝雨、如煦风，让整个门店活了起来，更具生命力和创造力，那么欣欣然。

“六项精进”让我们遇到最美好的自己，让日百实现最美好的它。努力，奋斗，幸福。

□ 莒县新玛特 赵淑妍

鹏程

一开始还没想太多，两天以后就开始反省自己，工作上、生活上，然后就一点点去修正，感觉精进打卡使我能看到自己每天的进步，每天也就更加努力。

娟

每天打卡使我发现生活中的善，从而更加感恩，感恩生活，感恩那些为我付出的人，也让我更愿意去付出；督促提醒自己的学习与进步。我的志愿是每天学习《人力资源管理》这本书，在每天打卡的“监督”下一直坚持着，如果没有这个志愿或者不去打卡肯定很难坚持；反省自己，及时的修正，让自己变得越来越好。

敏敏

每天拿出专门的时间反省很难坚持，虽然知道自己对自己有好处，现在每天打卡的过程就是反省的过程。回顾一天的工作，回想一天中遇到的人与事，哪里可以提升、改进，对自己成长很有帮助；打卡过程中让我更多的理解与包容，同一件事不同的人看到的不一样，往往是角度不同，理解了这点也就更多理解同事、家人，就更有包容心；在大家分享中找到了自己的差距与努力的方向。

曹魏

坚持精进学习打卡一周，以上是商学院的家人们聚在一起分享收获与感受。