

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.rbaigroup.com Email:rbqywhb@sina.com
2018年11月30日 星期五 戊戌年十月廿三 第12期(总第191期) 本期四版

深化改革落地 实现转型升级

——商业公司2019年工作规划研讨会召开

本报讯 11月27日,商业公司2019年工作规划研讨会在海港城二楼会议室召开,会议由集团副总裁、商业公司执行总经理张守岩主持,集团及子公司高层、各门店总经理、部分职能部门代表参加会议并发言,集团董事长、总裁靳照出席并做了重要讲话。

会上,围绕2019年商业公司年度经营工作,各门店就明年工作的重点、创新突破点,以及如何贯彻落实当前重点工作分别进行发言。如,新玛特购物中心打造区域性标杆品类;日照店生鲜巴整体布局与结构优化调整,吸引客流;岚山新玛特微信营销与社区营销,开拓市场;莒县福源山店加大招商力度,品牌引进与汰换提升效益;莒县新玛特实行分区定岗定责,加强安全管理;莒县福源山店生鲜经营全面升级,完善经营品类;五莲新玛特加强与学校合作,确保人才输送等。信息部、财务部、人力资源部及采购部、事业部经营管理部等职能部门结合各自职能,分别谈了2019年的工作重点、服务和支撑商业公司经营管理工作。完善信息系统各类报表,升级薪酬激励机制,提升阿米巴核算效率,贯彻落实阿米巴改革等措施具体可行。

集团及子公司高层从各自分管工作入手,就各模块2019年的重点工作和规划思路进行了发言,发言针对当前经济发展形势,结合公司经营实际、核心问题,突

出了明年各项工作的重点和改革创新点,另外各高层分别就加强会员维护与管理、合同拆分深入挖潜,积极开拓团购业务、信息系统升级完善,大批引进管理培训生及储备干部限抓人才梯队培养与储备,持续开展文化活动加强企业文化建设,抓好设施设备管理维护安全运营、强化监督审计,以及认清零售本质、服务本质,实现业态转型与升级,围绕“进、销、存”各环节认真分析优劣势精准施策,深入推进阿米巴改革,多渠道融资提高现金流,积极探索线上发展等方面提出了针对性极强的举措和建议。

发言过程中,靳总不时询问了解,做出点评,指导各模块理清思路,抓住重点,分清主次,本着务实的精神,重点围绕如何提高经营效益开展工作。如抓住重点、先后缓急,合理安排自助收银、电子合同等创新性项目进度;新系统使用重视个人自身学习,不断提高各级业务技能水平;新玛特购物中心坚持自身定位及价值打造实施品牌升级;小投入、重回报,逐步完成日照店部分区域调整升级等。

大家发言结束后,靳总做了重要讲话。靳总从顶层设计出发,指出,2019年的重点工作是要对资产结构进行适时地调整,提高资产和资金的利用效率,充分利用现有的各类资源。开发区项目主体要动工,莒县文化

广场、山海天正德大厦、山海天培训中心等各项目都要利用起来。各门店店内空间资源、所有的设施设备也要充分提高利用效率。

靳总特别强调,要突破传统的超市加百货的经营模式,向利润高的品种、品类、品牌、专柜、专区,向利润高的业态、专业、模式转化调整,实现转型。以盈利和利润最大化为目标,充分挖掘资产、资源效益,通过一系列的举措,将资产使用上升到新的水平。

同时指出,要抓好会员管理。会员工作抓好了,就是落实“以顾客经营为中心”的经营战略,就是抓住了工作的“牛鼻子”。公司2018年的关键词是事业部、阿米巴、全员营销,2019年要再加两个关键词:转型、会员。靳总提出的五个关键词,为公司2019年工作指明了方向。

会议强调,各级各部门要紧紧围绕2019年经营目标任务和会上确定的指导思想,深刻理解和贯彻落实好靳总讲话精神,结合自身的工作职责,抓住核心工作,列明工作计划,紧跟踪、严考核,狠抓落实。

目标和思路已经明确,广大干部职工要坚定发展信心,突破难点,创新亮点,全面提质增效,圆满达成2019年各项工作任务指标。

□ 本报记者 袁启 支惠

高层论点

我们如何才能赢

转眼间我们又到了一年一度编制预算的时间,在这个承上启下、继往开来的时点上,展望即将到来的2019年,我们需要深入地思索:我们如何才能赢?

战略其实就是对如何开展竞争的问题做出清晰的选择。在思考战略的时候,我们要考虑尽量提供与众不同的商品和服务,让顾客离不开我们。若要在一个大众化的商业环境中取胜,我们必须要在质量、服务、成本等方面掌握控制权,从而在极端激烈的竞争中赢得胜利。预算不应该演变成一场上下级之间闭门造车的博弈和数字游戏,而是应该共同关注外面的世界,共同研究现实中的机遇和困难,充满勇气和热情地为明年的工作确立一个反映“最大努力”的运营计划。

以顾客经营为中心,持续为顾客创造价值。要让你的顾客保持粘性,一个主要办法就是满足和超越他们的期望。超越现有需求,是实现价值创新的关键一步。竞争越是激烈,商品和服务的个性化程度就越高,我们应该把精力放在全力为买方和企业自身创造价值飞跃上。要想实现价值创新,我们不仅要决定增加和创造哪些元素,还要决定哪些元素应该剔除或减少,以构建一条另辟蹊径的价值曲线。我们要反思:当前的商品结构和品牌结构符合我们的价值点定位吗?是否能满足目标顾客的需求?顾客在使用我们的产品或服务的前前后后,我们都清楚吗?在使用之前、之中、之后都是怎样一种状况?我们能找出那些令顾客烦恼的难点吗?我们如何通过采取一些措施来消除这些难点?

正确地执行战略,还意味着让人和工作匹配起来。适合在这个行业奋斗的人是勤奋、严谨和关注细节的。公司的每一位员工都希望被倾听、被尊重,我们要通过层层召开的业绩分析会,通过组织类似形式的自由交流的业务讨论会,让企业的每一个头脑都融进我们的事业中,激发员工的潜力,实现人人都是经营者。我们的业绩分析会是否让我们拥有了员工的大脑和智慧?最好的实践经验对于落实战略是关键,如果不能不断地加以改善,它们还将变成可持续的竞争优势,这就是我们为什么要坚持做TCD改善的原因,我们在日常一线的工作中,是否做到了敏感地观察变化、打破自己思维里的旧框架、更有创意地解决具体问题了呢?

企业要想在商业竞争中生存下去,要想“赢”,就必须拥抱变革和创新。持续性发展是一个企业所面临的最大挑战,我们要尽最大的努力提高效率、优化流程、进行成本与费用的控制。在过去的一年中,我们进行了阿米巴的经营改革,每一个阿米巴实现了独立核算、自负盈亏和有机成长;我们实施了信息系统的升级项目,优化了业务流程;我们推进了门店的装修改造,使得门店的购物环境更加契合门店的价值点打造和提高顾客购物体验。开创新事物是企业成长最有效的途径,来自企业内部的成长是伟大的。

希望我们的经营能够像街边的小店一样,有够快的速度、灵活的反应和开放的沟通气氛。让我们关注市场、关注竞争,发现所有可能的业务增长机会,为明年制定一个充满开拓精神的运营规划。相信自己,相信集体的力量,每个人都要发扬“我能行”的精神,为所有可能做到的事情付出不下于任何人的努力,以“四个务实”的行动力交出一份动人的、远远超出预期的业绩。

□ 集团财务总监 孙淑芬

双节活动齐发力 实惠暖心享不停

——系列活动发力预热年末市场创佳绩



的线下营销活动,吸引了广大市民们的关注。

本次活动日百会员购满百元超市类或百货类商品,即立减11元的超值优惠。卖场内超值商品琳琅满目,顾客在优美环境中购物的同时,又能感受到优质的商品和实实在在的价格。

寒冬将至,伴随着气温的下降,各门店为广大顾客递送温暖的温暖,保温杯系列、电热毯等冬季保暖类商品,均享受第一件原价,第二件低折扣的超值福利。不仅如此,多款服饰及家居用品纷纷让利,举行丰富多样的折扣活动,为广大顾客在寒冬中送去一丝温暖。

与以往活动不同的是,本次活动采用话题营销。前阶段,支付宝锦鲤可谓是“火极一时”,现象级营销方式火速全网,广大网友热情高涨,纷纷参与其中。但支付宝锦鲤的幸运儿只有一人,未中奖者难免大失所望。错过了支付宝锦鲤,日百锦鲤为你圆梦,发起“全程寻找日百锦鲤”活动,只需购满规定金额,即可参加现场抽取幸运锦鲤。广大市民纷至沓来,现场人山人海、摩肩接踵。每晚七点开奖之时,顾客们都围在门店总台,激动地等待着抽奖结果的宣布,成为“日百锦鲤”的幸运儿可以获得大额的日百会员卡。此次活动为广大市

民带来福利的同时,更能让其感受到日百所带来的暖暖心意。不仅如此,门店还在总台处设置了红包墙,顾客只需将活动内容转发至朋友圈,即可抽取幸运红包,中奖率100%。

本年度双十一狂欢节超市类商品同比增长21.33%,百货类商品同比增长9.61%。

初冬的天气愈发寒冷,11月22日-25日,恰至感恩节,商业公司举行了“感恩有你 温暖有利”的营销活动,紧扣感恩主题,感恩即为感恩,报恩之意,为感恩老顾客对日百的不解支持,日百会员持卡购满规定数额商品,即可领取日百为你准备的暖冬精美礼品。不仅如此,感恩节期间,超市生鲜食品,火爆开抢,多款生鲜食品类商品纷纷让利,惊喜商品最低低至6折。根据季节性,围绕冬季滋补、火锅配料、民生商品为主,洽谈爆款商品,洽谈要确保优惠力度有较大吸引力,爆款商品冲破价格极限。百货类商品纷纷推出“寒冬感恩价”,部分商品低至一折,并尊享10倍积分。

感恩节依旧紧跟潮流,为广大抖音迷们带来福利,活动期间,在日百门店拍摄含有日百logo、感恩节活动内容的小视频并编辑相关文字,上传至抖音,点亮小红心,并根据小红心数量,前三名领取金卡大奖。

超市、百货事业部纷纷出招,各区域门店齐发力,销售业绩飘红,为12月的年末市场预热,也为冲刺年度目标奠定了坚实的基础。

□ 本报记者 纪为军

不忘初心 定能行稳致远

本报评论员

当下,年关将至,我们即将迎来年终盛典、年末冲刺等一系列重大的营销活动,事业部、各门店也将开展形式多样的营销创新,抢抓节日市场。但无论怎么创新,“以顾客经营为中心”的战略思想不会改变。围绕顾客需求,为顾客提供高质量的商品、优质的服务,这才是商业的本质,走得再远,初心不改。全面深化改革要和高质量发展相匹配,须刺激员工的主观能动性,追求更高更好的服务效率,方可劈波斩浪,扬帆远航。

做到不忘初心,就要从思想上坚定信念,在行动中坚定维护,做到对商品质量的把控不放松。不光一天、一星期、一段时间做好,需要持续做好这项工作,坚守商品质量这一红线不动摇。那么如何才能做好商品质量呢?不仅要做好供应商索证取证等工作,还要把好质量验收、抽检关。特别是年关将至,春节旺季即将来临,超市内来货量大,促销单品多、赠品多,但绝不可因此,而忽略质量关,更不能出现以次充好的现象。

其次,必须要选择选销对路的商品。根据不同区域市场、节日特点,每个区域、每个门店都要去组织符合自己门店市场定位和顾客需求的商品,既不能千篇一律,搞一刀切,也不能贪大求洋。例如,低价商品不一定能适合高端商场;高档产品在县乡区域门店销售可能会碰壁。另外,要细心体察市场温度,多弄脑筋,与时俱进,不因循守旧,不能往年做什么,今年照搬照抄。

“以顾客经营为中心”,服务是立根之本。为顾客提供热情周到的服务始终是日百坚持不懈的信条。作为服务的实际操作人员,一线员工就是一张展示日百服务质量的名片,要真诚对待顾客,切勿顾客买东西时笑脸相迎,否则就是冷眼相对。更重要的是不断提高自身的专业技能,特别是对商品知识的熟悉,以及对顾客需求的分析。各级要借助早例会、卖场内日常巡视巡查等机会,多方面、多层次地和员工交流、辅导,提升专业技能、销售技能、服务技能。日常,员工要注重基本功的养成以及专业技能的提升,多练习一些销售的话术、FAB法则的应用等,有利于对自己所负责商品进行推介。当然,虚假宣传,为了达成销售夸大其词也是不可取的,要客观准确的为顾客提供专业的意见。只有坚持把自己打造成专业的导购人员,有能力把合适的商品推荐给顾客,才是真正的服务。

只要每位日百人都能保持初心,坚守商业本质,用勤奋和智慧,认真落实好“以顾客经营为中心”的经营战略,一定能在年末冲刺和春节旺季市场中取得佳绩,也一定能够行稳致远。

五 月 谈

新闻30天

公司参加省商会评比获佳绩

本报讯 11月20日,山东省商会2018年五届一次会长办公会召开,会上推选产生山东商业先锋门店等多项荣誉称号,最终,新玛特购物中心荣获“山东商业先锋门店”称号。

11月28日-30日,山东省商会“山东商业先锋店长”个人演讲答辩活动开展。经过个人精彩的演讲答辩,商务厅考核,新玛特购物中心五莲店总经理冯玉获得“山东商业先锋店长”荣誉称号,新玛特购物中心总经理张永勤获得“山东商业优秀店长”荣誉称号。

本次活动以“融合改变命运 创新引领未来”为主题,由山东省商务厅、中国商业联合会提供支持,由山东省商会主办。评选活动范围广泛,参选单位人员众多,是山东商业极具影响力的评选之一,多项荣誉的取得,是社会各界对公司各项工作的肯定。

□ 本报记者 纪为军



日百工匠参加市总工会“工匠训练营”

本报讯 11月26日-30日,公司两批“日百工匠”中9人,参加了市总工会组织开展的“工匠训练营”暨一线职工疗休养活动。

活动期间,工匠们先后到白鹤湾小镇、刘家坪茶园、太阳城庄园、五莲山、九仙山等地参观。听取了首届“齐鲁大工匠”徐玉金的报告会,参加了心理健康讲座等活动。此次活动,使工匠们的身心得到了放松,体现了公司对工匠的重视与关怀。

□ 本报记者 纪为军



公司再获省级守重企业荣誉

本报讯 11月27日上午,市人民政府新闻办公室新闻发布会,会上发布了2016-2017年度省级“守合同重信用”企业公示工作情况。日照百货大楼有限公司荣获省级2016-2017年度“守合同重信用”企业公示资格。

多年来,公司始终坚持将诚信建设放在首位,坚持依法诚信经营,保持企业良好信誉,传递诚信正能量,为建设规范健康的社会诚信体系贡献力量,已连续多年荣获省级“守合同重信用”企业荣誉。再次荣获省级“守合同重信用”企业称号,是各级工商管理部门以及业界对公司经营管理、合同管理、信用管理等方面的充分肯定与支持。

省级“守合同重信用”公示企业,是经审查,符合公示条件并通过山东省工商行政管理局网站公示的企业。

发布会上,市工商局对公司等获得省级“守合同重信用”公示资格的部分企业进行授牌表彰。

□ 本报记者 纪为军



信息系统升级顺利切换上线

信息系统升级项目作为公司2018年度重点项目，经过前期的立项调研、典型用户考察、业务需求梳理等一系列准备工作，于2018年6月正式启动。

为了满足公司在互联网+环境下的快速发展，针对事业部运营下不同业态对信息系统需求的多样性，提升信息系统软实力，我们引进了全渠道会员系统、数据中心等多套业务系统组成的整体解决方案，经过项目组及业务相关部门的积极推进，新系统于11月1日正式切换上线，上线后系统运行正常，整体运行情况良好。

此次系统升级项目涉及范围特别广，关联部门特别多，沟通内容特别繁杂，公司领导高度重视，实时调度协调，各部门通力合作，确保了系统顺利切换。

本次系统切换超市系统20000多个单品，需要采购部对商品价格、厂商信息、合同信息、产地、税务分类等逐一做了梳理，在市北依河园开业和中秋营销活动等多项业务的重叠情况下，整理商品资料，做了大量后台工作。百货系统需要对百货门店的所有专柜进行建档

并录入合同、商品和专柜的对照关系，很多初始化工作需要手工录入。

在系统切换期间，两套系统并行运行，财务部门、合同管理部工作量也是成倍增长。信息部提前一个多月开始连轴转，在系统切换期间，门店计算机维护人员连续在岗，期间没有任何一个人因为个人原因离岗。软件丰富基金也协调了20余人在项目上，切换期间华东大区实施总监察亲临现场指导。

各业务部门团结一致，攻坚克难，从商品资料整理、合同梳理、扣点模式、支付方式、订单、验收单、配送单、返配业务处理，到商品过机测试、打印机及电子秤调试、卡券切换、商品盘点、退货业务、结算业务等，确保基本业务流程中每一个环节没有问题。期间对业务流程反复梳理、论证、模拟，其中仅卡券切换方案就反复论证模拟演练了20多次。

通过本次系统升级，提升了商品类别管理、专柜管理能力、卡券销售管控、财务业务自动处理等方面的能

力，提高了费用核算效率等。伴随整套业务的上线，将有效推动会员管理能力的提升，逐步满足全渠道营销的业务需求，加快移动办公、自助收银等业务的应用，提升对阿米巴业务的支撑。

信息系统升级已经顺利上线，但仍有许多待完善的部分，如自动补货业务、预销售业务、会员卡价业务等，需要加强与软件公司及门店业务一线的沟通，整理并出具有效解决方案，在满足一线业务部门需求的同时，精简业务流程，提升工作效率。特别是影响到当前重要业务开展以及春节旺季市场急需完善的部分，要抓在手上，加快落实。

各级各部门特别是各级阿米巴巴长，要加快新系统各业务模块应用的学习，提升应用水平，切实发挥好系统升级助力企业经营发展的作用。

□ 信息部 苏文平

创先争优 争做销售先锋

关键业绩指标排名榜

(2018年10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	
岚山新玛特超市巴	1
日照店超市巴	2
莒德福莒县店超市巴	-2
五莲新玛特超市巴	-1
百货事业部	
岚山新玛特百货巴	1
五莲新玛特百货巴	2
莒德福岚山店百货巴	-2
莒德福莒县店百货巴	-1

商业公司年度经营利益完成比例排名

部门	名次
超市事业部	
莒县新玛特超市巴	1
莒德福岚山店超市巴	2
日照店超市巴	-2
新玛特购物广场超市巴	-1
百货事业部	
五莲新玛特百货巴	1
新玛特购物广场百货巴	2
日照店百货巴	-2
莒德福岚山店百货巴	-1

注：以上数据由商业公司财务部提供，负数为倒数。

管理心得

服务的“最后一公里”

公司历来坚持“以顾客经营为中心”的服务理念，如何在服务、设备、情感等方面做好服务的“最后一公里”，值得我们深思。

门店例会上张晓庆总经理分享了一个案例：每天晚上送宾曲响后，门店都留有一个位于东南门的通道，供最后购物的顾客和员工通行。有一天送宾时，一位顾客购买了很多商品后走到北门口，但是此时北门已经上锁，服务人员告诉顾客可以走咱们的东南门，顾客说自己的车停在了北门，从东南门出去再转过去非常麻烦，张总听后立马联系了安全员将北门打开，方便顾客出行，并帮助顾客将货物搬到了车上，顾客非常感谢我们的贴心服务。试想，如果我们坚持只开东南一个门，顾客要搬送数量繁多的商品绕到北门，非常麻烦，会给顾客带来不愉快的购物体验，甚至以后他提起我们岚山新玛特可能会说：服务不行。显然与我们的服务理念是背道而驰的。

通过案例，张总让我们思考，是否也遇到过这样的事情，而我们又是怎样解决的。是习以为常地告知通道位置，还是为其服务到底，或者提出更好的调整建议……针对这样的情况我们应该如何更好地做好我们的服务。

各部门均根据不同的工作岗位展开讨论并提出更合理的服务建议：办公室的友情提示语、客服部的友情提示广播、前勤的通道友情提示、安全部的最后通道的调整等等。各种方法均告诉我们有很多更好的方法让顾客现在很满意。

公司始终坚持致力于满足顾客愉悦的购物体验，而真正践行“四个务实”，就要心中时刻装着顾客，将顾客放在第一位，听取顾客的心声，想顾客所想，急顾客所急。在工作上、服务上真抓实干，打通“最后一公里”，我们才能赢得顾客，提升业绩。

□ 岚山新玛特 王仁芳

“小物件”带来的业绩

门店珠宝区东恒宝专柜的小秦有一位忠实的顾客，每隔一段时间都会自己或者带朋友到专柜上来看，每次都会给她带来业绩。用这位顾客的话说：“任何经她手工编织的东西都活灵活现，栩栩如生。而且每次部分文不取，我知道，这些东西编织都很麻烦的。”

说起她们的相识还是在半年前。那天上午客流不大，小秦正对她编织了近一个星期的莲花挂件进行收尾。这个顾客到专柜来看商品，在接待服务的过程中，顾客看见了她的挂件，忍不住地赞叹：“你这个挂件真美！把它卖给我吧。”小秦很犹豫，要知道，这个挂件编起来确实麻烦，可看到顾客喜欢的眼神，说：“大姐，既然你喜欢，说明我们很有缘，就送给你吧。以后多给我带些客户就行！”大姐非常感动，连说：“没问题，没问题。”

后来大姐不仅成了小秦稳定的客户，为她带来不少新的顾客，更和小秦成为了好朋友。小秦知道大姐喜欢手工编织品，每当大姐到专柜来，就拿出最近新编的挂件送给她，一来二去，一条条编织绳就无声地将小秦和大姐串联在了一起。这些给小秦带来的不仅仅是销售的增长，能和顾客有同样的喜好，得到顾客的信任，小秦感到无比的喜悦和快乐。

“以顾客经营为中心”是我们不变的初心，作为一线员工，直接服务于顾客，更要时时牢记这一点。社会心理学家曾指出，应该和顾客在销售过程中保持同一个角度，这样才能把对方当成自己人对待。时刻做好达成销售的准备，用心去发现与顾客的共同点，拉近彼此的距离，建立信任关系。

重视每一个服务细节，让顾客感受到你的用心与诚心，让每一位潜在的消费者都愿意成为你的朋友，销售会如水到渠成的事。

□ 岚山新玛特 张静

一线观察

销售高手行为之连单销售

有些伙伴做销售很多年，但是个人业绩一直没有很大的提升，明明你已经很努力了，服务也做得不错。而有些伙伴看似很轻松就能做出很高的业绩，你有没有想过这是为什么？原因出在哪里？

在日常销售中我观察过员工的销售行为，大致分为两种：一种是被动销售行为，另一种是主动销售行为。第一种行为在销售中的表现是顾客进店，简单问候一声，询问一下顾客想购买的意向，如果顾客说看看，也就不再与顾客交流，只是站在顾客旁边等着顾客与她再次交流，直至顾客离开。另一种是很热情、主动，不断地向顾客发问、介绍、交流，鼓励顾客试穿，帮助顾客出主意，顾客很满意，于是开单成交。很明显，后者的业绩一定是高于前者的，但是还有一种行为就是销售中的高手行为——连单销售。

10月份，我接触了两个连单销售案例。

一个是临时品牌巴哪拉童装的岳姐，50多岁的大姐已经干了30多年销售，可谓是经验丰富。我观察到，她在做销售时，顾客看了一件上衣后会拿起旁边的裤子，向顾客推荐：这条裤子跟您买的这件上衣很搭，而且这个面料是纯棉的，孩子穿起来非常舒服，正好现在价格也很实惠，您试试这个面料。让顾客亲自感受一下，当顾客表示要的时候，她又适时地拿起一件毛衣跟顾客说道：天冷了孩子得穿毛衣了，您看这款毛衣做工多精致，而且面料好，价位合理，跟您买的上衣和裤子正好能搭一套，我给搭配起来您看一下，是不是很好啊。

我在跟她交流时，她对连单销售表现得很有自信，她说自己以前在商场时的业绩都是最高的，凡是经过她这一番“强力推荐”，很少有只买一件的顾客，这是她做销售的“法宝”。她介绍到做好连单销售，首先得了解自己的货品，商品的库存、价位以及商品的搭配都得了如指掌。再就是要学会适时地推荐，根据顾客想要购买的那一件，第一时间找到与之相匹配的单品向顾客推荐，并以你专业的技能打动顾客。当然这些都建立在拥有熟练的业务技能之上。

另一个是品牌连单促销活动，CBA和贵人鸟在10月份推出新款一件7.9折，两件6.9折的活动，通过活动效应和员工宣传推荐，本次活动带动两个品牌同比增长76.6%和57%。

近期公司一直在强调做好连单促销和捆绑销售，相信通过这两个案例，大家能切实感受到连单销售所带来的业绩提升。

你已经很努力了但是业绩还是不理想，品牌折扣已经很低了但是销售业绩还是提升不上去，不妨试一下连单促销销售法，只要方法对了，业绩肯定会有提升。

□ 日照店 曾庆庆

理个理

认真负责是商品止损的法宝

2018年10月18日下午，一女士在日照店交款时，收银员陈露发现称重的面包价格不对，想要去卖场核实。但陈露直接放弃购买并催促她立即将其他商品结账。顾客离开后，陈露感觉其形色慌张，怀疑其它商品也存在问题，于是将情况告知相邻的老收银员董倩。董倩当即判断，叫上值班安全员和陈露一起追出去。追上顾客后，她们请其核实一下商品，但顾客拔腿就跑。董倩等人看到该顾客逃跑，更坚信她有问题，于是在追好的同时联系了其他安全员进行支援。

最后，他们在大楼东边的东兴大院附近找到该顾客并将其带回门店。经安全部人员检查，该顾客背包内除了有几款重量不符的称重商品外，还有一些未交款的商品。

无独有偶，9月末，日照店收银员还发现一位租赁柜临时促销人员按低价称量，购买了自己厂商的商品，值班收银员立即向卖场经理反馈，制止了该行为，为门店挽回了损失。

日常经营工作中，这些价格不符、商品重量不符的现象时有发生。这其中，有些是顾客所为；有些是因为员工打称码时疏忽所致；还有些是因为价格恢复后未及时更换价格签，无论是何种原因，如果这些商品到了最后的结算关口没有被发现，就会面临着商品损耗、贡献利益损失或被顾客投诉等不良后果。而负责最后关口的收银员的责任心就显得非常重要。

为此，日照店收银部非常重视培训收银员提高“卖场商品问题稽核”的责任心和能力。除每月纳入目标考核外，一方面引导教育员工要有较高的商品防损意识，多了解掌握卖场商品知识、价格和促销内容，在商品扫描时加强责任心，发现问题商品，及时反馈卖场责任人，第一时间进行整改；另一方面，提高收银员的“掂量”技能，对收银员发现商品重量不符的“稽核”给予额外的加分奖励，鼓励收银员练就一双“火眼金睛”，让重量不符的商品“无所遁形”。

商品防损，人人有责。降低商品损耗，减少公司利益的损失，单靠安全员和收银员是远远不够的，它需要门店各岗位的工作人员树立高度的主人翁意识，将认真负责的工作态度贯穿日常工作的始终。提高全员防损意识，从点滴之处做起，将商品损耗降到最低，才能从根本上维护公司的利益。

□ 日照店 丁翠翠



市北依河园二期项目誓师



市北依河园二期誓师大会召开

11月16日上午，房产公司“市北依河园二期项目销售誓师大会”在市北依河园会议室召开。誓师大会上，房产公司总经理范宏传达了集团全面开工建设市北依河园二期的决策，并宣读了销售奖惩政策。市北二期项目预计开工7#-16#10栋楼，共计住宅516套，其中8号楼是配套建设的老年日间照料中心，预计于明年“五一、十一”期间分两批开盘；极大力度

的销售奖惩，也充分说明集团对市北二期项目的高度重视。

誓师大会上，总经理、副总经理及各部经理，纷纷宣读了军令状，千斤重担人人挑，人人肩上有指标。房产公司全体干部员工都肩负着销售的责任，要拳拳擦掌、蓄势待发。坚定信念，相信一定会不辜负使命，圆满完成各项任务！

□ 房产公司 李婧

新亮点

用起来的服务项目才是真便民

近日，记者在五莲新玛特巡查中发现，门店内的便民服务项目展示与其他门店有很大的不同。店内的便民服务项目展示牌区别于普通的文字罗列展示，采用图文并茂的方式，每一个便民服务项目都有具体服务的照片展示，直观醒目的为顾客提供展示说明，让顾客一目了然。只有做好直观的提醒公示，顾客才会知道，进而才会去使用，一幅幅真实的图片，不仅仅是给顾客提供细致周到的服务，更是让顾客感受到日百所给予的温暖。据了解，因为摆放位置醒目便利，五莲新玛特婴儿车使用频繁，顾客反响良好，有的顾客体验后在新媒体发文赞扬。

莒县新玛特在便民服务项目的应用上也有亮点。检查中发现，莒县新玛特总服务台的雨伞借用

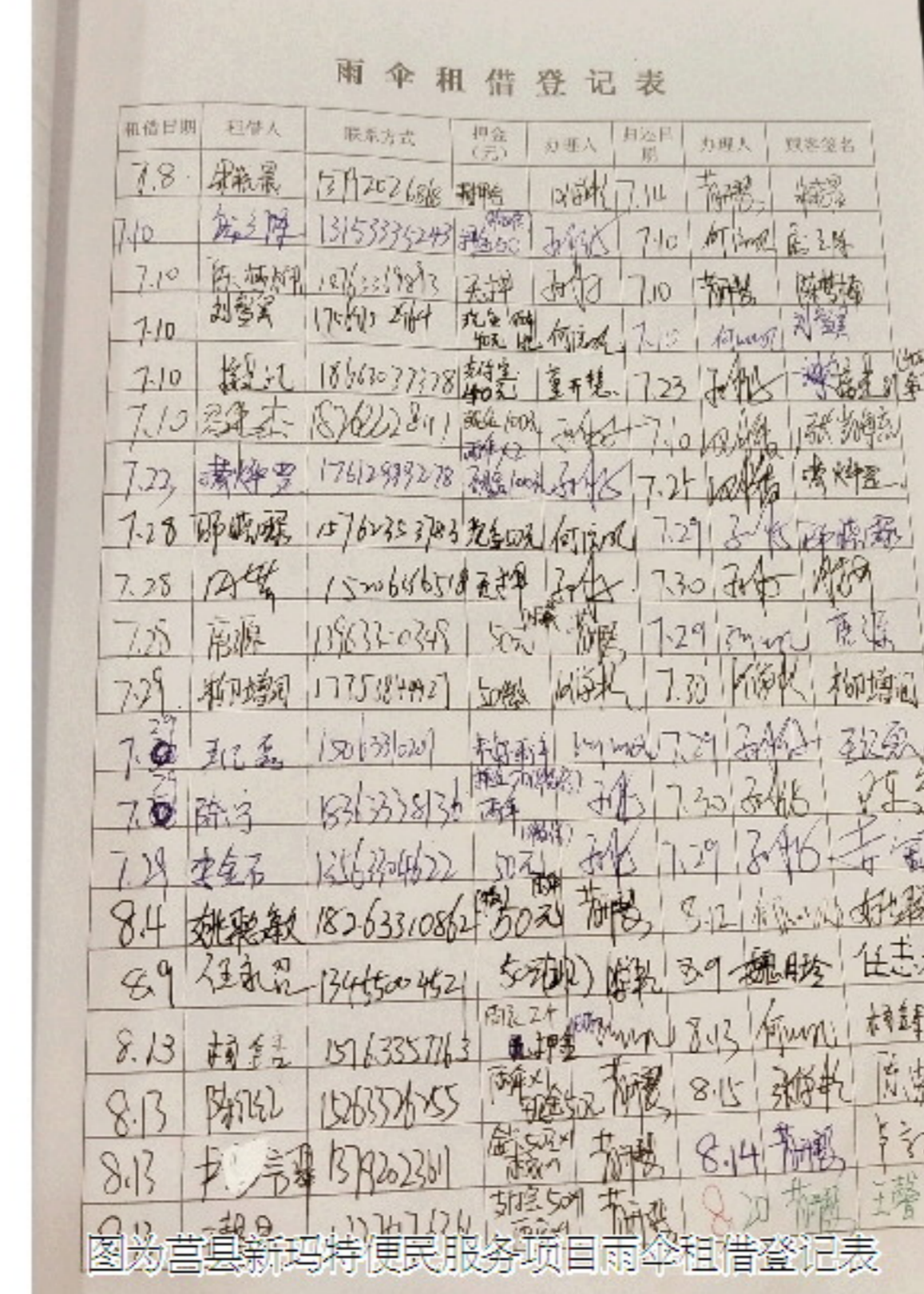
登记明显多于其他门店。了解获悉，下雨天，莒县新玛特客服部会通过店内广播，告知顾客总服务台为大家提供雨伞借用服务，提醒没带伞的顾客借用雨伞，真正发挥该项目的作用，方便顾客。截止11月20日，已有336人次使用了门店日百爱心雨伞。

只有应用起来的服务项目，才能真正的便民。想顾客之所想，急顾客之所急，切实地考虑到顾客的实际需求，并第一时间为顾客提供细致周到的服务，这是公司开展便民服务项目的初衷。因此，我们应当充分展示、及时提醒顾客，让各项便民服务项目真正发挥作用，让顾客切实感受到贴心的服务，以实际行动落实“以顾客经营为中心”的战略思想。

□ 本报记者 纪为军



图为五莲新玛特便民服务项目展示区



图为莒县新玛特便民服务项目雨伞租借登记表

日百文化·投稿 (2018年11月)

新玛特广场	19
岚山新玛特	19
莒县莒德福	10
五莲新玛特	9
日照店	9
岚山莒德福	8
莒县新玛特	4
房产公司	2
信息部	1
商学院	1
监察部	1

日百文化·采纳 (2018年11月)

部门	采纳
日照店	5
岚山新玛特	4
莒县新玛特	2
岚山莒德福	2
五莲新玛特	2
新玛特广场	2
莒县莒德福	1
房产公司	1
信息部	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、摄影等各类文艺作品，《日百文化》希望大家一道，共同打造交流展示的舞台，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：0633-8222736；

电子邮箱：rbgyuhb@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

做个勤恳好学的幸运儿

——商业公司财务部新玛特组财务主管张艺

所谓好运，不是你站在那儿两手一推它就从天而降。冰心说过：“成功的花儿，人们往往只惊慕它现时的明艳，然而当初，它的芽儿却浸透了奋斗的泪泉，洒满了牺牲的血雨”。当你越努力，幸运就越容易找到你。

2012年，刚从学校毕业的张艺作为日照店的一名收银员正式加入了日百大家庭，不到三个月的时间通过考试成为了新玛特购物广场的结算会计，经过六年时间的努力，如今的她已经成为了商业公司财务部新玛特组的财务主管。

初次见到张艺，她的嘴角微微地向上翘起，好像总是微笑着，一上来就亲切地拉着人的手自然地交谈起来，青春活力。张艺自己说她运气好，而这一路走来，更多的是勤恳不息，一步一个脚印的努力。

从结算会计到财务会计，张艺用了一年的时间，她回忆道，因为出现空岗，下午突然接到通知让她开始接手财务会计的工作。“我当时都蒙了，一点没想到，运气很好”。张艺凭借自己脚踏实地、兢兢业业的做事态度，以及快速熟练掌握所需的基本技能和业务内容的能力，得到了主管的认可。财务工作压力大，业务多，更要求会计人员严谨细致。她认真的工作作风让张艺养成了良好的习惯。春节、中秋等商场销售旺季，在完成会计本职工作的前提下，张艺到门店一线帮忙时也从未出现过抱怨现象。她不怕苦不怕累，只要需要她的地方，她都会努力上，力求最好。

2018年，阿米巴改革落地实施激发了公司各业务单元的潜力和能动性，同时也激发了张艺的求知欲和上进心。改革之初，全新的经营会计制度对张艺和同事来说都是一个挑战，但她有着强烈的自信心和较强的适应能力，直面困境时能保持平常心 and 乐观情



绪。一开始什么都不懂，大家一起加班加点的去研究去学习，“有时候我们中午都不午休，周六也来到公司，就是想快点掌握”，这一点也在同事王媛心里留下了很深的印象。阿米巴改革实施之初，财务部门的工作量很大，有时候晚上八点多才离开公司，王媛说：“我家住在老城区，她家住得还要远，刚开始那个月弄阿米巴报表弄到很晚，哪怕是我的工作，她也陪我到很晚。”对这份岗位的热爱，使得张艺不断地拼搏，“就是学，不懂就得问”，张艺讲到这句话时眼神坚定而认真。

2018年4月，又一次幸运女神的眷顾，张艺成为了新玛特购物广场的财务主管。从门店销货款、卡券、单据费用的审核、报销、纳税申报到阿米巴报表的审核，她始终秉持认真客观、严谨细致的原则，在

办财务会计业务时实事求是、细心审核，不刁难同志也绝不拖延报账时间。

同事心中，“她是一个很好学的人”。成为主管的张艺坚持不断的学习，从阿米巴制度到现在的智慧系统，她不断地钻研，自己掌握的同时带动大家一起学习。很多财务会计新人，遇到不会的问题都喜欢来找张艺，“我们部门新人多，她很热情”，“平时比较着急的工作她都会帮忙”。张艺提到，这就是“传帮带”，以前是主管“带”她，现在她也会接力下去。

新的税收优惠政策、企业会计准则的变更，是财务人员每年需要第一时间了解和学习的內容，为提高工作效率和服务质量，加强对财务业务知识的学习，张艺代表公司参加各种税务培训及座谈会。同时充分利用业余时间，与同事积极讨论培训内容，互帮互助，共同进步，使大家的会计业务知识和水平都得到了更新和提高。也正是这种团结合作、不断追求专业、追求进步的态度使得张艺和她的同事能够在集团举办的财税知识竞赛中取得团体第一名，个人第三名的好成绩。做一个专业的财务人是她一直以来追求的目标。

青春是自信、热情、积极向上的心态，也是活力、开朗、激情飞扬的表现。作为职能部门团支部宣传委员的张艺，集团大大小小的文艺娱乐活动她都带头参加，每一年的运动会、植树节等活动都能看到她活跃的身影。

青年人就要有朝气，认真工作，认真生活。机会是留给有准备的人的。即使你觉得现在还不那么幸运，你也可以像张艺那样，自己去创造幸运。

□ 本报记者 支惠

员工风采

安芹：攒不下力气的“女汉子”

她是同事眼中的“女汉子”，顾客心中的“软妹子”，勤勤恳恳做人，踏踏实实做事，对待工作兢兢业业、尽职尽责，加入日百已十年，多次获得优秀导购员等荣誉称号，她就是新玛特购物广场酒水调味品导购员安芹。

“力气是攒不下的。”这是她常常挂在嘴边的一句话。而这句话说得不仅仅是轻松的口头表述，更是她用自己的实际行动践行的承诺。作为超市牛奶品牌导购员，搬货充货都需要亲力亲为。为了能够应对节日旺季的销售需求，她总是先人一步，抢先储备充足的货源。由于牛奶比较重，搬运的过程尤其让人头疼，但安芹二话不说，抢先将每箱近50斤重的酸奶搬到理货区，百余箱的酸奶随着安芹一步一个脚印的转移，呈现在人们眼前的是顶着理货区屋顶的“小山”。面对这样的场景，男同志们自叹不如，同事们纷纷惊讶道：“这酸奶在你手里怎么就跟玩儿似的”，而安芹总是笑着说：“这里活再累，还能有农田地里的活累吗？”

中学时期的她，特别喜欢运动，其他的伙伴都喜欢窝在家里看书、看电视时，她的汗早已湿透了衣裳。所以，在青春时期，她的体格就要比其他小姑娘健硕，在全市中学生运动会中长跑中，斩获第三名的优异成绩，积极锻炼也练就了她那阳光的心态、健康的身体。

自己的事情自己做，每当卖场销售旺季的时候，大量的爆款商品宣传标语提示牌就会成为超市内一道靓丽的风景线，在丰富超市装饰的同时，也增加了门



店美工的工作压力。看到争分夺秒、通宵达旦的美工们，安芹心想，就算自己代替不了她们，帮她们减少一点工作量还是可以做到的，于是她主动承担了自己柜组的提示牌制作任务。但是，对于没有接触过美工制作的她来说，眼前的任务确实有不小的难度，但是这并不能难住“不愿服输”的她。于是她通过找美工请教、网上搜索教程等各种方式学习，经过长时间的日常练习，她所制作的标语提示牌已经十分美观，门店美工看到后都连连称赞，不由得竖起大拇指。

她攒不下的力气，不仅仅体现在体力劳动中，在为顾客提供服务方面，她展现出了自己细致贴心的一

面。在卖场内，热情洋溢的叫卖，为顾客认真仔细的商品知识讲解，耐心的为每一位顾客提供周到的服务。有一位七十多岁的老大娘经常来到卖场内购物，行动不便，拿着众多商品就会更加吃力，安芹看到后，主动上前帮忙，为老奶奶提着重物，并送她到公交站旁，亲自送她上车。时间久了，老奶奶来到安芹柜组买酸奶的次数也不断增多，安芹用自己的热情服务带动了商品的销售。

而她的身影不仅活跃在卖场内，而在还活跃在外出送货的路上。为了提升柜组的业绩，她不等不靠，主动出击联系团购业务，最终争取到一家幼儿园的供货权，每天为幼儿园提供酸奶，让每位小朋友都能喝上健康安全的酸奶，并且每天都是准时送达，从未就错过小朋友们的用餐。为了提供更多便利给客户，安芹经常先行为顾客垫付货款，一句“不要紧，货到付款”，更多的是让顾客拥有一种“放心的感觉”。

一线工作的实践十分重要，但理论学习同样不能拉下，在业余空闲时间安芹总是拿着自己的笔记本进行学习，里面是多次外出培训的笔记和请教老员工的心得，包括学习商品知识、新品推荐、陈列原则、商品营养价值、服务态度等各个方面，对于自己工作的学习，她有着一一种不撞南墙不回头的信念。

“女汉子”不是外表的强悍，而是选择内心坚强。坚强的内心下，似乎有一颗叫做“幸福”的种子在不断成长，最终，在辛勤的浇灌下，枝繁叶茂，繁花盛开。

□ 本报记者 纪为军

名人成长故事

雷军：人生成功的两个关键词

今年是改革开放40年，在这40年里中国诞生了一批卓越的公司，也成就了更多卓越的人。今年是金山公司成立30个年头，和它同时代成立的公司很多都已经阵亡了，而金山靠什么屹立不倒呢？这背后有一个重要的人物：雷军。

美国第35任总统肯尼迪在就职演说中说：“不要问国家能为你做些什么，而要问一下你能为国家做些什么。”其实，每一个进入公司的员工也都要问自己这样一个问题：你能够为公司做什么？

雷军为金山公司贡献了两年，凭借这两点，雷军从金山最基层的一名员工，一步一个脚印，最终成为金山公司的董事长，乃至日后继续登顶。这两个关键词是：忠诚、勤劳。

“忠臣”雷军

忠诚，是一个人在公司晋升的特别通行证，雷军高举着这张特别通行证，在职场畅通无阻。

1991年11月4日，在一个计算机展览会上，雷军见到了“WPS之父”求伯君，雷军作为一名程序员，求伯君是他的偶像。所以次年，求伯君邀请雷军加入金山，雷军二话没说，毅然“砸”了当时的铁饭碗，追随求伯君离开北京去了珠海，成为金山第六名员工。而这一道追随就是16年，这16年里无论金山遭遇了什么困境，雷军都不离不弃。

雷军先后担任金山公司北京开发部经理、珠海公司副总经理、北京金山软件公司总经理等职务。

1998年，29岁的雷军出任金山公司总经理，那一年中国BAT的创始人还都是草根一枚，马化腾刚从学校毕业进入到一家互联网公司，李彦宏还在美国念书，马云在一年后才成立阿里巴巴。

雷军在金山总经理位置上干就是10年，这10年

里，雷军跟随着马化腾、马云、李彦宏的事业高歌猛进，公司不但上市，三人还轮流做首富。

其实和马化腾、马云、李彦宏相比，雷军可以说是少年得志，但是后来却被三人超越。这不是能力问题，也不是机遇问题，而是选择问题。

在个人成就和忠诚金山公司之间，雷军选择了“忠诚”。在这10年里，雷军更面临着无数外在的诱惑，猎头给出了天价，但是雷军不为所动。有人用下面这句话寻找借口：“男人无所谓忠诚，忠诚是因为背叛的筹码太低；女人无所谓正派，正派是因为受到的引诱不够。”其实，以这句话作为借口的人，一定是一个定力不够、随波逐流的人。但凡能被利益引诱而不是理想驱动的人，终究难成大业，即便能成也很难赢得尊重。

现在有些年轻人都被这句话深深误导：“人挪活，树挪死”。在工作上稍微不顺心就选择跳槽，有的一两年就换一个工作，甚至有的几个月就换一次。这其实才是一个人在职场很难有大发展的根本原因。

一个人一生的能量是有限的，你把自己的能量分散到了不同的公司，你就很难在一个公司有大发展。有些人总是觉得自己在公司怀才不遇，于是频繁跳槽，其实仔细看看身边那些频繁跳槽的人，大都会在职场碌碌无为，平庸而平凡。在更多的时候“忠诚”比“能力”更重要！选择一家公司，选择一个人追随，一直坚持下去，水滴都能穿石。

“劳模”雷军

大部分认识雷军的人都说，将来雷军的死法只有一个，那就是被累死。

雷军刚加入金山的时候，没有成家也没有女朋友，所以，除了必要的吃饭和睡觉时间，他几乎所有时间都在写程序、写代码。后来进入管理层，雷军给自己的要

求是“6×24小时”工作制，其实仅有的一天休息时间，雷军也是在工作，而成为金山CEO之后，雷军的工作时间甚至变成了“5+2”和“白+黑”。

雷军是人不是神，是人就会疲劳，为什么雷军永远不知疲倦，身上永远充满能量呢？科学研究表明，一个人的能量大小取决于内心信念坚定的程度，雷军不知疲倦，就是因为在他心中有明确的目标，有坚定的信念，那就是一定要使金山打造成一家伟大的公司。

雷军因此成就了金山。

华为终端负责人余承东率领团队超越了三星手机，现在正在追赶苹果，而且差距越来越小。在一次论坛上，他隔空向任正非喊话：“我们做得还不够好，我们还可以做得更好！”喊此话的时候，余承东已经热泪盈眶。我们发现，这样的人都有一个共同特点，他们都不是富贵人家出身，他们在各自的企业一干就是十几年，甚至更长时间，因为他们忠诚，他们勤劳！

□ 节选自《中外管理》



身边人身边事

服务从心开始

11月9日，步步高专柜的导购员苗文超和朱红来到运总家属院顾客的家中。顾客一年前在日照店购买了步步高学习机，孩子使用一年来，对学习帮助特别大，也经常和步步高导购保持联系，交流孩子的学习情况。因家中二胎出生，没时间照顾老大学习，给她带来了很大困扰，看到步步高导购员的朋友圈，知道能预约家访，于是就果断报了名。

在顾客家中，苗文超和朱红仔细了解了孩子的学习困扰，帮助她制定出一套切实可行的学习计划，并和她约定，期中考试提升到约定分数后，会给她准备礼品，增强她学习的动力。同时对机器进行了升级保养，顾客特别满意。

在各大商场、网络的竞争下，学习机价格越来越透明，那我们的优势是什么？唯有服务是最有效的武器。自步步高家教机推出“小布家访”服务以来，导购员利用业余时间走访顾客二十余家，每次家访教孩子如何高效使用步步高家教机，提高学习效率，提升考试成绩，让家长更认可并推荐步步高家教机。仅通过顾客的微信朋友圈推广，卖出去的步步高家教机就有10余台。自11月份开始，“小布家访”被列入重点工作计划，员工目标考核中要求每月两次家访并且跟踪回访3次以上，这一举措，进一步得到了顾客的信任和好评。

光阴似箭，距离新的一年仅剩一个月……每一天都是那么的忙碌，每天都在跟时间赛跑，仿佛时间永远都不够用。市场竞争残酷又激烈，但是我们有像苗文超、朱红等等这样尽职尽责的员工，我们对未来充满信心！好服务，带温度。只有用心去做服务，以诚待人，用心做事，相信我们会被越来越多的顾客理解和认可！

□ 日照店 许秀彦



用心记住你的顾客

11月12日下午3点左右，一位穿着得体的中年妇女来到奶粉区，导购员王鑫急忙向前招呼咨询需要什么帮助。顾客说，想买袋奶粉早晨冲着喝，又不知道哪一种合适，王鑫给顾客推荐了一种中老年单独包装的产品，携带起来也比较方便，并且是低脂肪的，口味也特别好，顾客对此品牌的知名度也很满意。王鑫帮顾客找手提袋、协助交款，顾客对她一系列的优质服务感到非常满意。

三天后，王鑫在电梯上遇见这位顾客又来购物，忙上前问：“姐，您觉得奶粉口感能喝上来吗？”顾客说：“哎呀，你还记得我？可以，口感不错！”王鑫笑着讲道：“姐，你看我们店双十一超市正在搞活动，奶粉在原折扣的基础上满100元即可立减11元，超值实惠，不防借这次活动再存点货吧。”顾客听后非常高兴，感觉不错，于是又购买了4听。

茫茫人海中，被人记着是一种幸福的温暖，更是一份夹杂着许多莫名滋味的感动，谁都希望自己能够被别人记在心上。

对于我们来说，记住顾客，体现了对顾客的尊重，让顾客感觉他被重视，感到被亲近，等于给他一个巧妙而有效的赞美。顾客的内心受到鼓舞，你将更亲近和他建立良好的关系，拉近彼此的距离，便于沟通，了解顾客的需求，满足顾客的需求。

“哎呀，你还记得我？”就凭顾客这句话包含着惊讶和喜悦的话，就凭此时弥漫在空气中的温馨，我觉得一切用心都值得！

□ 莒得福莒县店 李加美

我与日百的故事

每当人们提起美丽的日照时，首先想到的便是“蓝天，碧海，金沙湾”，而当许多来日照游玩的外地游客想要购物一场，领略下日照本地的服务特色时，日照百货大楼就是他们首选的地方。

1983年，在那个电子商务还没有产生的年代，人们通常都是到集市上，村子里的小卖部里来购买生活用品满足日常需要。小卖部里东西不算齐全，集市上的质量不敢保证，于是生活用品皆具备，质量经过严格把关的百货大楼，引来源源不断的客流。在那个民风淳朴的年代，名头可是极响亮的，可以毫不谦虚的夸一句，买东西不看别的，只要有“这是在百货大楼买的”这一招牌，那质量便不成问题。

我是00后，父母常年在城内打工，自己则跟着爷爷奶奶住在村子里。对于大楼印象最深刻的一点便是，每逢过年父母大包小包的回来，首先把我叫到屋子里去试试他们给我新买的过年衣服。崭新的小袄装在一个印有“五为主”的塑料袋里，赫然是从百货大楼买来的商品。

2018年，因我们学校所分配的实习工作而与日百结缘。这个时候的大楼已经发展成一家大型的连锁商场，实现了集团化运作。培训期间，商学院的老师们给我们详细地介绍了日百的文化，日百的企业精神，让我们了解了稻盛和夫的“六项精进”。不仅如此，对于安全的重视更让我们大吃一惊，专门开设了一节课来给我们讲解商场发生意外情况时该如何疏导人员，如何自救。

主管对我们几个新人颇为照顾，帮助初到百货大楼的我们尽快融入集体。由于我们对理货的很多事项不太清楚，在货物出入库方面也是新手，所以在前期，主管常把我们带在身边，当成学生教导。她教给我们补货时的注意事项，怎样查找货物的预警，以及理货区来了货物的时候应该怎样清点货物数量，交给谁签字，后来还试着把几个物流的品牌交给我们管理，时时督导。主管都那么认真了我们自然也不敢懈怠，放下了一开始满不在乎的态度，认真起来。

同一个柜组的同事们也很亲切，大概是觉得我们年纪小，太过劳累的活计就不让我们去做，实在被我们搞得不行了，才让我们跟在她们后面，她们补货，补完了箱子交给她们拆，拆完了送到处理区。

之前看过的一本书上曾说过，一个企业的发展只需从它对自己企业文化的重视程度以及企业内部的规矩就能看的出。

之前管理内仓的安全员大叔曾跟二楼的理货阿姨闹过不愉快，当然俩人还是极为和平地解决了这个问题。事后他跟我们“诉苦”，商场内有规定，为了保证商品安全，二楼是不能直接带着商品上内仓的，理货阿姨因为当时快要下班，想快点将商品送上去而硬挤进电梯，安全员大叔因为自身职责不允许她进来，一来二去俩人便起了纠纷。对于这一点我认为安全员大叔做得对。他既然身为安全员，自然要遵守卖场内安全员的规矩。由这一件小事情，也能看出公司的文化。

日百，经过三十多年的发展，已成为日照市的一种标志，日照商业的领头羊。如今身为身为日百的一员，我们应该贯彻日百精神，弘扬企业文化，为了日百的发展而共同努力。

□ 日照店 庄彦



奋战狂欢节

2018年10月中旬，通过查询数据，看到我部门销售虽然跟着销售进度走，但完成月度目标仍有一定的困难，心里不免有些着急。就在这时，我接到采购部发来的狂欢节信息，突然有一个想法从脑海飘过，我仿佛看到了胜利的红旗在向我招手。

犹记中秋期间，因为散装大米无小袋包装损失了很多团购机会，这次狂欢节，我要弥补我的遗憾。在与厂家沟通时，我要了十斤装和二十斤装的长粒香大米，当时厂家不同意供货，经过再三沟通，厂家才同意配送部分货源。10月22日制定订单时，部门下了四吨长粒香，一吨东北大米的订单，结果到货时厂家只给了两吨长粒香，一吨东北大米，怕销售不了，库存积压。在这种情况下，我决定进行预销售，提前进行宣传推销。编辑文字与图片，先发到门店员工群，动员内部员工先行动，又让全员组织转发朋友圈，同时在顾客购物时将长粒香惊喜价的信息传达给其他顾客。通过两天的推销，两吨货基本订售一空，为了保证狂欢节期间货源充足，于是我又打电话沟通厂家，追加了三吨长粒香，一吨东北大米，在活动当天配送到门店。

狂欢节活动头一天，门店员工利用早进店时间再次对狂欢节部分商品进行宣传，并将两吨大米放在卖场，现场进行叫卖宣传，当天销售近两吨。狂欢节第二天，我找到了异业联盟单位，宣传相关信息，同时在小区群内进行推销促销商品，得到了十多户小区邻居的认可。当我把一袋袋大米送到邻居的家中时，收获的是信任和感激。这些信任和感激让我倍感温暖，也让我暗下决心，即使再累再晚，都要热情地为他们服务。

三天狂欢节很快过去，部门销售实现了同比增长，仅长粒香大米就销售近五吨，东北大米销售1.5吨。这让我深刻意识到，凡事只要用心，没有做不到的事，工作中要有不服输的精神，要时刻坚信只要付出不下于任何人的努力，肯定会收获意外的惊喜。

□ 岚山新玛特 李娜



乔娜安达：自由惬意的时尚生活

深圳乔娜安达服饰有限公司成立于2011年，是一家集设计生产销售服务于一体的服饰经营机构。旗下品牌 Joannada 是一个代表都市时尚品味的女装品牌，凭借良好的市场表现，已成为我国女装行业备受瞩目的后起之秀。

品牌推崇的是一种独具东方特色的浪漫情怀，Joannada 的英文代表含义：分别由 Joanna 和 ada 两个女性的英文名字组成，分别代表女性人生的两个阶段：女孩到女人的过程，角色的转变，爱与被爱，责任和平衡都是必修内容，Joannada 给予 80 后的女性最自由的搭配与版型，最惬意的穿着感受，以及最时尚的外在表现！



“自由、惬意、时尚的生活”是品牌一直所追求的文化理念，同时也是 Joannada 丰富的设计灵感。能艺术地平衡家庭与事业关系的女人，是幸福的女人！为家庭事业双赢的都市女性提供时尚舒适的服饰是 Joannada 的设计理念。Joannada 透过内敛、精致的设计，简洁、具有惬意舒适的版型剪裁，带着对知性而自信的职场精英女性的理解，将坚持高品质感的精致风格、时尚和优雅的气息完全融入产品之中，时刻让身心都保持着自由、惬意的时尚态度。

乔娜安达以丰富的材质变化展现设计灵感，以色彩传达情感，以风格演绎时尚，缔造出知性、优雅、浪漫、时尚的都市形象。以简约流畅的新感觉，为自信独立、聪颖智慧的都市女性通过多变的搭配传递更加精致、时尚、活力的生活理念。乔娜安达专注推广服饰文化，捕捉流行元素，全力缔造时尚经典。

乔娜安达品牌于11月18日，在新玛特购物广场新装上柜。
□ 新玛特购物广场 胡梦文 推荐

诗歌长廊

秋

秋风 吹乱心事
秋雨 淋乱愁肠

远方

漫步青石巷 烟雨墨瓦房
一把油纸伞
遮住满窗忧伤
船儿载我任意游荡

远方

阔步沙漠疆场 策马奔腾前方
一条马鞭空中回响
甩掉满身疲惫烦恼
马儿载我肆意飞扬

深秋

红叶铺满深秋 大树深情相送
去吧，我的爱人
化身泥散芬芳
我的根，遍及大地
每一处，都是你的家
始终为你守候
何来缘由

□ 岚山新玛特 陈雪芹



让业绩红旗一直飘

时光飞逝，转眼间2018年已所剩无几。从1月份由客服部转入家居部主持工作，我倍感压力。为了让自己迅速转变角色，提升业务水平，经过大半年的拼搏，终于所有的努力得以实现。家居部业绩较前期有所提升，1-10月份销售计划为1707万元，实际达成1833.21万元，达成比例107.39%，提升的原因在于今年5月份运动区布局进行调整，耐克经过一年的休整，又重新上阵，于5·1期间正式营业，累计达成161.2万元，较好地提升了部门销售。

2018年是公司阿米巴改革落地的开始，门店百货的价值点为“时尚、品牌、多功能体验”，针对价值点的打

造，部门年初制定在儿童乐园区域，利用周末时间打造娱乐项目，比如瑜伽球、跳绳等，吸引客流，提升来客数。各柜积极跟进供应商洽谈厂商周，其中运动类共洽谈活动7场，销售额共计达19.20万元，同时积极与采购沟通，淘汰末位销售专区。8、9月份，分别引进心杰缘、李宁、漫步新佰伦、可爱可亲等品牌，多管齐下抓销售。

在10月初，部门对提升较大的专区给予正激励的发放，同时在员工通道处，对类别日销售占比和累计销售占比进行小红旗的张贴，增强团队荣誉感，为冲刺四季度加油、助力。相信我们共同努力，一定能让业绩红旗一直飘扬。

□ 五莲新玛特 刘芸

以业绩为导向 全力冲刺四季度

11月8日，为进一步抢抓市场，激励挖潜增效，全力冲刺全年目标，公司下发年末冲刺特别奖励方案，分别设置超计划奖，超同期增量奖等，目的在于激发全员干劲，向公司交一份满意的答卷。

自从接到通知，部门立刻查询本年度柜组巴销售计划的达成情况，并预估11-12月销售额，将未达成年度计划的柜组巴销售差额进行分摊，重新确定各柜组巴的月销售目标，同时跟踪品牌每日销售目标，并在部门内部进行宣贯动员。伙伴们信誓旦旦，纷纷献计献策，用满满的热情，全力冲刺销售目标。

男装是部门销售差额最大的一个柜组。想要实现全年销售目标的达成，就必须在男装类品牌的销售上狠下功夫。柜组长朱晓晨说“实现销售的止跌增长，首先要解决人员的问题。”俗话说“有人就有财”，单纯的依靠门店人事行政部招聘补充人员，不能解决问题，我们只有发动部门的员工在朋友圈或自己的生活圈内广泛宣传，才能有效地解决保障率低的问题。通过不到1个月的时间，男装组保障率递增了接近10%。

品牌招商的方面，加强与招商部

门的沟通力度，在百货招商部大力支持和帮助下，全力进行品牌招商落位与合同的洽谈工作，解决男装招商难、品牌合同续签难的问题。11月、12月是一年中最难得的销售旺季，客流量大，客单高，通过招商努力减少门店的闲置资源，是实现销售增长的有效途径。

再者，积极联系营销资源，带动客流和销售同比提升。目前已是冬季，气温寒冷，羽绒保暖类商品的市场需求量不断增长，利用门店一楼位置，积极洽谈羽绒羽绒服品牌，签订销售目标，保障销售额。

为了进一步的拓展销售，盘点门店前期举行的比较成功的营销活动，再次联系厂家组织货品与人力，全力以赴，想方设法，帮助门店提升销售。相信在招商同仁的大力帮助和支持下，我们的销售业绩一定会节节攀升。

我们不敢忘记誓师大会的铮铮誓言，企业要成长、要持续的重任，落在每一个有担当、有责任的日百人身上。请公司放心，我们一定会以业绩为导向，全力冲刺四季度销售目标，不达目标，誓不罢休。

□ 莒县新玛特 鲁晓燕

向您汇报 请您检阅

2018年，公司大刀阔斧改革，实行阿米巴经营，这是日百发展史上的一场大变革。作为站在改革第一线的员工，要学习阿米巴，理解阿米巴，实践阿米巴，勇闯市场，激情投入到公司的改革中。工作中时刻牢记自己是公司的一员，作为最小的末级巴，带领巴员精打细算，争先创优，创收增效。抢抓实干四字当头，把成本当成“恶魔”杀死，把利润当成“孩童”保护，工作提效再提效，效益提高再提高。

2018年儿童用品巴年度销售目标是122万元，1-10月份已完成109.87万元，占年度目标的90.06%。122万不是高不可攀的目标，我和我的团队正努力向前，122万不是我们的最终期望值，推远目标，我们的理想永远在前面。一分耕耘一分收获，这个数字是巴员勤奋的硕果、汗水的回报、智慧的结晶。

目标量化管理。柜组每月提前分解销售计划，传达给每位员工，目标量化到每人。对照去年同期销售，紧盯目标的达成，达不成目标，分析原因找方

法，层层推进责任落实。为实现日目标，为达成团队整体目标，全员心往一处想，劲往一处使。

人人低头拉车，更要抬头看路。每日早例会，我会传达前一天的销售业绩和品牌排名，肯定优点，点评不足，让优秀的员工现场说法，以点带面，起到模范带头作用，每周进行四次业绩PK，促进员工交流，激发员工的销售激情。

将理论学习和传帮带实践相结合，培育新人，为了让新员工尽快融入工作，新人首先学习终端服务问答手册。终端服务问答手册是结合日常销售中遇到的服务类、面料类、保养类、价格类等终端销售中遇到的问题而编成，让新人快速上手。然后让员工每日边学习边寻找商品的卖点，研究商品的FAB法则，梳理工作流程，简化工作方法和运用正确的语言销售模板，活学活用终端服务问答手册，助推业绩提升。作为主管，在抓现场服务的同时，肩负员工培训的职责，通过“传、帮、带”，给新员工压担子，使其尽快成长起来，保证柜组各项工作的顺利开展。

严格管理，防微杜渐，考核面前人人平等。每个巴员都明确管理规范，自我约束，自我管理，主管重视日常巡视、检查，将问题消灭在萌芽时期。考核不是目的，让每个巴员完成销售目标才是重点，让员工学会观察和思考，努力学习，用自己的业绩说话，用行动去干事实。

工作部署扎实推进，多措并举抓销售。本着有节有度，无节无度的原则，努力抓好各个档期的营销活动，跟进洽谈，创新模式，现场氛围的营造，发动员工不但要在现场抓销售，更要走出去宣传品牌。心中时刻牢记销售这一根弦，日常跟现场，服务指导员工在现场，发现问题、解决问题在现场。

坐店、行商、微售结合。橘子不是唯一的水果，坐店销售的同时，我们走进顾客中去，到街上去，到顾客家去，利用门店微信群和会员群及时发布信息，搭建童装销售平台，推进品牌销售。

近一年里，我们这样做了，我们还在做，我和我的巴员请您检阅。
□ 莒县新玛特 赵淑妍

不忘初心 牢记使命

2018年已迈入尾声，2019年即将到来，回顾近一年的工作情况，用“不忘初心，牢记使命，战战兢兢，如履薄冰”十六个字可以概括。

不忘初心，就是不要忘记年初为什么出发，不要忘记自己曾经走过的路，不要忘记人生的希望和梦想；牢记使命，就是不要忘记自己肩负的使命和责任，不要忘记许下的承诺和誓言。

2018是公司全面导入阿米巴运营的落地年，随着阿米巴经营改革的不断深化，结合公司部分人事权限下放，部门面临着压力陡增，人力缺口，导购员缺口等亟待解决的难点问题。部门全员在压力面前没有退缩，积极行动，发动智慧，根据人力需求计划，制定人才招聘方案，利用公司各大招聘网站发布招聘信息，人力资源积极走出去，参加招聘会、校招会，为门店不断补充人力，取得显著效果。2018年初，员工保障率为82.4%，截止目前员工保障率为88.76%，提升了6.36%，为门店运营提供了人力支持。

积极发挥企划宣传作用，促进效益提升。门店宣传工作同样是工作的重点，截止目前共完成5档大型店堂装饰，36档期营销活动，书写各类提示牌3500余张，完成中厅季节性大型吊挂装饰及重大节日庆典装饰5次，共计发布微信252次，微信内容1008条，关注人数10075人次。其中，与顾客互动的营销活动9起，闹元宵“快到碗里来”、猜灯谜、相约情人节缘分对对碰、微信游戏丘比特之箭、悦会疯狂翻牌、第四届单车行、草莓采摘、包饺子大赛、母亲节抖音视频等宣传活动，通过与顾客的互动，塑造了良好的门店形象，从另一方面提高了顾客的忠诚度。

2018年即将结束，回顾近一年的工作，有得有失，在年末来临之际，部门全员将不忘初心，牢记公司赋予的职责，尽职尽责的为公司做贡献。

□ 新玛特购物广场 胡海信

盘点一下全年的各项工作只能说是忙碌而充实。1-10月份销售计划超额完成，超出计划2.48万元，工作有成绩，也存在不足。有的专区销售一直很好，有的专区销售始终达不到计划目标。主要原因是货源储备不足，员工业务技能欠缺，柜组跟进不到位。其次受整体环境影响，线上销售、竞争门店冲击，大幅度降低销售成交率。既然改变不了环境，那就改变思维，由坐商到行商，加大与供应商之间主题促销的洽谈力度，做好各项宣传。最后，在不断的摸索和竞争中，体验到做任何事都要有耐心，有了耐心，可以全面冷静的看待任何问题。抓问题的关键点，不但可以迅速解决问题，还可以为客户提供更好的服务。
□ 五莲新玛特 秦四霞

为了保证完成全年654.53万元销售任务，一张张报表，一串串数字，频繁冲击着背负营销任务的员工神经。冲刺不能冲动，不能盲目，本月11月9日-18日的火锅节促销，我们早早沟通厂家把火锅陈列形象确定下来，对陈列资源进行规划，火锅底料、蘸料、芝麻酱、宽粉、火锅面、凉菜、锅、纸巾等等并进行了相关的关联陈列，陈列完毕我们做了火锅丸子试吃，火辣辣的火锅吃起来，现场体验顾客都积极参与，顾客品尝后对丸子的品质给予一致肯定，并购买了火锅类产品。9日-11日火锅食品类三天销售额较去年同期增长了0.34万元，增长比例为85%，销售的增长更加激发了我们冲刺的信心。
□ 莒县新玛特 张丽

2018年已经过去10个月，我们当初的“一定达成，必须达成”的口号还在耳边回响，牢记心中。回想这10个月，我们始终坚持以顾客经营为中心的经营理念，完成柜组便民项目6项，方便了顾客，得到顾客一致好评；为了达成销售，认真对待每个精彩五六七，积极沟通供应商洽谈顾客感兴趣的货品，每次沟通促销品不低于8个单品，重大节日卖场内的叫卖声不绝于耳。虽然我们距离全年目标还有一定的差距，但是我们一定会抓住2018年的尾巴，搞好每一场节日促销，洽谈好我们的店庆日，圣诞节，元旦，精彩五六七。紧盯目标必达成！
□ 莒县新玛特 苏兰兰

站在2018的年末，回顾这一年的路程，感谢有公司这么好的平台，让我们接触了更多的新事物，学习了更多的商业前沿的知识。尤其公司引入的阿米巴经营哲学，以及六项精进的学习，散天爱人的思想和积极向上的思想态度，这些应用到工作中都是获益良多。同时，在这一年里，我们在公司阿米巴改革落地中学习、历练、成长，从对阿米巴门外汉到内行人，从对阿米巴预算懵懂迷茫到越来越清晰掌握，这种从迷茫到坚定的历程，离不开公司无数次的悉心指导和细致培训。这一年，注定是不平凡的一年，让我们一起携手奋进，回顾总结再出发，竟未竟之业，行未成之事。
□ 日照店 刘瑞淑