



## 绘好转型施工图

# 商业公司加快区域门店转型专题会召开

本报讯 “转型的具体方案在哪里？”2019年，转型是公司发展的重点，而董事长年会上这一发问，成为落实重点工作的核心点。

为加快挖潜转型增效，提高挖潜转型落实效率和效益，3月22日、23日，商业公司分别召开了莒县区域、岚山区域门店“加快门店挖潜转型”专题会议。商业公司执行总经理张守岩、百货事业部总经理钟玉梅、超市事业部总经理张永勤出席会议，门店总经理、中层、主管及员工代表，超市采购部以及百货招商部代表参加会议并积极发言。

对转型的理解和认识：现在所做的工作；需要公司、事业部提供的支持、政策；围绕业绩提升价值点落地的具体举措是会议的主题。

“未来很好，当下更重要”。发言过程中，围绕转型具体工作和政策支持展开了研讨，门店和采购代表就经营和管理的不同纬度，根据实际工作分别研讨了商品汰换、项目自营、会员及微信群管理、异业项目引流、商品力打造、服务力提升等方面的挖潜转型，以及商品结构优化、空间资源挖潜、闲置低效合同挖潜、营销推广支持、门店业务帮扶和服务提升等维度。

例如，莒德福莒县店提出汰换现有熟食柜供应品，优化奶粉品牌，增加进口奶粉品牌，对洗化产



莒县区域“加快门店挖潜转型”专题会议

品推进落实全员营销，洽谈提供流量爆品；新玛特购物中心岚山店推进化妆品现场体验场项目、超外创意家居项目，对小家电区域整合调整；莒德福岚山店对水果区货架升级，生鲜食品与干性食品货架调整等。

转型是全员参与的转型，是全员积极寻找新的增长点，新的增长点，新的费用率降低。会议强调，落实好董事长年会上提出的“业绩导向、结果导向”要自上而下，层层分解年度重点工作，逐级负责，人人肩上有责任、有目标，全员有清晰的目标

指向力，坚定不移的推进公司改革转型。要深刻解读包括“全员转型”在内的“一个中心、两个导向、四个务实、五大关键词”等公司战略的深层内涵，让参会者的思想意识高度统一，再由大家把这种思想和意识传递给我们每一位员工，确保各级经营管理者“听得懂、理解透、做到位”，保证“方向对、干的对”。要求各级管理者，通过“定目标、拿措施、细量化、盯跟踪、严考核”的模式，围绕目标和做好“绝度分解、过程分解”，并跟踪推行、达成落实。更要训练专业化的思维，全员学会“聚焦、专注、专业”，不解决不放手，打造专业高效的运营团队。

会上，还分别强调了全员开拓团购，以及进一步转变

风、重实效，突出重点，敢于亮数据、亮数值，用事实说话。

会议给大家传递的是一种压力，更是动力。会后，各门店第一时间落实跟进资源挖潜转型工作，莒德福岚山店立足当前发展形势，重新打造价值点，加快门店转型；莒德福莒县店转型方案已于3月25日完成制定并上报事业部；新玛特购物中心岚山店也将于4月5日之前上报转型方案，莒县、岚山两区域门店转型施工图已跃然纸上。

□ 本报记者 支惠 超市采购部 陈训国

## 夯实经营基础

# 新版合同文本修订工作落实完成

本报讯 为贯彻“敢于担当，狠抓落实”的年会精神，更好地落实转型重点工作，提高资产资源的使用效率，3月30日，新的经营合同类文本已由合同文本修订项目组修订完成。

在此之前，商业公司于3月12日成立合同文本修订项目组，并于3月13日召开了项目组首次工作会议，做了工作部署。

会上，合同管理部经理盛祥娟宣读了项目分工与推进计划，明确了各项目成员在业务经营类合同文本修订中的职责，如超市和百货事业部对市场运营进行考察、对合同进行提报修改，合同管理部组织整理修改意见以及报审，财务部提供财务支持，法务组提供法律支持。根据分工，超市、百货事业部和门店对合同文本进行修订，再由法务组进行法律条款的审核、财务部对财务条款提出修改意见、监察部负责监察条款的审核，严格按照时间和进度

于3月25日上报项目领导小组。随后参会人员就项目计划的相关环节进行了探讨与交流，项目组领导做了工作强调和要求。

3月20日，合同文本修订项目工作进度交流报告召开，总结报告工作推进情况的同时，传达部署了下一阶段工作进度，并对合同修订工作进行了意见交流与汇总。

3月25日，项目组召开了合同文本修订项目第三阶段工作进度汇报会议，会上确定了初步整理修订完成的合同文本，并部署了提报后进一步的修订工作。

经营合同是公司主营业务的基础，公司历来对合同修订工作非常重视，近年来不断修订完善，统一合同文本。合同文本修订对业务和效益的挖潜起到基础保障作用，通过合同文本的修订，最大化地保障公司与供应商双方的利益权益与责任。现如今

对合同文本进行修订是为了配合与适应新形势，更是落实资源挖潜、转型工作的需要。

此次合同文本修订，借鉴同行优秀的条款，适应公司经营实际，采取先强化、后固化、再优化的模式，不断完善我们的合同。修订后的合同文本涵盖面更全，保留原合同版本条款，无删减，对同类条款进行合并、归类，新增合同条款47条。增加合同术语释义26条，进一步规范合同文本；导入信息开发工具的使用；对信誉保证金、商品及供应商证件管理、商品安全、食品安全、验收、质量等条款做了补充强化。重点新增了坪效管理的条款，更有效的保障合作双方的经营效益。

项目后续还将继续完成生效、终止、补充、变更等协议修订，以及合同履约表修订等工作。

□ 本报记者 支惠

## 高层论点

# 落实好年会精神 提升执行力是关键

集团2019年工作的关键词“阿米巴、事业部、全员营销、转型、会员”在今年年会上再度引发全员的关注和热议，年会结束后，如何以干字当头，快字当头落实好年会精神，重点就是提高各级管理者的执行力。个人执行力的强弱取决于两个要素——个人能力和工作态度，能力是基础，态度是关键。所以，想要提升个人执行力，一方面要通过加强学习和实践锻炼来增强自身素质，而更重要的是要端正工作态度。那么，如何树立积极正确的工作态度？就是要在工作中实践好“严、细、实、快”的工作作风。重点从以下几个方面进行执行落实：

(一)要着眼于“严”，积极进取，增强责任意识。

一个人如果没有责任感，那么他无论干什么事都不会积极主动，更不会尽心尽力使自己做得更好。在工作中要养成严谨的工作态度和敢于负责的精神，担当作为，压实责任。责任心和进取心是做好一切工作的首要条件，责任心强，决定执行力度大小；进取心强弱，决定执行效果的好坏。因此，要提升执行力，就必须树立起强烈的责任心和进取精神，坚决克服不思进取、得过且过的心态。把工作标准调整到最高，精神状态调整到最佳，自我要求调整到最严，不折不扣地履行自己的职责，决不消极应付、推卸责任；以认真负责、追求卓越的优良作风履行日百集团2019年关键词。

(二)要着眼于“细”，严谨细致，从细节中取胜。

“细节决定成败”，公司正在深化阿米巴改革，其本质就是进一步划小划细经营单位，人人成为经营者，培养发现更多的经营人才，让每一个划细后的小阿米巴都产生可观的效益，并且有持续增长的能力，从而提升公司整体的经营和管理能力，让公司效益保持持续增长。这就需要全体日百人积极参与投身改革，彻底打开经营思路，围绕价值点的打造，从经营的每一个细节入手，把每一个细节都做到极致，无论是市场份额的扩大，还是闲置资源的开发利用，绝不忽视每一个有价值的细节，付出不亚于任何人的努力，精耕细作，从细节中取胜。

(三)要着眼于“实”，脚踏实地，树立实干作风。

“干字当头，快字当先”，坚决打赢改革转型攻坚战，就是要求全员牢固树立“务必真实，务必现实，务必扎实，务必落实”的工作作风，让踏实勤奋成为全员的工作习惯和重要遵循。“天下大事必作于细，古今事业必成于实”，虽然每个人岗位可能平凡，分工各有不同，但只要埋头苦干、兢兢业业就能干出一番事业，好高骛远、作风漂浮，结果终究是一事无成。因此，要提高执行力，就必须发扬严谨务实、勤勉刻苦的精神，坚决克服夸夸其谈、纸上谈兵的毛病。从小事做起，从点滴做起，一件一件抓落实，一项一项抓成效，干一件成一件，“勿以善小而不为”，积小胜为大胜，以实干取胜。

(四)要着眼于“快”，只争朝夕，提高办事效率。

“快字当先”，“明日复明日，明日何其多”，因此要提高执行力，就必须强化时间观念和效率意识，每个人都珍惜自己的生命，但是有许多人不珍惜自己的时间，总在做无谓的事，弘扬“立即行动、马上就办”的工作理念，坚决克服工作懒散、办事拖拉的恶习，不要经常“等一会”“以后再说吧”，否则将一事无成，特别是管理者，以高效率的工作作风为下级作出表率。“以业绩为导向，以结果为导向”更是基于日百发展的实际情况，这也是日百多年来经营管理实践的提炼和总结，具有很强的前瞻性，为日百持续深入推进“以顾客经营为中心”的战略思想打下了基础。今年我们继续坚持抓好两个导向，工作都要立足一个“早”字，落实一个“快”字，抓紧时间，加快节奏，提高效率。做任何事都要有目的地进行时间管理，时刻把握工作进度，做到争分夺秒，起前不落后，养成雷厉风行、干净利落的良好习惯。

提升执行力虽不是一朝一夕之功，但只要按照“严、细、实、快”的工作作风，干字当头，快字当先，用心去做，持之以恒，久久为功，一定会让公司的年会精神春风化雨，激发全员干事创业的激情，打赢公司改革转型攻坚战，努力开创公司发展新局面

□ 集团副总裁 路宜忠

# 阳春三月春意浓 精彩活动享不停



本报讯 阳春三月，春风送暖，商业公司结合“三八”妇女节、植树节、3·15消费者权益保障日等推出了一系列主题活动。

“三八”妇女节期间，商业公司结合女性顾客的需要，与百省羚联手推出限时秒杀活动。方案一经推出，各门店全员行动，积极建立会员福利微信群，并不断把会员顾客、亲朋好友拉入微信群中，再通过人拉人的方式相互宣传。3月8日当

晚，百省羚公司到各门店进行现场沟通，为拉开秒杀活动的“序幕”共同准备着。19点30分活动一开始，就在群内发布商品的相关信息，让更多的人了解百省羚的产品，收款消息的提示音一直到半夜还在滴滴响着。

各门店还与罗莱家纺联合推出乳胶枕促销优惠活动，并利用早例会时间邀请罗莱家纺的优秀讲解员为大家做了系统的讲解，了解乳胶枕的制作与优劣。超市事业部积极开拓市场，整合厂商资源，联合推出日百九阳第二厨神节。九阳销售代表到各门店进行产品知识的详细介绍，门店还现场制作豆浆、米糊等让顾客品尝，为活动的宣传开展打下坚实的基础。

3·15国际消费者权益日，商业公司各门店组织中层、督查对门店卫生、安全、商品质量等多个维度进行了逐一排查，过程中，尤其对生鲜加工间、恒温库、安全通道等关键区域进行了现场细节的督

导，对存在的安全隐患要求及时整改，同时推出了“日百放心肉”供顾客选择购买。

与此同时为丰富广大女职工业余文化生活，各党支部组织女职工召开了2019年“三八”妇女节座谈会，各门店积极组织开展了丰富多彩的活动庆祝节日，跳绳、拔河、踩气球等趣味游戏，让女职工从工作和家庭的繁忙事务中得到了放松。3月12日植树节，春风迎面送来，当天，部分门店组织植树活动，展现了日百青年们的风采，为环境美化，贡献了日百人的力量。

精彩纷呈的活动，丰富了广大职工的业余文化生活，更融洽了同事之间的关系，增强了集体凝聚力，同时也激励广大干部员工以更充沛的精力和高昂的斗志，全身心的投入到工作中去。

□ 本报记者 支惠



# 人人成为阿米巴改革的助推器

本报讯 为深化公司阿米巴改革，了解各阿米巴改革内部创业的经营需要，提升阿米巴改革项目的落地实效，商业公司于3月14日在集团总部五楼会议室召开了阿米巴改革内部创业项目交流研讨会，商业公司高层、阿米巴内部创业项目巴长以及项目对应的卖场经理与采购招商经理参加会议并进行了积极交流。

与会成员各自发表了观点，提出了政策支持、库存、人员培训以及财务结算等问题，同时提出了将阿米巴项目类别细化，明确分类的模式，鼓励员工提报项目、改革用工问题等建议。针对各巴长、卖场经理、采购招商经理的发言，与会高层做出了指导性的建议，例如，要把社区店定位成一个社区生活空间，而不只是单纯地销售商品的小店，要调整品类结构，选择社区顾客需要的商品进行优化，深度锁住小区顾客；资生堂、钢厂人员使用要灵活；生鲜巴季节性商品出参与改革者与公司签订合同，实行当地直采，预包装商品依托采购部门引进等。

阿米巴改革的核心是独立核算、自主经营，给予经营者更大的决策权与经营权。阿米巴的项目并不是共用一种模式，而是在项目品类的框架下，根据实际情况采用不同的模式。事业部、各级巴长要上下一体，形成一盘棋，不断激发组织的活力，加强服务意识。阿米巴核算、合同管理也要做好及时的沟通与协调，人力资源要灵活运用。

会议强调阿米巴的主旨精神，就是要培养我们的经营意识、经营能力。作为内部员工创业，除了为公司提高经济效益之外，还要贡献其他的价值，像商品力的打造，服务质量的提升，营销模式的创新，导购人员的管理和培训，企业文化和制度的遵守和遵循等。要不断地深入研究顾客的需求，研究商品，研究阿米巴组织的经营和管理，通过内部创业的项目让自己更具有经营意识、经营能力，绝对不能做甩手掌柜。希望创业的人员都能成为我们阿米巴改革的助推器，把每一个巴都打造成标杆和榜样。事业部、门店和职能部门，更要为创业的阿米巴经营者以及未来要进行创业的阿米巴经营者提供最大的服务和支持。

□ 本报记者 支惠

## 干事创业 快字当先

### 促效在行动

# 促效流程运行成效佳

“此次活动是三八女神节，将推出惊喜女王季、专属女王价活动，众多女性商品享受超低折扣，满赠规定金额，凭积分可兑换优质好礼”3月6日，公司各部门员工齐聚会场的聆听着关于三八节活动内容的宣贯，这是三八节活动宣贯现场，也是促效标准流程制定后第一次用于重要促效活动。

“我们对销售、客流、客单、前台毛利、费用等几项重要指标进行了预估，平均增长在8%左右。活动结束后分析显示，各门店销售、毛利均实现了增长，销售增长超过30%，毛利增长超过90%，客流、客单也实现了同比增长。此次活动实现了客流与效益的双丰收，达到了促效的目的。”企划与运营部经理张华接受记者采访时说。

年会上，董事长在工作报告中明确指出，促效活动就是要事前做预算，事中做培训，标准职责从上到下都要有抓手，事后投入产出总结评估。年会后，企划与运营部迅速行动，2月25日形成初稿，随后进行了相关的讨论，2月28日进行上报，随即进入了试用期。“三八女神节”是试用后的首次活动，根据促效流程，制定详细的时间节点，及该时间段内各个单元的具体分工，最终取得了较好的成绩。

促效流程从活动开始前30天便已开始。活动前三十天，企划部门组织相关部门，召开企划促效活动讨论会，明确营销期、主题、方向，形成大纲，同时活动前二十天，在企划部门提交实施方案中，明确了活动效益评估，这在三八节促效活动中得到

## 节能降费提效益

# 能源费分析报表开始运行

现阶段，公司改革转型攻坚战已经打响，为贯彻“销售最大化、费用最小化”，全力提升经营效益，对重点费用严格管控尤为重要。能源费作为公司经营成本中的重要部分，占比较大的比重，直接影响着公司效益的提升。因此，最大限度地降低能源费的占比，将实现经营效益最大化。

每年集团各门店、部门能源费总和近二千万，能源费数据分析迫在眉睫。那么，如何直观全面的管控能源费在经营成本中的占比呢？2019年预算质询会上，公司顶层明确了思路，做了具体要求和指导。公司领导带头，电费能源费用核算到最小单位，直至每一个办公室。

在分管领导、后勤服务部及各门店的努力下，能源费报表应运而生。通过数据的对比分析，将经营过程中所用的水、电等资源，从用量到费用，具体体现在表格中，将全力推进节能增效工作的有序开展。

特别是商业公司各门店，通过横向对比，了解费用支出明细，如水电费使用环节，分析在日后如何节约资源，思考在经营中是否真正注重节约啦，对今后工作具有指导作用。

例如，1月份，岚山新玛特水费高达9028元，较平常月份2000元左右的费用，支出十分异常。经调查了解，岚山新玛特肯德基餐厅出现漏水。然而能源费报表显示，1月份岚山新玛特门店承担6539元水费，供应商水费分摊并未明显增多，处置不合

## 创先争优 争做销售先锋

# 关键业绩指标排名榜

(2019年2月)

### 商业公司年度销售计划完成比例排名

部门	名次
五莲新玛特超市巴	1
岚山新玛特超市巴	2
高德福岚山店超市巴	-2
莒县新玛特超市巴	-1
日照店百货巴	1
五莲新玛特百货巴	2
高德福莒县店百货巴	-2
莒县新玛特百货巴	-1

### 商业公司年度经营利益完成比例排名

部门	名次
五莲新玛特超市巴	1
岚山新玛特超市巴	2
高德福莒县店超市巴	-2
高德福岚山店超市巴	-1
五莲新玛特百货巴	1
高德福岚山店百货巴	2
高德福莒县店百货巴	-2
新玛特购物广场百货巴	-1

## 落实年会精神：信息系统在“消化”



“信息系统2019年的工作重点就是消化新系统，信息系统就是业务本身，事业部和信息部要密切配合，要将富鑫系统的功能发挥到极致。”年会上，信息工作的重点已经明确。会后，信息部快速行动，于3月12日、15日、21日，分别前往五莲、岚山、莒县区域各门店，针对目前信息系统运行中出现的问题进行了第一时间处理。经现场调研及问询，系统运行过程中存在的一些问题，信息部给予迅速沟通解决。

例如，客流量客单价报表9点之前查不到数，目前信息部已及时沟通软件公司重新设计方案，将数据上传时间提前。

商品锁定库存，不能退货，查询原因是商品报损过多，超出报损金额限制，总部没有给予审批，该部分商品会一直被锁定，现阶段已协调门店和事业部，加快审批效率，同时已建议门店认真对待盘点，避免出现盘点条码导致商品出现大量盘升盘亏现象。

因顾客经常将购买的工会福利券卷报，导致券号不清晰，需要增加一个查询储值券号号的程序，因富鑫系统没有在系统显示校验位，解决方案是信息部自主开发一个查询的程序，用于门店核对信息。

配送商品门店退货后，审核效率慢，目前已沟通事业部及物流中心加快退货单据的审核和实物商品的处理，重新完善了操作手册，业务流程中强调了审核时限。

信息部针对以上问题及时进行沟通处理，狠抓年会相关会议精神落地，下一阶段，信息部将紧跟信息系统运行过程中的相关问题，及时优化调整，为信息系统全面服务于门店经营工作扫清障碍。

## 一线观察

# 短板在哪 提升点就在哪

“三八”节座谈会上，门店总经理张晓庆说：“我们要善于发现光环下面隐藏的一些不好的东西，短板在哪，提升点就在哪。”

二楼女装原丝巾区是一片“荒漠区域”，过道对面是一道白墙，毫无生机，“走到那片区域，连看都不想看”。经过门店用心策划和众人的精心装扮，终于打造出了一面“网红墙”，决决绿色，让人一下子感觉到春天的来临，整个女装区变得活力无限，受到店里员工的一致好评。这就是从短板上找提升点。

黄金区各专柜的销售大都由同一班次员工共同销售，提成平分，虽然销售一直不错，但未充分发挥员工的优势。为提升销售业绩，提高员工积极性，老凤祥专柜打破同一个班次“吃大锅饭”的固定模式，改由所有的员工制定个人任务，利用自己的人脉资源、个人优势拉动销售，达成个人任务。正常进店的顾客达成的销售业绩由同班次人员平分，每个人完成个人任务后，给予现金奖励，如果业绩达成更高，奖励翻倍；相反，如果达不成个人任务，会受到相应惩罚，以此激励员工想尽一切办法达成个人业绩，规定刚出来时，员工有抵触情绪，但经过调整很快便投入到工作中。每个人都建立自己的微信客户群，新品上柜、节日促销等发布的很及时，每个客户都用心维护。每个月中，90%以上的人都能完成个人任务，专柜整体销售增长幅度超过20%。

我们工作中，往往是出现了问题不知道怎么办，时间久了，问题竟成为了理所当然的存在。就像“网红墙”，如果不打破常规思维，那片白墙到现在还是“一片荒漠”，老凤祥专柜如果不打破固定分成模式，销售到现在可能还是“平平淡淡”。所以，我们要勇于发现我们的“短板”在哪里，从短板上找提升点，所有的问题都会迎刃而解。

## 改革进行时

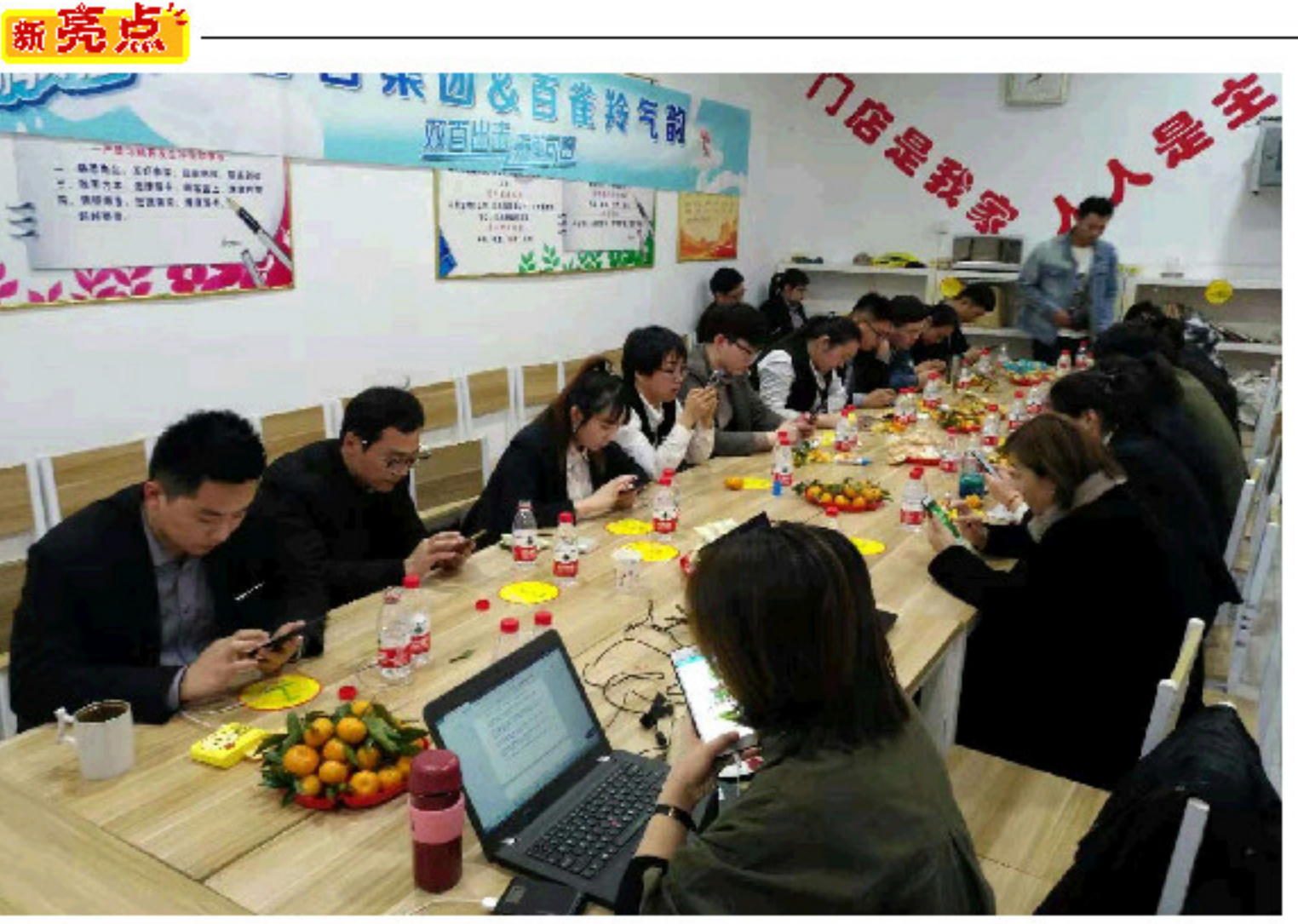
# 跟踪落实表锁定 TCD 改善提案

公司年会中，董事长明确提出了2019年工作的总体要求就是以“四个务实”为工作总方针。在部门TCD改善提案落实过程中，我更加深刻地认识到“四个务实”对工作指导的重要性。

日照店安全部现有合同制员工34人，每月员工提报的TCD改善提案涉及到门店管理的方方面面，为更好地发动全员积极参与公司阿米巴改革，部门多次组织员工，针对如何更好地提高高质量的TCD改善提案进行交流，将董事长提出的“小建议，大奖励；大建议，只鼓励”的精神传达给每一位员工，要求提案从自身岗位中去寻找和发现，奖励“小而实”，杜绝“大而空”，同时对部门内质量较高的TCD改善提案，组织在部门班前会中进行学习和宣传，激发了大家提报TCD改善提案的积极性。近几个月来，部门全员提报的TCD改善提案质量明显提高，安全部作为一个非阿米巴组织，大家提报的方案大都围绕提高服务水平、降低商品损耗、改善工作方法、提升6S水平(整理、整顿、清扫、清洁、素养、安全)改善经营环境、提升顾客购物体验等方面进行。

工作只安排不落实是对工作的极不负责。安全部结合部门工作实际，工作进行积极创新，在部门中推出了“TCD改善提案跟踪落实表”，收到了极好的效果。具体做法就是根据每月员工提报的TCD改善提案，进行汇总、审核、分类，对每条可落实的TCD改善提案指定落实整改责任人，设定整改完成时间节点，责任人在指定时间内必须完成，并反馈部门进行复查。例如，2月份部门员工张云云提报的二楼超市西设置卫生间提示牌的改善提案，来源就是她在超市二楼西值班过程中，经常有顾客询问卫生间在哪里。于是她对二楼西区域进行了查看，发现该区域缺少这样一个提示牌。部门快速行动，指定前班主管王淼在3天内整改，王淼在接到工作安排后，立即沟通美工制作提示牌，并在第一时间将提示牌放置在二楼西指定位置，既方便了顾客的使用，又提升了顾客的满意度。对于不属于部门职责，部门确实不便于落实整改的，则由部门经理负责沟通相关部门整改落实。例如有员工提报，门店南门外包柜经常报故障，不能正常使用，部门指定责任人为张传林。张传林立即沟通客服部李经理，查看情况后，李经理联系了包柜售后人员，及时到店进行了维修，方便了顾客存包，提升了门店的服务水平。

事虽小，不为不成。通过TCD改善提案跟踪落实表，确保了部门提报的改善提案件件有落实、有反馈，敢于担当，狠抓落实，提升了顾客的购物体验，促进了TCD改善提案的真正落地。



## 会员群营销助力阿米巴改革

为全面落实年会精神，贯彻落实董事长提出的重点抓好会员工作的精神，3月7日—3月9日百货事业部联合上海百省龄气韵公司举行“日百集团&百省龄气韵，双百出击无懈可击”大型会员群营销活动。

现阶段，各门店会员数量较多，会员活跃度较低，且品牌会员多数掌握在各品牌导购员手中。而本次活动首次将日百会员和品牌会员相结合，实现会员资源平台共享。活动期间6家门店积极发动公司管理者建立福利会员群，进群规范严格，要求日百会员、品牌会员，精准会员才能进群，进一步提高群内人员的精准度。

百省龄公司有一套完整的营销方案，并对进群的要求及操作模式进行现场传授。例如某个时间段，发送哪一种内容；并通过群员发“红包雨”的方式，实时了解掌握群员会员活跃度。同时推出5款爆品进行秒杀，此次共计建立福利会员群62个，会员人数达到2万多，通过爆品福利秒杀为线下门店引流5000多人，同时为更多的日百会员提供了福利优惠。为避免非活动期间，群员氛围渐冷，群内由各群主每日定时发送护肤小知识、人生心灵鸡汤等内容，为下一阶段活动的开展提前蓄力。通过这次群营销模式的创新，各门店不但学会了群营销方面的技巧和方法，而且为门店引流作出了极大的贡献，为以后工作的创新提供了思路。

随后，事业部要求会员部对会员福利群的相关管理拿出方案，为会员群营销提供保障。在市场竞争激烈的情况下，如何提高顾客进店率是众商家苦恼的问题，公司通过这种群营销模式的开展，带动了实体店体的客流，为门店的业绩再提升起到了带动作用。

下一阶段的群营销将进一步精准，实现真正意义上的会员营销、精准营销。



### 《日百文化》投稿 (2019年3月)

莒县高德福	25
五莲新玛特	14
新玛特广场	13
岚山新玛特	11
日照店	10
岚山高德福	9
莒县新玛特	6
多福山	6
超市采购部	3
房产公司	1
百货招商部	1
商学院	1
信息部	1
监察部	1

### 《日百文化》采纳 (2019年3月)

部门	采纳
日照店	3
莒县新玛特	3
五莲新玛特	2
莒县高德福	2
新玛特广场	1
岚山新玛特	1
多福山	1
房产公司	1
超市采购部	1
百货招商部	1
商学院	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。

同时征集散文、诗歌、摄影等各类文艺作品，《日百文化》希望与大家一道，共同打造交流展示的平台，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：  
0633-8022756；  
电子邮箱：  
rbgzys@163.com；  
内部员工可直接通过钉钉传至企业文化部袁启邮箱。  
《日百文化》编辑部

员工风采

# 热心肠 暖人心 耐心细致为他人

——记2018年十佳员工陈娜

“欢迎光临百货大楼，请问您有会员卡吗？”

“您好，您消费总共xx元，请问怎样付款？”

“请拿好您的会员卡，欢迎下次光临”

走近日照店收银柜台，看到了一幅“热火朝天”的收银场景，而其中一位“身手”敏捷的小姑娘，始终心无旁骛、严格按照收银流程进行快速的收银，而她正是日照店收银部收银员，公司“十佳员工”陈娜。



## 热心肠的性格

“她比较有大局意识，交给她的工作从不推脱，脏活累活都去干”日照店收银部经理刘晓娟说道。因为收银过程要预先准备零钱，当收银部零钱不足时，陈娜就会第一时间主动到银行换零钱，换零钱并不是一次两次“跑腿”，这本不属于她做的工作，她却总是主动担起责任，用自己的实际行动为部门排忧解难。而有时部门经理因为其他事物比较繁忙，忘记了某些事情时，陈娜会第一时间提醒经理“是不是该收电费？是不是该要购物袋了？”总是能够为经理排忧解难。而当需要收银部每位员工签字时，陈娜就会带着需要签字的表格，穿梭在各楼层间，让身处不同楼层的收银部员工签字，已然成为经理身边的“左膀右臂”。

而她的热心肠不仅仅体现在工作中，春节期间，公司员工发放日百花生油福利，日照店员工需自行前往新玛特进行领取，“我去一趟，一个人开半去是那

个油钱，拉一车也是那个油钱，还不如一起给同事们带着”于是她就主动地询问还有没有领花生油的同事，需不需要帮忙携带。最终她携带了一车花生油回到了店里。

## 耐心细致是责任

“我的性格比较急，收银速度会快一些，尤其是看见收银台排队比较长，那心里就更加着急啦”，陈娜说道。她心想着，收银快一点，顾客等待的时间就会短一些。速度加快，意味着他需要更多的耐心与细致，为顾客提供服务。在日常收银中，她也极少出现收银错误的情况。

当为顾客收款完成后，她会主动告诉顾客，会员卡内还有多少钱；对老年顾客，她会在输入会员卡号

后，主动询问顾客的姓氏，为顾客提供精细化服务；对于那些行动不灵活的老人，她会绕过收银台，先帮顾客把商品拿到收银台上，扫码过后，再为顾客装进购物袋，并送到购物车上；如果是小朋友自己来购物，就会告诉小朋友，找出的零钱拿好，不要弄丢了。她的周到服务总是能让顾客高兴而来，满意而归。

“任何事不一定要找经理，咱自己能解决的，就尽量自己解决，经理日常工作也十分繁忙”，她说。有一次，一位顾客来到了日照店收银台，询问陈娜：“你们经理在哪？”大部分员工的第一反应可能就是按照顾客的要求，直接联系经理，但陈娜一想，需要首先问一下顾客有什么事情，自己能否为顾客解决？通过与顾客交流得知，当时在顾客付款的时候，遗漏了一件商品，现在想起来找回这件商品，于是，陈娜仔细的为顾客寻找，找到商品后，仔细核对顾客提供的购物小票，经核实无误后，便让顾客签字领走了这件遗漏的商品。

她的耐心、细致不仅体现在日常工作中。在2018年她带了4名徒弟，她会根据每个徒弟的脾气、性格以及悟性不同，给予不同的帮助方式。对好动无耐心的徒弟她就严加管束，耐心帮助；对内向的徒弟就努力开导，让其多与内部员工和顾客交流，让其多接触顾客，锻炼其与顾客的交流能力；对悟性差的徒弟，她总是耐心地，手把手地教。对出现的差错，利用下班时间和徒弟一起找原因，无论是什么样的徒弟她都会将其教会，就像一位知心大姐一样，对这些小徒弟们一直不离不弃帮助指导。

四年多的时间，陈娜始终扎根基层，设身处地地为顾客着想，为顾客热情服务，成为了部门和顾客的“贴心人”。

□ 本报记者 纪为军

### 身边人身边事

# 以心换心 方能赢得顾客

日前，收银员小董在班前会上分享了一个服务案例，当时小董在东门北收银台值班，一位拄着拐杖的老大爷有些吃力地拎着购物篮前来交款，对台子上的收银员费立娜立马跑过来，帮助顾客将购物篮里的商品逐一放到收银台面上，并帮助装袋，老大爷非常感动，连竖大拇指，夸大楼人的服务就是好。这是日照店收银员费立娜在践行“以顾客经营为中心”过程中，关心扶助老弱病残顾客的一个小案例。她常说，以心换心，方能赢得顾客。

用心对待顾客，赢得顾客信赖。有一次我在前台值班，一个大爷和我打听费立娜在哪个台子收银，说要找她交款。我问他为什么舍近求远，非得找费立娜交款，大爷笑呵呵地来了一句：“她能记住我的电话号码，找她付款放心！”原来，一些年龄大的顾客有时忘记带会员卡，又记不住自己的电话号码，费立娜看在眼里，便用心记住了这些经常到大楼购物的电话号码，久而久之，这些顾客每次来购物，宁愿楼上楼下地跑也要找费立娜交款。

热情、耐心、周到的为顾客服务。“您好，欢迎光临！”“慢点儿，不用着急！”“谢谢光临，您慢走！”在服务过程中，经常看到费立娜面带笑容地招呼每一位顾客。良言一句三冬暖，恶语伤人六月寒，费立娜深谙这个道理。她说：“不管自己的情绪如何，顾客来咱这儿购物，咱就得笑脸相迎，暖语相待，这样人家下次还愿意来。”话很朴实，难的是她十年如一日地坚持。

收银过程中，费立娜严格按照“收银八步曲”服务流程接待顾客，本着认真负责的态度，她仔细核对扫描的商品名称和价格，及时发现称码错打和价格不符的商品，妥善为顾客处理，使得顾客满意。工作之余，她经常去卖场熟悉标码会价的商品名称和价格，顾客交款时能第一时间指出这些商品需要使用会员卡才能享受优惠，鼓励顾客办理会员卡，既使顾客享受了实惠，又培养了忠诚顾客。

作为零售部门，每天要接待许多顾客，我们要切实履行“以顾客经营为中心”，就要像费立娜一样始终用心沟通、用心付出、用心服务。站在顾客的角度去为顾客着想，用真诚的心对待每一位顾客，以心换心，才能赢得顾客的心。

□ 日照店 丁翠翠

### 管理心得

# 从心出发 用心服务

在这个消费升级的年代，如何满足消费者的购物体验是我们零售企业需要面对的新课题，所有战略思考的起点都要从顾客的需求出发，提升顾客消费体验、超值心理感受、尊享感等方面下功夫，由价格营销向价值营销转变。

3月6日下午，总服务台接到一位外地顾客打来的电话，这位顾客表示自己在外地出差，因路途遥远自己无法到店给即将过生日的好友选购礼物，她抱着试试看的心态，咨询能否帮忙到名表专柜联系工作人员为其服务并送货；客服员第一时间到门店名表柜联系导购员，并将顾客的需求告知了名表柜的导购员。导购员接到顾客需求后添加顾客微信，并根据顾客的需求推荐了几款商品，逐一将商品图片及每款商品详细的功能用途作了介绍，经过半个多小时的微信交流，顾客选中了一款商品，并告知朋友的具体地址，导购员将礼品包装后及时将商品送到顾客朋友的手中，顾客朋友对日百的服务赞不绝口。

在销售工作中顾客真正购买的不仅仅是商品，而更多的是我们亲情的服务。我们只有不断了解顾客的需求，用心做事，用心服务，才能赢得更大的市场。

□ 莒县新玛特 张立暖

# “傻傻的”执行还是“聪明的”变通

执行力是老生常谈的话题，我们也深知它对企业的重要性，虽然企业发展是多种因素促成的结果，但可以说，一个企业生存和发展的关键在于执行力是否到位，因为要完成企业的最终目标，就要靠员工的执行力把目标变成现实，因此，对企业的兴衰起着决定性作用。

“千字当头，快字为先”，如何干？如何快？就需要一支具有完美执行力的杰出团队；就是要构建不讲任何借口的行为准则，否则还是会停留在喊口号的层面上。房产公司自与南京顾问公司合作以来，顾问公司总经理经常与我们全体员工交流的一个思想就是：“少喊口号，多干实事”。企业最缺乏的不是聪明的员工，而缺乏的是“傻傻的”执行者。企业的核心领导层够聪明就够了，如果员工都是非常“聪明”的人，就会对领导层的决策进行权衡变通，或是提出一大堆的意见建议，最终让落实成为领导与员工之间的拉锯战。记得华为任正非对刚入职就大谈特谈的员工说过，该员工是不是脑子“进水”了，要么给他治病要么让他滚蛋！我们一直也强调对员工的“大建议只鼓励，小改进大奖励”的原则，可见我们需要的正是踏实执行的员工，而不是“聪明的人”。我在部队服役的时候，连长和指导员常挂在嘴边的一句话就是“执行命令！不要问为什么”。军队和企业是一样的，没有强有力的执行团队怎能打胜仗。

创造不讲任何借口的思想氛围，使其融合在企业文化里，使之成为企业每个员工的一种守则，一种信念和一种精神力量，是一种负责敬业的精神和服从的态度，从而以高度负责的使命感去对待并做好本质工作。但是，要使执行力文化不流于形式，就应当从本企业、本企业的特点与实际出发，制定出便于接受和利于执行的具体考核内容。

坚强有力的领导是提高执行力的前提，身教重于言教，要求下级做到的，领导者必须先做到，在这一点上陈总给我们做出了很好的表率，亲临现场指导示范，同时要求各部门主管也要下沉到员工中间开展示范工作，公司上下凸显出热情高涨的工作氛围。

建立强有力的执行文化，还要培养员工对公司的忠诚。要想员工对公司忠诚，公司首先要对员工忠诚，要履行对员工的承诺，关心员工的起居生活，这一点我们公司在做的很好。其次，培养员工的奉献精神和服务意识，人不是天生就有奉献精神和服务意识的，允许大家在决策前提建议，一旦做出了决策，就坚决执行，服从不是被动的、抵抗的服从，而是主动的服从。长期以来我们总是认为忙销售比什么工作都重要，忽略了如果心不在，一切都是“瞎忙”。

□ 房产公司 李伟

### 一线见闻

# 戮力同心求突破 凝心聚力拓业绩

三八节即将到来，这场销售之战如何打响？

备战——兵马未动，粮草先行。采购部的同仁们调研一绕，确定低效品方向，洽谈力度大的促销活动，指导供应商进货。超能皂粉、阿道夫、蓝月亮、纳爱斯商品等陆续到达卖场，一个个琳琅满目的地堆地而起，一排排五花八门的异形陈列整齐排开，一张张醒目易懂的POP高高悬挂，价格调整、测试完毕，促销准备工作，完美收官。

用策——转变方式，提升业绩。超能皂粉箱装促销价较低，为了避免造成恶性竞争的影响，不允许在卖场陈列销售，只能以内部员工内购优惠的方式进行售卖，但库存仅靠内部消化有一定难度，我们灵机一动，何不采取满额换购的方式来促进销售呢？于是我们将整箱销售拆分成单品销售，根据整箱价格核算出单品价格，在换购现场，还增加一些价格比较敏感的纸类用品的换购，这种灵活多变的方式既满足了顾客的需求，又给顾客提供了性价比较高的商品，还树立了门店良好的价格形象。

重赏——众人划桨开大船，同心聚力出业绩。去年三八期间日化类商品团购销售业绩较好，今年没有团购，销售该如何弥补？缩短这一差距，唯有调动部门全员外拓。除门店外拓奖励方案，部门还增加了根据品牌提成比例直接兑现，外拓业绩优秀者给予奖励的方案，连续利用两天早会做销售动员，全员迅速行动，转发促销信息、微信群内联系、电话询问，一时间前方捷报不断传来，员工送货激情高涨：骑着电动车到亲朋好友家中、单位、门面房中送货，驱车几十里送到乡镇农村，先行为顾客购买存放，等待顾客自行来取，三八期间涌现出了很多业绩不菲的日百人……众人拾柴火焰高，众人添砖起高楼，全员齐上阵，外拓金额累计完成情况优异。

困难面前我们要有巨大的求生勇气，面对区域竞争激烈，客流下滑较为严重的现状，提升销售困难可想而知。但我相信，困难难不倒时刻准备的人，难不倒用心求变的人，难不倒情同手足、奋发自强的人，难不倒心怀希望有责任担当的人，2019年公司在转型、挖潜等多方面突破，我们加强有同心同德、凝心聚力，跟上公司的步伐，在求新求变上求文章，在开拓创新上下力气，只有全员努力，才能争创日百辉煌的明天！

□ 莒德福莒县店 杨石玲

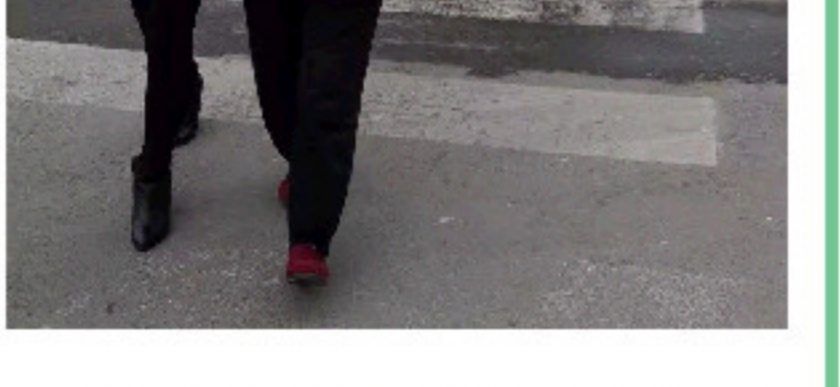
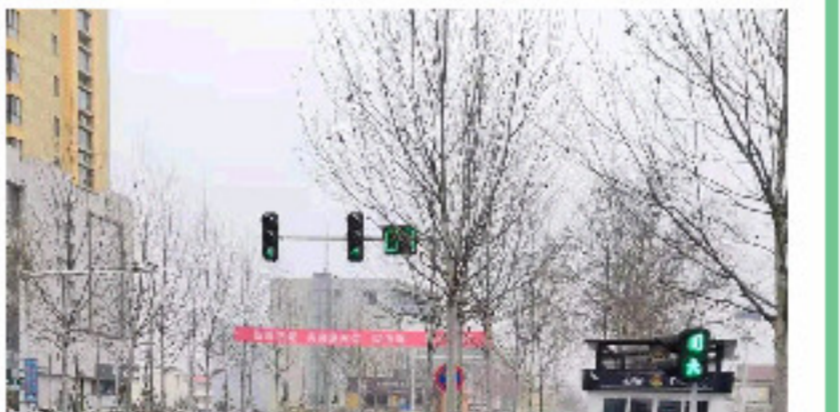
# 拾金不昧品格高

2019年3月16日晚上8时，一位顾客和家人在新玛特购物广场超市区域购物时发现，自己随身携带的手机不见了。手机内存有长期以来的联系人方式和与工作密切相关的APP，相关资料没有备份，一旦丢失，将给工作和生活带来巨大的麻烦。此时天色已晚，商场内人流密集，顾客虽觉察到找回手机的希望渺茫，但仍然抱着一线希望，向总台反映了情况。由于不确定丢失手机的确切位置，找寻难度增大，卖场应急部门的工作人员第一时间调取从收银台到停车场等多处监控帮忙寻找。并与停车场工作人员沟通，发动了多名人员帮忙寻找。通过一段时间的搜查，位于停车场北入口外传来了消息，有一位姓王的安全员在停车场捡到了一部手机，并交到了停车场。随后在工作人员带领下，顾客到了北入口外，确认手机正是其丢失的，且完好无损。

事后，顾客对参与搜寻手机过程中的人员，表示了诚挚的感谢，并为门店送来了“拾金不昧品格高 传递社会正能量”的锦旗。

拾金不昧作为公司长久以来的优良传统作风，一直被不断传承，始终为顾客提供优质的服务，急顾客之所急，将顾客的事情当做自己的事情，才能赢得顾客的心。

□ 本报记者 纪为军



阳春三月，春暖花开。3月5日学雷锋纪念日，五莲新玛特组织服务志愿队走进大街小巷，帮助老人、孩子过马路，到附近公园清理卫生等；3月8日国际妇女节，各门店组织开展了拔河、踢毽子等丰富多彩的趣味活动，广大女职工尽情享受节日的欢乐；组织女职工代表召开三八妇女节座谈会，分别就阿米巴改革、资源利用及半年会精神的落地展开讨论，提出改进建议三十一条；3月12日植树节，莒县新玛特组织团员青年，参与万人植树活动，为美化环境，贡献日百力量。三月这个万物复苏的季节，日百人正在用自己的行动，展现出我们昂扬向上的新风貌！



# 敢于担当 狠抓落实

## 扑下身子干

作为经营管理金奖获得者的周志芹经理参加年会回来后，放下奖杯就扑下身子展开了工作，反复排查工作区域，一追一追地理清工作思路，在她的规划下，一楼两个内仓被整理出来，实行对外招商。

在整理内仓的过程中，因为工作量较大，对外招商前景不明朗，有的伙伴提出异议：这样是不是白费劲，能实现招商吗？周经理拍着胸脯说：“放心吧，我小算盘的名号可不是白叫的。”紧接着她就跟大家分享自己的工作思路：“一楼的内仓对外都有门口，可以直接独立对外营业，用作仓库、美容机构、培训机构等进行差异化的经营，不但能够实现租金的收益还可以带来更大的客流，把通往卖场的门脸起来之后就无需担心卖场内安全问题，对于大功率电器在签合同的时候约法三章，增加检查频率就可以了。”

听完周经理的工作规划之后，伙伴们恍然大悟。但是从开业以来的物料、立柱、层板都放在内仓中，商品也都堆积如山，如何将眼前的难题快速有效地解决成为摆在大家面前的拦路虎，周经理跟大家说：



“去践行和落实，想千道不如干一道。”说完便对于眼前的工作进行了安排，商品和物料首先在卖场内冲货和存放，层板和立柱等固定资产搬到五楼的仓库，对于不用的版面和纸壳及时进行清理。人手不足，周

经理又请其他部门的伙伴们帮忙，在周经理的带动之下，伙伴们累了也顾不得歇一歇，渴了也顾不上喝口水，每个人的身上布满了尘土，脸被染成了“花老虎”，但在寒冷的天气中，伙伴们仍然浑身散发着干劲。经过一天的奋战，乱糟糟的内仓焕然一新。

当内仓被整理出来之后，周经理又协调美工唐燕清利用门店微信平台对外发布招租信息，人事行政部经理宗晓燕组织门店全员对招商的信息进行转发，负责对外招商和团购的王纪磊经理，利用自己的招商渠道和团购渠道对外进行宣传，经过门店全员的努力，周经理的电话瞬间被询问和寻租的打“爆”了。听到这个消息，伙伴们的脸上洋溢着胜利的笑容，每个人的努力没有白费。

最终，内仓实现了对外招商，实现了收益，以后将继续利用这一成功的模式对外招商。在激烈的市场竞争情况下，公司及时的提出资源挖潜的目标，周志芹经理正是在这一政策的引导下，实现了资源的挖潜增效。

□ 莒县新玛特 岳孝飞

### 员工视点

## 工作要出结果 更需要“外包思维”的检验

年会上新总提出“以业绩和结果为导向，干字当头，快字为先”，那么如何在保证各项工作高效开展的前提下工作结果最佳呢？结合2019年门店年度培训工作，我有以下两点思考：

首先，以结果为导向的高效工作需切实了解工作的目的，并以此为目标来整合资源，寻找方法，勇于创新。

各门店对2019年培训年度计划是本着“提振团队士气”“缺什么补什么”“需要什么培训什么”的原则进行的。但就1月份各店培训情况的了解，依然存在为了培训而培训的情况。如门店级培训对象为新进管理培训生、储干，而非中、基层管理者；内容偏理论轻应用等。究其原因，很重要的一点是工作目的不明确，从自我认知角度出发，未能以结果为导向推进此项工作的开展。

工作态度不等于结果，工作职责和工作任务也不等于结果，要想有好的业绩要以“实际需求”展开对工作的思考。日照店1月份门店级“节日期间安全防范及应急措施”的培训组织方式值得我们学习。内容设计上，就节日期间易出现的17项安全问题重点讲解如何防范及应急措施；过程中尽可能用本企业及本行业案例，结合门店实际情况讲解；在培训技术上，符合门店实际需求，中、基层管理者对节日期间顾客激增情况下安全防范重点与应对方式未必都知晓，故课程内容重实操轻理论，普及了防范与应对措施。

工作目的明确，关系到在工作开展过程中是以“自我认知”还是以“实际需求”为最终目标。以“自我认知”开展工作，常会出现我擅长怎么做就怎么做，或按过去陈旧的已无法支撑实际需求的方式操作的情况，工作易陷于被动，难于创新取得更好的业绩。而以“实际需求”来定义工作目标，可能会出现诸多没有经验可循的问题或按惯常思维方式一时无解，但这些难题却是创新、提效的机会，更是个人能力提升的大好时机。我们都希望自己成为某一领域的专家，一万小时定律告诉我们这很容易，就是在一个领域干十年。这十年每年都要结合实际需求与发展不断创新，而不是一个经验用十年。所以，每一个问题都是我们走向“专家”的垫脚石。踏上去的方式就是以实际需求为目标的解决它。

其次，“外包思维”是检验工作是否到位的试金石。上班不是拿工资的理由，提供结果才是，但提供结果也不重要，重要的是做出的结果客户愿意买单。假设我们每个人都是一家独立的公司，我们每天的工作是否做出成果或阶段性的成果？这一成果是否可以被拿来交换报酬？用内部人的位置，外部人的思维来思考工作结果的价值。我们把这种思维方式叫做“外包思维”。每做完一项工作我们都可以这样问问自己。工作位置在内部，结果位置放在外部，才是检验工作结果是否有价值最好的方式。

以门店培训为例，如果是给外单位进行培训，我们真的了解实际需求吗？我们的内容选择、方式设计等是否会帮其解决问题？是否会被外单位认可从而获得报酬？如果不了解实际需求，不能帮其解决问题，我们需要在这些方面做何改进与提升？这样做出来的培训就一定达成培训目标，成为业绩提升的助力而非鸡肋。

在这个高速的时代节奏下，工作结果只有以“实际需求”为导向，用“外包思维”来检验才能跟上时代的速度。

□ 商学院 曹娟

## 果实落地才叫落实

“8小时之外”可不可以大有作为？微信营销可不可以大做文章？干字当头，干才有答案，干就是落实！3月份公司洽谈百省羚化妆品秒杀活动，门店分配社群名额，每群有效会员必须满300人。为保证会员质量，微商和男顾客不能加入，硬指标下达后，各门店亦发力，争分夺秒地邀请会员，群数字在快速递增，我们心中的喜悦和急躁也一点一点增加，有的会员顾客受到邀请后迟迟不进群，我们就不厌其烦地打电话邀约，宣传秒杀的力度。门店多次开会一起讨论，安排部署工作，统筹秒杀进程。

3月9日晚7点30分秒杀开始，工作人员通过图文并茂的方式介绍产品知识，大家争相竞猜产品价格，

在群里晒单，分享使用产品的体验，一时间群里热闹非凡。群主高艳艳经理直呼：“有困难找群主，买哪样我帮你买，随后加微信好友发红包即可。”订单从四面八方传过来，幸经理收款收得手软。一直到凌晨，购买热潮依然高涨，活动仍在继续，服务也在继续。

我们在干，我们在思考，我们在总结，为什么会取得这样的业绩？这是销售时间观念的突破，“8小时之外”也有业绩可图；这是销售方式的突破，敢想，要咬定目标；这是我们创新市场营销，丰富营销渠道，改进服务品质，跟随顾客需求的突破。

总结经验，再度出发。莒县新玛特学习借鉴百省羚秒杀活动的经验，借助福利群营销的力量，推出羊毛衫

100元3件，群内会员奔走相告，争相购买。百货部“玛丽黛佳口红节，就耀出你出色”活动也提上日程，预热宣传铺天盖地。武广娟主管还创新商品促效宣传手段，下载美拍大师录制视频宣传新品，在短时间内能快温展示我们多款商品的特点、卖点及促效折扣，突破了一个视频原来只能录一个商品的极限，唤起顾客购买欲望。视频一经上传，群内呼声一片，纷纷反映视觉效果好，简单、高效、秒懂，还可以书写成TCD提案推广应用。

年会过后，日百人干在实处，冲在前列，让干字和担当成为我们日百人的鲜明特质！

□ 莒县新玛特 赵淑妍

## 陈列提升销售



商品陈列是为了达到美化店面、引导顾客消费，良好的商品陈列布局不仅可以营造出“精品”的氛围，还可以突出商品的质感和一目了然的特点，便于消费者寻找和提取。能从顾客的角度出发才是好的商品陈列。

1、商品让顾客容易看见  
服装产品的陈列就要让顾客容易看得见，这样才能够激起顾客的购买兴趣，所以服装产品陈列的时候一定要足够吸引人的眼球，这样才能起到让顾客眼前一亮的感觉。在陈列的时候，最好能够保证产品陈列生动化，这样才能引人注目，吸引顾客。

2、商品让顾客容易找到  
既然顾客是被我们的服装产品的陈列所吸引过来的，那就要让服装产品容易找到，这样才能够快速促成交易。如果顾客走进服装店面，却发现找不到自己需要的服装产品，这样会降低在顾客心中的地位，也会破坏在顾客心中的形象。所以服装产品陈列的时候，要保证产品全部展示出来，让顾客觉得，在服装店内产品丰富多样，然后分类陈列产品，这样便能够让顾客找到自己所需要的服装产品。

3、商品让顾客容易拿到  
服装店的产品陈列要让顾客容易拿到。当顾客看到服装产品陈列的效果很好，便会想到用手去触摸，去亲身体验，所以服装产品的陈列要注意三个重点位置：与眼睛同水平线、与胸同水平线、与腰部同水平线。服装陈列能够给予顾客更多接触产品的机会，便能够促成更多的交易。

4、商品让顾客容易比较  
很多顾客在选购服装的时候，总会拿不定主意要不要购买，或是要不要购买看中的那一件产品。如果服装产品的陈列，能够让顾客快速消除心理顾虑的话，自然能够快速促成交易，这就需要在产品陈列的时候，在主推产品隔壁，陈列一些衬托的服装产品，或是有对比性的服装产品，这样能够让顾客容易比较，当顾客通过详细比较后，自然能够下定决心。

充分发挥陈列对销售的作用，商品陈列做到以消费者为中心，以消费者的需求为导向，根据消费者的消费心理和行为习惯，采用科学方式展示商品特性，从而达到树立形象、吸引人流、刺激消费，从而提升销售目的。

□ 新玛特购物广场 姜连丰推荐

## 自我加压，砥砺前行



2019新年伊始，景区举办了“新春花灯会”，取得了较好的宣传推介效果，同时实行了新的收费政策。

改变了景区开园以来春节期间初一至初二免收门票的现状，全体员工加班加点，实现创收增收，给景区工作开了个好彩头。

奋战之余，在工作中仍有部分干部员工缺乏担当、落实的思想意识。针对此现象，我们通过例会、集体学习等模式强化员工思想意识，让员工充分认识到工作要有担当，有落实，不同岗位的员工要明确自己应负的责任，一级抓一级，一级带一级，各负其责，层层落实。

2018年多福山公司全体员工戮力同心，取得了较为优异的成绩，但成绩只能代表过去。2019年随着周边景区对现有项目的效仿，市场竞争进一步加

剧，我们必须不断创新推出新项目、新活动，才能保持住对游客的持久吸引力。

景区将持续做好活动策划，清明节即将来临，活动洽谈正在紧锣密鼓的进行中，我们力争创新突破，使各项活动办得更加精彩，吸引更多的游客，达成2019年的各项目标。

□ 多福山公司 刘云霞



食品部响应年会精神，狠抓基础管理。首先从最基本的早例会开始，改变原来早会队形，让员工面对面。大家为对方检查仪容仪表，美好的一天从精神面貌开始，进行直观的交流，让每一位伙伴感受到来自家人的问候，增强了团队凝聚力。同时丰富了早会内容，除了正常的工作安排、班前三件事的分享外，增加了赞美对方、同唱一首歌、趣味游戏、激情舞蹈等不定时的早会内容，激发员工一天的工作热情，并利用多余的时间现场学习企业文化、现场管理、业务技能、服务用语等切合实际应用的的基础技能，增强员工基础能力，鼓励员工向人人成为专家顾问型员工的目标不断努力。

□ 五莲新玛特 高华丽

因为工作的调整，酒水饮料课和粮油课进行了合并，人员缺失和熟悉商品成为了我面临的第一难题。接手的第二天，方便面排面因为价签以及保质期问题，连续登榜，我认识到了问题的严重性。以前排面未做到易拿易选的陈列要求，陈列杂乱，不能够满足顾客选购的要求，所以导致多个单品临期及价签不符的现象。既然找到了问题的根源，说干就干，我和柜组的伙伴对排面进行了彻底的调整，所有商品进行扫雷式排查日期，无一漏网，各位伙伴分工明确，用了一下午时间把所有的商品陈列完毕，做到所有商品按照先进先出、一货一签的陈列原则，很好的杜绝了顾客选购的问题。

□ 莒德福莒县店 于立静

年会后，安全部明确抓落实的鲜明信号，把消防安全工作放在重要位置。组织安全部全体人员学习消防设施功能，培训全员正确使用消防器材。

□ 五莲新玛特 房延安

## 春季护肤常识



1、适时更换护肤品  
春天皮脂腺分泌旺盛，此时若感觉皮肤干燥，主要是缺水或油水不均衡导致，并非“缺油”；大家在使用护肤品时，应使用油性少、水分多的中性乳液。

2、清洁工作要做好  
春天气温升高，皮肤细胞新陈代谢速度加快，汗腺、皮脂腺分泌旺盛，再加上空气中过敏原较多、细菌亦较活跃，为避免污染堵塞毛孔，每天外出后应仔细清洁皮肤。

3、防晒工作不懈怠  
多数人都不知道，晒黑其实是从春天开始的。春天虽无夏日的炎炎烈日，但干燥多风、紫外线强烈。

4、“内外兼修”保健康  
勤饮水，保证充足睡眠，应加强营养，注意调节情绪等。皮肤专家温馨提醒，预防皮肤问题很关键，但是万一出现皮肤问题，应当及时就医，避免更大的肌肤问题。

□ 日照店 刘新梅推荐