

日百文化

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.ribagroup.com Email: rbqywhb@sina.com

2016年10月14日 星期五 丙申年九月十四 第10期(总第165期) 本期四版



辞中秋迎国庆 占金九抢银十



开始了“丰收的喜月”、“竹月泛影”……沉醉于流光溢彩的美月之余，不禁敬佩日百粉丝们的摄影技巧，自行车等奖品也是羡煞旁人。

为了提升顾客的购物体验，各个部位的员工卯足了力气，利用夜间时间修整停车场的外围大爷；推着登高车爬上爬下更换促销宣传的美工；检查、修理购物车的电工；拉着拖车穿梭于内仓和卖场的导购人员；奔走在各个角落回收购物车的各部门员工；在停车场上指挥停车的店总……只为一个暖情满满的中秋。

大家忙碌在卖场的各个角落，一个个身影拼出了这个节日里最美的风景。看！9月16日门店迎来第二波客流小高峰，后勤员工主动赶赴卖场，帮忙撑袋子、疏导客流。“今天又是客流高峰，看样子又得延长营业时间啦！大家要加油啊！”这样幸福的“抱怨”在员工间传递。

店庆当日走进门店中厅，饱含情怀的装饰设计，让人垂涎欲滴的生日蛋糕，高亢嘹亮的生日歌，每位顾客都见证了门店的点滴成长。切蛋糕活动现场人潮攒动，软糯的糕胚，甜蜜的奶油，美在

顾客眼中，甜到顾客心里。

告别中秋，十一国庆节接踵而来。国庆活动线上与线下结合更加紧密，参与微信平台“国庆红包”活动，邀请10名微信好友帮忙拆红包，即可打开红包获得无门槛使用的现金券，微信群里被邀请拆红包的信息刷屏。同时每位会员顾客还会获得40元超市电子券、60元百货电子券，“拆红包拆出了50元现金券，加上满减的40元电子券，两百多的商品只花了一百一！”结账的顾客不禁夸赞。

枝头硕果压弯腰，销售达成人欢喜。中秋、国庆促销活动，赢得了消费者的口碑，占领了市场份额，树立了销售信心。 □ 本报记者 刘馨忆



开拓创新 勇往直前 决战旺季市场

集团召开中秋销售总结暨冲刺四季度决战春节市场动员大会

本报讯 9月29日，集团中秋节销售竞赛总结表彰暨冲刺四季度决战春节市场销售竞赛动员大会在集团会议室召开。会议由集团行政总监刘新权主持，集团副总裁路宜忠、焦妍及商业公司部分高层出席了会议。集团职能部门中层参加会议，各子公司以视频会议的形式同步观看了会议。

会上，商业公司副总经理张守岩同志对中秋节“百万奖金”销售竞赛进行了总结，肯定了全体干部员工为竞赛活动业绩目标达成所作出的努力。

此次中秋节销售竞赛，决策准确、充分动员、领导率先垂范、组织精心完备、评优树先、激励到位。涌现出许许多多的优秀的干部和员工，有些员工完成了任务的几倍、十几倍，甚至几十倍，鼓舞和激发了全员的积极性。

张总同时指出，本次销售竞赛活动中还存少数员工工作积极性不高、各级重视程度不一、活动预约登记流程操作复杂等问题。同时活动中存在打擦边球、弄虚作假等情况。

接下来的活动中，将认真分析各门店、部门所提的意见建议，不断完善活动方案，在总结经验教训的基础上，充分发动广大干部员工，凝心聚力提效益。



众志成城谋发展，不断提升公司市场份额，促进公司持续健康发展。

随后，集团行政总监刘新权宣读了表彰决定，授予日照店为“标杆门店”，授予百货招商部、超市采购部和餐饮娱乐公司、集团办公室为“标杆部门”，授予张永兰等十名同志“竞赛销售能手”荣誉称号。

同时宣读了外出考察学习人员名单及考察地点，会场响起热烈的掌声及欢呼。

在斗志昂扬的氛围中，张守岩副总经理宣读了冲刺四季度奖励方案及决战春节“百日攻坚”销售竞赛方案，此次活动较中秋节销售竞赛方案更加完善，奖励层级更加细致，同时加大了奖励力度。在场的干部员工表示，要继续发挥团结一致的作风，采取突破创新的做法，充分挖掘潜力和空间，实现新突破。

最后，集团副总裁、商业公司总经理焦妍做了动员讲话。焦总指出，今年的工作已经进入收官的阶段，四季度的业务发展，既关系到今年经营目标的达成，也关系到明年的开门红。日百作为当地的零售龙头，有着天然的地域优势，在接下来的活动中要树立决战必胜的决心、坚定决战必胜的信心，抓销售、提销售、争市场、抢市场，冲刺四季度。各部门要讲好策略、讲究方法，按照公司统一部署，抓好决战目标任务，调度分析，确保决战目标顺利实现。

各级各部门要上下同心，团结凝聚，充分发挥和挖掘潜力，按照“紧缩、挖潜、务实、突破”的八字方针，大战一百天，圆满达成“百日攻坚”销售竞赛目标。 □ 本报记者 刘馨忆

高层论道

让工匠精神发扬光大

乍听“工匠”一词，会有人觉得它专指一种机械重复的工作者，其实工匠精神有着更深厚的内涵，它代表着一个人对工作的执着、忠诚、精益求精的精神。翻一翻史书，我们不仅看到了世代伟人建功立业的壮举，及文人墨客流传千古的艺术作品，还会看到庖丁怎样游刃有余地解牛，驼背老人怎样拿着竹竿告诉孔子关于捕鱼的诀窍，也会看到卖油翁怎样让油从钱眼里穿过而不洒出一滴。

由此悟到所谓工匠精神，就是尊重你手中的工作，并把它做到极致精细。一块脏兮兮的地板，会在你的擦拭下变得清爽干燥；一根小小的玉器挂件红绳，会在你的巧手编织下，巧妙地与玉挂件连在一起，立马使这件玉挂件便于佩戴并且增值；一堆零乱的商品在你的精心设计摆布下，变成了一个个整齐有序的堆头，让顾客在匆匆一瞥中，留下难忘的印象。

日百集团发展至今，已经形成了以商业经营为主，相关多元化并行的发展格局。全集团公司有管理、经营岗位一百多个，这林林总总的工作岗位，像缠绕的蜘蛛网，像精密的机床，像立体的蜂巢，每时每刻地履行着各自的职责。各岗位肩并肩，手牵手，相互传递，相互咬合，配合默契，推动着企业向前发展。这其中有无数的“工匠”在精耕细作着手中的每一份工作，这“日百工匠”精神可能会默默无闻，但是须臾不可缺失。

“日百工匠”们凭借娴熟的技能，丰富的实战经验和不懈的思考进步，扎扎实实实现了一项项流程创新，牵头完成了一个个重大技术攻坚项目，化解了一个个棘手却对企业十分重要的难题。从“节能降耗”到“峰谷电价”，从冷却塔降噪到冰蓄冷项目，从融资产品开发到纳税筹划，从节能环保项目到绿色蔬菜冷链管理，从理货员到空调工，从现场制作到美工，从薪酬专员到融资专员，像“西瓜作画，巧手雕琢”的德德福岚山店苏兰兰，“妙手美陈，勤劳当头”的岚山新玛特苏艳虹等等。他们当中，有许多优秀“日百工匠”，担负起有些人不愿做、不敢做却十分重要的工作，在继承中改进流程，在延续中创新思路，提高工作效率，增加了企业效益，凝聚起一个个富有激情和活力的经营管理团队。用“日百工匠”精神，诠释着日百企业文化的内涵。

“精益求精”是日百工匠精神最为称赞之处，具备日百工匠精神的人，对工艺品质，对本岗位业务技术有着不懈的追求，以严谨的态度，规范完成好每一项工作任务。小到一件商品销售，大到一项项目工程，每一步流程，每一次营销，“持之以恒”是日百工匠精神的动人之处，具备日百工匠精神的人，他们凭借执着与专注，隔绝外界纷扰，从平凡中脱颖而出，他们甘于为一项技术的传承和改良奉献几年甚至十几年的精力和才智。

时代呼唤工匠精神，日百集团的发展需要更多的日百工匠，我们期待日百工匠在集团公司发展的道路上，演绎更多的精彩，让我们共同努力，搭建日百工匠成长进步的平台，让日百工匠精神继续发扬光大。 □ 集团副总裁 路宜忠

新闻30天

集团召开信息系统研讨会

本报讯 9月27日集团召开了信息系统研讨会，集团董事长、总裁靳照出席会议并做了要求。会上对公司六大信息系统的现状作了分析，对未来信息的建设发展规划作了汇报，与会代表对存在的问题展开讨论并提出建议。

靳总指出，信息工作要保持一定的先进性、前瞻性，提高信息系统的安全性、实用性，注重信息系统的效益性。同时强调，信息系统要按照实惠、安全、实用、好操作、大家满意的方针执行。要求相关部门将现有工作按照紧急程度分类推进、安排部署，当即拿出方案迅速执行。 □ 信息部 苏文平

集团开展“质量安全月”活动

本报讯 9月，集团范围内开展了“质量安全月”活动。各公司、部门积极组织成立了质量安全检查专项小组，以柜组、部门为单位进行了自查自纠，效果明显。

5日-9日，集团安委会分别对各门店商品质量、用电、消防等方面进行了全面严格的检查，并随即召开了现场座谈会。检查中发现，门店存在对外租户的消防、用电安全、商品质量安全督导力度不够；内仓照明灯常亮；消防设施未按要求进行年审等情况。检查中发现问题有些进行了现场落实整改，有些提出了整改方案，明确了时间节点，确保整改及时到位。

20日，安委会将检查的情况在集团范围进行了通报，对发现问题的责任部门进行了相应的减分。同时要求各部门结合通报中列举的问题，举一反三，对相同情况本次没有检查到的进行自查，消除隐患。同时督导各部门，在日常工作中要加强责任心，对于反映出的问题，要有锲而不舍的态度追问到底，遇到困难及时协调。重视日常的巡检，加强日常管理，日常检查要认真细致，不能敷衍了事。 □ 本报记者 刘馨忆

韩友好城市代表来公司考察

本报讯 9月22日，日照市友好城市韩国居昌郡代表团一行，分别对日照百货大楼、新玛特购物广场进行了交流考察，我公司领导对公司的发展现状、经营品类等做了简单的概述，韩国代表团也将带来的产品做了详细的介绍，并表示希望在零售领域加深两城市企业间的合作。

近年来，日照与韩国的交流不断深入，此次考察学习，将在现有基础上继续扩大合作领域，增进友好往来，进一步促进两市的共同发展，也将对我公司的进口商品品类规划与经营，提供新的方向与意见。 □ 本报记者 刘馨忆

房产公司金秋调研销售忙

本报讯 入秋以来，房产公司积极推进改革的同时，加大促销措施、策略的实施，开展集客活动。9月份，房产公司全体人员外出到各村镇拓客调研，掌握一手客户资料，累计获取调研报告及客户信息6000余份。同时，通过与装修公司合作，推出购房送装修等活动，全方位宣传造势，房产公司十一期间全体干部员工抢抓节日市场，下乡发放宣传单页，力争实现十月拓客2万户，促进金秋房产销售再创新高。 □ 房产公司 李娟

经营理念不能虎头蛇尾

本报记者 丁玲

“以顾客经营为中心”的经营理念一经推出，商业公司各门店集思广益，制定了一系列措施：增加新的服务举措、对门店已有的便民服务项目进行完善与规范。一段时间过去了，再来看这些举措，有哪些在不断改进提升？有哪些仍坚持在做？又有哪些已经流于形式，成为摆设？

日照店总服务台，一台饮水机面向顾客摆放着，但饮水机却没有接通电源，想喝水的顾客只能喝未加热的凉水。询问工作人员，得到“可能是忘记插电了”的答复。再次来到总服务台时，“忘记插电”的饮水机在仍然未接通电源。再次询问，工作人员这才拿起饮水机的电源线准备连通。可电源线太短，只能将饮水机的摆放位置、方向进行了调整。电源是接通了，可是如此一来又不方便顾客接水了。

在万德福岚山店发现有的饮水机上放置的是空水桶，甚至旁边有大桶水也不进行更换。了解原因，购买大桶矿泉水的费用需由所在专厅员工承担，“三四天喝一桶，一个月下来也不少钱，当真喝不起了。”无端增加的费用让员工不无怨言。

设置饮水机，为有需要的顾客提供方便，本来是一个暖心的举措，然而为顾客提供的是凉水，又如何暖顾客的心？让员工承担相关费用，费用是降低了，可是却也降低了员工对公司的忠诚度。

“不便民”的便民服务项目岂止饮水机。出发点是好的，做法也是好的，以顾客经营为中心，我们在坚持做好原有的服务项目，做好加法的同时，也应该避免“黑瞎子掰玉米”的做法。要以务实为原则，扎扎实实落实好每一项服务。

“以顾客经营为中心”，万不可声势浩大画了“虎头”，随后便呼声渐小做了“蛇尾”。



集团包扶贫困村工作有序开展

本报讯 9月13日，集团党委副书记、工会主席刘新权等赴包联村开展结对帮扶工作，认真听取了村干部对村内的困难，以及农产品滞销等情况的概述，并积极商讨对接方案，表示将多渠道帮助他们想办法、出主意、谋思路，推动脱贫致富。

随后，刘总一行深入包联村的贫困群众家中，详细询问他们近期的生产生活状况、困难需求等，并为他们送上节日的祝福以及大米、月饼、牛奶等生活慰问品。

自从开展“一对一”帮扶工作以来，集团多次慰问包联村贫困人员，同时充分利用零售企业的优势，帮助包联村解决产品销售问题。今年，在新玛特购物广场、日照店、万德福岚山店等多个门店都设立了“精准扶贫包联村，优质永莲蜜桃专卖”的特卖柜台，切实帮助缺乏销路的村镇解决农产品售卖的难题。

帮扶工作不仅需要政府部门的重视，更考验着企业的责任心。发挥企业优势，从根本上解决包联村的致富难点，需要企业投入更多的精力与耐心。

下一步，集团还将加大对包联村的扶持力度，考虑与包联村形成长久的良性合作模式，推动包联村的发展。 □ 本报记者 刘馨忆





岗位展风采 金秋喜丰收



1 五莲新玛特四周年店庆 2 顾客抽奖 3 顾客品尝店庆蛋糕 4 店外销售颁奖 5 接待顾客 6 检查线路安全 7 推荐月饼

本报讯 金秋季，繁忙时。欢度中秋佳节，恰逢多店店庆，喜迎国庆节，广大干部员工坚守岗位，策划活动、商品备货、接待顾客、销售卡券、安全巡检、卫生清理……在各自的岗位上展现着奋发向上、斗志昂扬的日百风采，取得了不俗的业绩。在此，向节日期间奋战在各条战线上的每一位日百人致敬！



考核工具需规范使用

近期，检查人员在巡店检查中发现，部分门店绩效考核工具使用不规范。在万德福岚山店发现《现场管理指导卡》中，只书写加减分，未详细记录加分原因，并且无主管及员工本人签字。在五莲店发现了类似问题，某柜组8月份《现场管理指导卡》中考核人将员工“管理记录”写在“现场记录”一栏中，虽然对于员工考核进行及时记录，并均签字，但是最终检查日期却全部为8月31日。

《现场管理指导卡》是管理者对员工进行责任制考核的重要工具，旨在有效管理、合理激励。表现好的加分项，鼓励其再接再厉，继续提升；表现不好的减分项，警示其在工作中杜绝类似问题的再次发生，给予相应的指导和培训，并在一定时间内检查整改情况。发现问题及时记录，公平公正，在以后的工作中也有章可循，有据可查。员工确认签字，表示对上级意见认可，服从相关考核规定。这一管理工具与我们的《现场管理规定》相对应。

出现《现场管理指导卡》使用不规范的现象，一方面是相关人员不重视，认为类似工具只是形式，可有可无；另一方面是使用者对公司制度不明确，其上一级管理者或相关部门培训不到位，未在其入职或晋升时就对制度内容、考核工具使用方法进行深入的培训。管理者及相关部门要引起注意，以行之有效的培训使考核工具使用者从思想上足够重视，实际操作中使用方法正确。

考核，考的是日常表现，核的是工作业绩，考核结果是公司发放工资的重要依据，某种程度上来说也是广大干部员工向公司上交的答卷，规范考核是基础，有效考核是目的。

类似考核工具使用不规范的现象屡屡出现，给考核带来极大的不便，是该给大家提个醒了。

□ 本报记者 丁玲 通讯员 张晓青



全城速递 信息到家



因为一名员工正在快件上张贴宣传页

9月初，五莲县城的小伙伴们收到的快件与往日不同，原本灰溜溜的快件穿上了亮眼的“黄金甲”。仔细一看，原来是新玛特购物中心五莲店四周年店庆的活动宣传页，图文并茂，内容详尽，小伙伴们在收快件的同时了解了五莲新玛特店庆的活动内容。

近年来随着网购的兴起，快递产业随之崛起，快递小哥穿街过巷，走过小巷，将一件件快件送到千家万户。五莲新玛特就是看准了快递覆盖面广、宣传直接有效的优势，在五莲县最常用的圆通快递上张贴活动宣传页进行宣传，两天的时间就张贴了四千多个快件，也就是说至少有四千个家庭了解到了我们的促销信息。

“好酒也怕巷子深”，一个促销活动要取得预期效果，除了新颖的活动方案，也离不开切实有效的宣传。而宣传方式并不是一成不变的，时代变，消费需求在变，我们的活动宣传方式也要随之改变。

就已有的活动宣传方式来看，借助电视、网络、报纸等新闻媒体宣传，费用较高；向顾客发放宣传页，宣传面窄；店内张贴DM海报等也有一定的局限性，效果不理想。以快递为媒介，开辟新的宣传渠道，将海量信息以最直接、快速的方式“快递”到千家万户，丰富了我们的宣传方式，值得借鉴。

亲，快递小哥正带着一大波信息向你奔来。

□ 本报记者 丁玲



“麦当劳咖啡案”

——别人的故事告诉我们什么

一位美国老太太在麦当劳喝咖啡，不小心被咖啡烫伤，诉讼后美国法院一审判决麦当劳承担包括270万美元的惩罚性赔偿在内的共计286万美元的巨额赔偿责任，令世人跌破眼镜。这就是家喻户晓的“麦当劳咖啡烫伤案”，其判决争议百出。

这个案子的主角名叫斯黛拉·莉柏克，当时已有79岁高龄。莉柏克搭乘外孙驾驶的轿车，途经当地一家麦当劳快餐店，通过“驾车销售窗口”买了一杯咖啡，售价49美分。汽车行驶过程中，其将咖啡杯子放在双膝之间时一个意外闪失，整杯滚烫的咖啡泼洒在两腿之间，造成“三度烫伤”。莉柏克全家与麦当劳协商无果后，委托摩根律师将麦当劳告上了法庭。最终经调查，麦当劳咖啡的温度比同行业整整高出了大约10-16摄氏度，在1982至1992年的10年期间，麦当劳总共遭到700余起咖啡严重烫伤事故的投诉。最终，陪审团判定，麦当劳不但应当承担咖啡过烫、质量低劣的法律责任，而且由于对顾客的投诉置之不理，对数百起烫伤事故漠然置之，其侵权行为已明显构成了“轻率的”和“恶意的”性质。这样，一杯售价49美分的咖啡，最终造成了麦当劳公司286万美元的巨额赔偿。

虽然，美国老太太并没有获得如此巨额的赔偿，双方最终达成秘密庭外和解。但在保护消费者权益问题上，“麦当劳咖啡案”起到了前所未有的轰动效应。甚至还有贪财好事之徒，连夜赶往麦当劳咖啡，指望“一袋致富”。但是，麦当劳洞察其奸，防患未然，早已将咖啡温度降至行业同等水准，同时在咖啡杯醒目之处标明了“高温热饮、小心烫伤”的警示语，使得趁火打劫的人败兴而归。

尽管很多人认为“麦当劳咖啡案”是一个典型的“过激案件”，这个大洋彼岸别人的故事是我们茶余饭后的谈资，但笔者认为时至今日该案仍然为经营者、商品或服务提供者敲响警钟。近年来，通过电视报道、网络新闻等都可以看到，在商场购物的顾客因商场地滑、有积水、有障碍物、甚至是自己不小心摔倒，或者

在电梯上摔倒还有因各种各样的原因在商场受到伤害，投诉到商场进行处理，甚至最终协商无果起诉到法院的案例。随着我国相关法律法规的日渐完善以及消费者权益意识的不断提高，类似的投诉及案件日渐增多，如果商场不采取相应措施进行预防，很有可能卷入诉争甚至承担赔偿责任，那么商场应如何避免类似事件的发生呢？

第一，首先应明确各项法律规定。《消费者权益保护法》第七条规定“消费者在购买、使用商品和接受服务时享有人身、财产安全不受损害的权利。消费者有权要求经营者提供的商品和服务，符合保障人身、财产安全的要求。”《侵权责任法》第三十七条第一款规定“宾馆、商场、银行、车站、娱乐场所等公共场所的管理人或者群众性活动的组织者，未尽到安全保障义务，造成他人损害的，应当承担侵权责任。”《最高人民法院关于审理人身损害赔偿案件适用法律若干问题的解释》第六条第一款规定“从事住宿、餐饮、娱乐等经营活动或者其他社会活动的自然人、法人、其他组织，未尽合理限度范围内的安全保障义务致使他人遭受人身损害，赔偿权利人请求其承担相应赔偿责任的，人民法院应予支持。”作为商场，为避免类似伤害事故的发生，必须时刻尽到安全保障义务。

第二，商场作为开放性公共场所的管理人，应完善各类设施设备并按期检查检修、危险或障碍处设置警示标志等，确保提供一个安全的购物环境，使他人免受人身及财产损失。例如，应保证地面无积水，易导致滑倒的垃圾、障碍物等，有积水处应铺设地垫，设置警示标志或安排专人进行疏导。

第三，商场应为顾客的人身安全和财产安全而积极作为，在顾客受到伤害时，应积极提供帮助，尽量减少顾客的受损程度。

第四，应完善各类监控系统，确保在商场无过错时，能对其已尽到相应的安全保障义务进行举证。

□ 集团办公室 孙娜

创先争优 争做销售先锋

关键业绩指标排名榜

(2016年9月)

| 商业公司年度销售计划完成比例排名 | | |
|------------------|-------------|----|
| 部门 | 名次 | |
| 营销部 | 日照店 | 1 |
| | 新玛特购物广场 | 2 |
| | 万德福莒县店 | -2 |
| | 万德福岚山店 | -1 |
| 采购部 | 百货招商部女士内衣类 | 1 |
| | 百货招商部运动类 | 2 |
| | 百货招商部男装类 | -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 | 新玛特购物中心五莲店 | 1 |
| | 新玛特购物中心岚山店 | 2 |
| | 万德福莒县店 | -2 |
| | 万德福岚山店 | -1 |
| 采购部 | 百货招商部女士内衣类 | 1 |
| | 百货招商部女鞋箱包类 | 2 |
| | 百货招商部男士内衣类 | -2 |
| | 百货招商部男鞋箱包类 | -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。



正确看待员工的抱怨

在管理中，员工的抱怨常常令管理者头疼。根据吸引力法则，你是什么样的人你周围就会吸引什么样的人，当然，如果自身修为不够，你也有可能被转变成为你身边的人。所以，作为管理者首先要少一声抱怨，多一点阳光，让正能量主导行为，在日常工作中以实际行动影响下属，从而带动整个团队积极向上的氛围。

要正确看待员工的抱怨，找到原因所在，认真倾听。部门经理和柜组主管之间，柜组主管和基层员工之间，都能听到些抱怨的声音。抱怨的产生来源于个体对外界事物的不满和自身利益被侵害，所以一旦身边的人产生抱怨，首先要有足够的耐心，了解根源，看是什么原因引发的抱怨，切忌主观武断。

了解的过程也是疏导的过程。作为下属，首先要认识到自己的哪些行为使上级不满，是落实工作不到位还是执行力出现了问题，借此机会提升自己。作为上级，如果发现下级员工出现了抱怨，要多主动沟通，坦诚布公的与之进行交流，同时要结合日常工作表现进行分析。

其实没有人喜欢抱怨，更没有人喜欢被负能量所包围。如果管理者能为下属提供战胜负能量的行之有效的办法，员工其实非常乐意参与其中，转变心态。

抱怨，是时刻提醒我们如何让工作更加完美的警钟，我们要正确看待，积极应对。

□ 莒县新玛特 何庆杰

《日百文化》投稿 (2016年9月)

| | |
|--------|----|
| 岚山新玛特 | 31 |
| 莒县新玛特 | 21 |
| 五莲新玛特 | 17 |
| 莒县万德福 | 15 |
| 岚山万德福 | 13 |
| 日照店 | 8 |
| 房产公司 | 6 |
| 集团办公室 | 3 |
| 新玛特广场 | 2 |
| 商学院 | 2 |
| 百货招商部 | 1 |
| 信息部 | 1 |
| 督察部 | 1 |
| 人力资源中心 | 1 |

《日百文化》采纳 (2016年9月)

| 部门 | 采纳 |
|--------|----|
| 莒县新玛特 | 5 |
| 莒县万德福 | 5 |
| 岚山新玛特 | 4 |
| 岚山万德福 | 2 |
| 日照店 | 2 |
| 房产公司 | 1 |
| 集团办公室 | 1 |
| 人力资源中心 | 1 |
| 督察部 | 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！

谢谢大家！

联系方式：

0633-8222756；

电子邮箱：

rbqywh@sina.com;

内部员工可直接通过OE传至企业文化部袁启邮箱。

《日百文化》编辑部

社保卡医保个人账户增加新功能



一、可以购买部分商业健康保险

近日市人力资源社会保障部门下发《关于职工医疗保险个人账户资金购买商业健康保险相关问题的批复》，允许承办我市大病保险的商业保险机构开展社保卡医疗保险个人账户购买商业健康保险服务，充分利用社保卡中的医疗保险资金，为参保职工提供多层次的医疗保障服务。

目前批复的健康保险产品险种为：国寿康福两全保险(分红型)、国寿康宁终身重大疾病保险(2012版)、国寿全家福意外伤害保险(2013版)、国寿瑞鑫两全保险(分红型)(2013版)、国寿防癌疾病保险(2013版)、国寿附加防癌两全保险、国寿康欣终身重大疾病保险、康福卡、国寿如意行两全保险、国寿附加如意行意外伤害住院定额给付医疗保险等10个险种。

二、可使用社保卡医保个人账户进行健身消费

为有效增强人民体质，降低个人患病风险，进一步提升市民健康水平，近日我市出台了《关于使用社保卡医疗保险个人账户进行健身支出的通知》，规定我市参保职工可用社保卡医保个人账户在定点健身场所进行健身消费。

通知规定，职工基本医疗保险参保人员到定点健身场所进行规定项目的健身，可使用本人社保卡医疗保险个人账户余额支付健身费用。

□ 人力资源中心李兆青推荐

呼唤工匠精神

技艺从心 功夫在刀

——记“日百工匠”秦泗彩

入公司十余年，在生鲜肉类毛利普遍不高的现状下，利用巧妙的猪肉分割方法，精准的一刀切技巧，带领团队使所在自营生肉柜月均销售额达到近三十万元，成为门店，乃至整个公司的佼佼者。创造这一业绩的就是新玛特购物广场自营生肉柜主管、日百工匠——秦泗彩。

一把拆骨肉刀，一根挫杆，一双灵巧的手，用最简单的工具，最原始的方式，将再平常不过的白条猪拆分。秦泗彩找准切入点，锋利的拆骨肉刀麻利的插入厚厚的皮肉，一划，一拉，拆骨肉随着手的力量在白条猪上划出一条流畅的线条。遇到筋骨交错难以下刀的地方，秦泗彩目光集中，动作放缓，拆骨肉刀轻轻转动。三下五除二，白条猪顿时“柔弱无骨”的躺在案板上，猪肉与猪肉以“决绝”的方式进行了最后的告别。

看到这一幕，记者仿佛看到了手持薄刃的庖丁，手所接触的地方，肩所靠着的地方，脚所踩着的地方，膝所顶着的地方，都发出皮骨相离声，然后“哗啦”一声骨肉分离。

接下来就是对猪肉、猪肉进行分门别类的分割了。前排、大排、精肋排、棒骨、扇子骨，秦泗彩根据不同部位将猪肉进行分割。有的猪骨上夹带的猪肉较少，有的则均匀的包裹着一层猪肉。肋骨条条分明，脊骨节节相连，满足不同顾客的多重需求。“骨头上带的肉不能太多也不能太少，还要分布均匀。”白色的骨，红色的肉，恰到好处的向人们展示着味道的鲜美。

猪骨的分割相对较容易，“软绵绵”的猪肉对付起来可就难多了。“猪皮很厚，力道不够的话会切得参差不齐，视觉效果大打折扣，最终会对销售有一定影响。”多年的岗位工作使秦泗彩积累了大量经验，下刀



时快、狠、准，刀刀干净利落。几刀下去，整个猪白条就被切割成了肥瘦搭配的不同种类的猪肉，大里脊、小里脊、前腿肉、后腿肉、五花肉、精五花、纯瘦肉……多达十几种。

“可以说猪肉分割直接决定着毛利情况，精细的分割既能满足顾客的不同需求，又能最大限度的提升我们的毛利率。”自营生肉柜高毛利的秘诀之一是秦泗彩纯熟的猪肉分割技术，同时也离不开她专业的销售技巧。

“大姨，您来了，今天的黑猪肉肥瘦相间，做包子馅最好不过了，给您来两斤？”“大哥，过来了，今天还要猪蹄？给您挑两个蹄膀？”一走近自营生肉柜就能听到秦泗彩跟老顾客们热情的打着招呼。“家里吃的猪肉都是从这里买的，这儿的猪肉跟别家卖的不一样，怎

么看怎么顺眼。”秦泗彩的业务技能得到了顾客的认可，回头客是销售的主要来源。

不同部位的猪肉、猪骨其肉质、味道也不同，所适合的菜肴更是不尽相同。每当有顾客光临，秦泗彩总是热情的询问，根据顾客需求推荐合适的商品，“红烧肉最好选带肉皮的精五花，肥瘦相间，口感好。平时炒菜用前腿肉，肉质细嫩，做糖醋里脊就要选用里脊肉。”“做红烧排骨最好选精肋排，炖菜的话带颈前排就可以，熬汤最好加根棒骨或扇子骨，味道会更鲜美。”

为顾客推荐合适的商品，使顾客享受到口感好、味道佳的美食，抓住顾客的胃，更抓住了顾客的心。

除此以外，秦泗彩更为人所知的便是她那“一刀切、一眼准”的绝技。按照顾客需求的重量，她一刀切下去几乎与顾客的要求相差无几，肥瘦搭配，总能令顾客满意。根据顾客要求的钱数与商品售价，她还能在脑海中快速核算出所需肉的重。前腿肉嫩，纹理较细，后腿肉筋道，纹理较粗，里脊肉水分含量最大，不同部位的猪肉秦泗彩总是能一眼就分辨出来，肉类的水分含量她也能一眼就看个大概。

不同水分含量的肉类重量不同，同等重量的肥肉与瘦肉其体积也不同，这就给一刀切增加了难度。“从事这份工作这么多年了，多少肥肉搭配多少瘦肉是多少重量，应该怎样切割都心中有数了。”多年的从业经验使秦泗彩技艺精湛，刀功了得。

“十几年只干了这一件事，能把这一件事干好就知足了。”朴实的话语是秦泗彩专注岗位，精于业务的写照。

□ 本报记者 丁玲

员工视点

由“坐商”变“行商”

仙维娜、亮莊8月份推出满138元返100元的活动，接到通知后庄乾梅既高兴，又担心。高兴的是这样的大活动能够拉动品牌销售，担心的是柜组刚搞完品牌内购，内部人员的购买力会不足。

正如庄乾梅所担心的一样，第一天只销售了2000元，情况不理想。第二天分析原因时，庄乾梅认为只在店里销售是不行的，要想促销活动成功必须走出去。

于是我们中午制定了计划，垫付钱款购买商品，先到周边服装厂人员较多的地方试试。跑了两个服装厂，只销售了6套洗发水，价值828元，出去之前预估销售在8000元，现实离预期的距离很远。

没有卖完怎么办？庄乾梅果断的说：“下乡吧，买出来的商品必须卖完！”商量后我们来到了刘官庄，那里有很多吹塑厂，人员较多。刚开始与这里的人不熟悉，销售还是不理想，后来通过熟人介绍，进了厂里，在厂里又碰到了几个经常来店购物的顾客。通过他们的介绍，8000多元的商品全部销售完毕。第二天通过朋友介绍又销售40套，金额5520。四天时间仙维娜、亮莊共计销售39000元。

好的促销必须有好的精神，庄乾梅日常工作中商品知识掌握全面，能够及时解答顾客疑问。她视顾客为朋友，真诚的微笑，贴心的服务打动了很多顾客，从而提高了商品的成交率，提升了品牌的销售，个人的销售业绩在柜组一直名列前茅。而她在销售的过程中不服输、甘于奉献的精神更值得我们学习。

□ 萬德福莒县店 张焕霞

学以致用赢销售

钢琴折，空调衫，小波点，三七腰线……一个个全新的词印在脑海里，这就是专业术语。

在公司的安排下，新玛特购物广场的培训师给我们讲授了关于美学营销等一系列的课程，教室里安静的出奇，每个人都在认真的记录着，生怕错过任何一个要点。为了加深记忆，老师还准备了几十款衣服，进行了现场的搭配指导，并耐心讲解，从合理的搭配衣服，到如何看对人拿对衣，再到商品陈列……一天的时间真的很短，每个人都感觉意犹未尽。课程结束后，学员都说还没听够呢，赶紧回去试试，多卖点货。

回到卖场后，每个人都摩拳擦掌，准备大干一场。其中女装知彩专柜、纤楚专柜的员工把陈列进行了调整，在调整的过程还不断请教周围人的意见。

通过陈列的调整，整个专柜焕然一新，让人眼前一亮。特别是纤楚厅，之前一个特价车放在专柜里，里边的商品乱七八糟，让人没有购买的欲望。经过调整，将特价车撤掉，进行了模特组合、磁石点陈列，整个专柜品牌定位出来了，形象上去了。从陈列调整完，知彩专柜的销售对比之前是成倍增加，这也充分调动了员工的积极性。

学以致用，以实际行动将学到的知识及时消化，并真正运用到实际的工作中才是王道！

□ 萬德福莒县店 吴明霞

“我来！我来！”

自从怀孕以来，我听到最多的一句话就是：“你别动，放着我来！”不仅是家人同事，就连顾客也经常说“我来我来！”

散粮区都是50斤、100斤的五谷杂粮，米粮组的2个孕妇无法散粮，新丝柜的陈祥杰作为邻居，就义无反顾的扛起了这个重任。一到充货的时候他就毫不犹豫的放下手里的活，把粮食都充的满满的！临走时不忘嘱咐一句：“需要帮忙吆喝一声就行！”

顾客买米的时候，我都会帮忙撑袋子，装好以后再抱到称台上称重。那天一位阿姨买了十多斤米，我像往常一样抱起来往称台那边走去，那位阿姨连忙从我手里将米“抢”过去，“可不能让你抱，我自己来就行，小年轻怀孕了就要时刻注意，不能搬这些重物！”我笑着说：“没事，我没有那么娇气！”她像教育孩子一样说：“阿姨是过来人，知道怀孕的辛苦，你觉得没事，肚子里的宝宝不一定受得了……”

简单的一句话让我心中满是感激。

□ 岚山新玛特 吕晓雁

一线员工

简单的事情反复做

新玛特购物中心莒县店衫衫专柜的导购员田福莉，从事服装销售多年，工作对她来说已不仅仅是简单的一份任务，更是一种兴趣。

一天一位中年男性顾客到专柜挑选衣服，田姐问他对衣服的款式、风格有什么要求，他说天冷了想找件长袖上衣，平时能单穿，也能当打底衫。田姐为他推荐了一件浅蓝色上衣，“您先试试，这件衣服上身效果很好，性价比高，颜色很衬肤色。”试穿后顾客觉得很满意，很适合他。

结合顾客气质、年龄和肤色，田姐又推荐了一件外套、一条浅色裤子，一一试穿后顾客都很满意，大气时尚，改变了顾客一贯的风格。可是顾客本身十分喜欢深色的衬衫配上穿的咖色外套，对穿衣风格的突然改变是有一定顾虑的。

于是，田姐结合品牌理念，向顾客阐述了他

员工文苑

我与岚山新玛特共成长

时光飞逝，转眼间岚山新玛特已近6年。记得2011年12月凭着对日百的执着和梦想我来到了岚山新玛特。在这里，我看到时任店总经理的潘玲带领中层每天早上7:30到卖场，同员工一起进行自营蔬果的卸货和捆扎，团结互助的场面我至今难以忘怀。在公司的培养和同事的帮助下，我获得了学习和锻炼的机会，业务不断得到提升，同时借助公司平台，有幸得到晋升。

一路走来，心怀感恩。感谢公司的信任，感谢领导的关心，感谢同事的支持。

2012年是我在门店度过的第一个新年，当晚女儿收到了潘总送的芭比娃娃，高兴极了。看到孩子快乐的玩耍，我心里说不出的感动……

2014年2月，女儿上学成了最大的问题，我几乎要放弃。时任店总经理的谢黄超知道情况后，亲自沟通协调，解决了孩子的上学问题。免除了后顾之忧，我继续安心工作。

2014年7月，焦总和唐总到宿舍巡视时，女儿正在宿舍写作业。所住宿舍共4人，显得闷闷而拥挤，“想办法整理出一间宿舍给她们娘俩儿，让孩子安心学习，不能耽误了祖国的花骨朵

的自身条件，让顾客了解自己的穿衣风格，哪些衣服他可以穿出不一样的效果，打消顾客的疑虑，使其买的放心穿的安心。最终，这位顾客心满意足的接受了田姐的意见，购买了推荐的三件衣服，对田姐的服务很满意，并留下了顾客信息，成为了VIP会员，还与田姐成了好朋友。

前两天这位顾客发信息告诉田姐，前段时间穿这套衣服回家，受到家人和亲戚的一致好评，说自己显得精神时尚，特地发信息感谢她。看完短信后田姐欣慰的回了以下信息：您的满意是对我们最大的鼓励和支持。

把工作当成兴趣，把顾客当做朋友，为顾客提供服务、建议和帮助，简单的事情反复做，就能赢得顾客的信任，销售自然也就水到渠成。

□ 莒县新玛特 任晓飞

儿！”焦总安排道。自此我和女儿有了单间，孩子在安静的环境里学习，慢慢长大。

太多太多感动，留在心底，让我永远铭记。还记得同岚山新玛特度过的第一个生日。

2012年9月28日，岚山新玛特三周年生日，一个令人难忘的日子，让人感动的日子，每个人脸上都洋溢着幸福和欢乐的笑容。当晚上11:00下班时，接由店总亲自发放的，带着“辛苦了”字样的生日蛋糕，听着她沙哑着嗓子说：“您辛苦了！”面对惊喜，有的甚至感动的忘记了说声“谢谢”，感动的眼泪盈满了眼眶，酸涩的喉头无法蠕动，只能深深的鞠躬表达谢意。品尝着甜美的蛋糕，那么幸福和开心……

在这样一个充满爱，充满关怀，充满温暖的大家庭里，我感到满足。无以为报，唯有好好工作，为公司的发展尽一份微薄之力。

7年来岚山新玛特经历了坎坷和曲折，如今她依然坚定信念，整装待发，相信明天将会迎来新的辉煌。

□ 岚山新玛特 通讯员 王淑英

做最强的后盾

零售业女多男少，安全部和电工班的男同志们有时需要承担主力角色。他们负责门店日常高风险、又脏又累的活儿，比如修补地板，装运沙袋，爬楼梯上高梯等等，他们为门店的安全运营保驾护航，用行动演绎着日百勇士的角色。

中秋促销之际，自行车的需求量加大，每天有20辆左右的自行车需要组装。岚山新玛特安全部张新伟、闫秀林经理便召集部门及电工班的勇士们加班组装车辆。为保障自行车的组装质量，他们不放过任何一颗松动的螺丝，对每个部件进行检查加固，从而保障了自行车的日常供应和质量，得到了顾客的认可。

三招招商工调整也恰巧赶在中秋，按照规定三楼仓库的物品需两日内全部清空，进行迁移。时间紧任务重，为保障一线销售不受影响，勇士们又担当起搬运工的角色。他们戴上手套、口罩立即投入战斗，将货架等仓库物品从三楼挪移到一楼，甚至负一楼。物品数量多，种类繁杂，重量也大，一会儿工夫他们便个个汗流浹背……

“前方奋战，后方支援”，为保障中秋货源，大批商品不间断的配送到门店，为了缓解卖场人力不足导致的卸货压力，勇士们再次出现在卸货现场……

“我是日百一块砖，哪里需要哪里搬”。此时我想用这句话来形容岚山新玛特安全部及电工班人员最为合适了。他们用行动践行着日百人团结互助，艰苦奋斗的精神，他们是日百最强的后盾，是最可爱的人。

□ 岚山新玛特 通讯员 王淑英



累并快乐着

中秋节临近，各专柜的员工越发忙碌，每个人都想在节日期间把销售往上冲一冲，努力完成任务。

9月8日下午5点多，工艺品专柜来了两个人，进厅就问：“你们东门口中厅内的大花瓶打几折？”

导购员张守沿见顾客已经看好了，估计是送人，急忙说：“您好，我们现在正搞活动，全场6.6折，您看的那个大花瓶打完折5600元。”两位顾客非常痛快，直接让张姐开单去交款，交完款回来后顾客要求当天晚上7点之前送到目的地，说朋友第二天开业。

这下可难坏了张守沿，且不说已经到了快要下班的时间，重要的是两个大花瓶高达2.4米，每个重量100公斤左右，需要厂家来车，由专业人员往车上搬，这么短的时间能送去吗？

张守沿立即给厂家打电话，厂家正好在岚山这边办事，说可以找个车过来，但要我们找人往车上搬。很快厂家带着车赶了过来，我急忙给给损部经理张新伟和电工班打电话，让他们帮忙搬到车上去。恰巧，他们都在门店楼顶修理广告支架，“你们稍微等一等，很快就下去了。”

可是顾客着急，天也黑了，怕路上再有闪失。正着急中，柜组董娜、贾雯等几名员工跑过来说：“我们帮着一块往上抬吧。”

在厂家的提示下，我们找了几块平时做促销宣传时用的绸带，又找了些纸箱子铺在车厢底部和两侧。在我们几个人慢慢地移动下，花瓶移到了车附近。在大家的共同努力下，两个笨重的大花瓶终于被完好无损的搬到了车上，然后用找好的绸带固定好。花瓶在规定的时间送到了顾客手中，至此，我们才松了一口气。

虽然我们岗位不同，分工不同，但我们是一个集体，每一位伙伴的身上都有团队凝聚力和向心力，这份工作虽然累，但更多的是快乐。

□ 岚山新玛特 张静

莹莹之光 指明方向

中秋临近，卖场也热闹了起来，购物的顾客越来越多，节日的氛围也越来越浓，萬德福岚山店的每一位福娃娃都辛勤而努力的工作着，为销售业绩加班加点的付出着，中秋佳节福娃娃们都信心满满。

9月11日下午5:20，因雷雨天气突然停电，明亮的卖场一下子变成黑漆漆的一片，顾客们因停电都惊呼了一声，然后站在原地不知所措。

瞬间，一幅美丽的画面出现了，漆黑的卖场内飞舞着闪着光亮的“萤火虫”，好似夜空中繁星点点。细看过去，原来是我们员工手中发出的亮光。停电的一刹那，员工们纷纷拿出了手机打开了手电筒，为黑暗中的顾客照明，方便顾客继续购物。

接班的时间到了，下了班的福娃娃们没有一个离开自己的工作岗位。两个班次的福娃娃们一起为顾客服务，拿着手里的手电筒帮助顾客购物，一直到交款结束，然后继续回到卖场寻找下一个需要服务的对象。直到供电正常，早班次的福娃娃们才离开自己的工作岗位。

应对突发状况，我们不会慌；面对紧急的事故，我们不会怕！因为早在突发情况和紧急事故前，福娃娃们就学会了该怎样去面对和解决问题。

这次停电虽来的突然，但福娃娃们手机里的手电筒却早已准备就绪。手电筒发出的光虽比不上照明灯，但黑暗中的点点光亮好似萤火虫，向黑暗挑战，给人们带来光明和希望，为人们指明方向！

□ 萬德福岚山店 鲁惠



晚。迎着夏日的微风，又有哪位员工不为目标冲刺呢？在业绩PK中，兄弟姐妹们不也在你追我赶吗？美，就藏在各个专柜里，一起来感受吧！

“湖光秋月两相和，潭面无风镜未磨。”美是秋天，澄净的蓝天，古寺悠远的钟声。商品陈列井然有序，员工仪表干净利落，在萬德福，你是否随手捡起垃圾，顺手拧紧水龙头？顾客手中拿满商品，是否顺手递上个购物篮，推送个购物车，又或者帮顾客送货下楼呢？

“忽如一夜春风来，千树万树梨花开。”美是冬日，浓云密布的午后，雪花簌簌飘落。冬日萬德福常有这样的场景：防止顾客因路滑而跌倒，干部员工一遍遍的打扫广场和停车场的积雪。美就是这样，在每个人的心中传递，一起接力吧！

美是夏日里那杯清爽的绿豆汤，喝一口，透心凉的惬意；美是寒冷中笑容满面的服务人员送上的那杯热水，身暖，心更暖；美是下雨时萬德福人撑起的那把伞，有你便是晴天。

来吧，美在萬德福，请你来欣赏美，享受美，带回美，传递美。

□ 萬德福莒县店 特约记者 赵淑妍



点点滴滴绘真情

中秋佳节在伙伴们忙碌的身影中勾画出了一幅美丽的图画，疲惫还未褪去，伙伴们已经开始为十一黄金周而紧锣密鼓地开展一系列工作。

这边，商品陈列调整工作如火如荼，伙伴们将商品一箱一箱的从内仓码到拖车上，到卖场时再一箱一箱的搬下来，陈列在地堆上、促销笼中、货架上。伙伴们默契的配合着，你拆箱，我陈列，他送废旧纸壳，演奏着和谐的奏鸣曲。

那边，伙伴们正穿梭在卖场的各个区域收集购物车、购物篮，集中放置在一个区域。为了保证购物车正常使用，伙伴们逐辆检查、维护。为了保证购物车、购物篮的清洁度，伙伴们用毛刷、消毒剂等一一进行卫生清理及消毒。手酸了，腿蹲麻了，手划伤了，但伙伴们好像丝毫没有察觉，一边热火朝天的忙碌着，一边相互交流着工作，或者开个玩笑，周围萦绕着欢声笑语。

你看，美工也忙的不亦乐乎，推着登高车爬上爬下，将中秋期间的促销宣传海报更换为新的促销版面，额头上密密麻麻的汗珠书写出最朴实的乐章。

这个时候，电工是不可或缺的角色，大到设施设备、线路、配电箱，

小到螺丝钉、地板压条，爬楼顶检查下水道，挖沉淀池疏通管道，清洗空调风口……往往是上班时“干干净净”，下班时就变成了“大花猫”。

外围的老大爷们也毫不示弱，有的拿着铁锹铺沙搅拌水泥，对停车场进行修整；有的拿着扫把清理地面的小石子，细致的样子就像在找寻宝贝；有的直接扛来铁镐，对凹凸不平的地面进行一次性“治疗”……他们都已经60岁以上，有的上班前还在忙地里的农活，有的离家较远，刚刚骑了近一个小时的自行车，有的已经感冒多日还未好。但他们好像分工似得，自动自发的工作着，不用任何人安排督导。夕阳投射在他们身上，是那样的美好，那样的让人感动。

一幕幕，一点点，一滴滴，伙伴们用自己的行动描绘出了对顾客的真情——每时每刻都要为顾客提供温馨、洁净、安全的购物环境，让每一位顾客都有美好的购物体验。

他们默默无闻，不善言语，人们从内心深处感受到了他们朴实背后的华美，他们对企业的热爱，更感受到了他们对顾客的关爱。

携手并进，用工作中的点点滴滴描绘我们对顾客的真情！

□ 莒德福莒县店 通讯员 王霞

忙碌中的精彩

1+1 真的不等于 2

1+1 等于 2 是自然数公理，可是在我看来 1+1 真的不等于 2。

9月14日接到的一个团购让人有点措手不及。客户早上8点订好样品，共需227份商品，要求中午12点开始取货。其他商品都没问题，可是月饼礼盒全部需要组装，这需要大量的人力，仅靠我们的导购员远远不够。第一时间求助门店，店总经理在微信群里发出号召“人力紧急求援：如你不忙的话，请到一楼超市糕点区帮忙组装月饼，客户急用。”短短的几行字，千部员工们马上组成临时团队，在月饼区形成一道美丽的风景线。

227份月饼要经过挑选口味、装内包装袋、装内盒、封口、折包装盒、装月饼、外包装成品7道工序。店总经理柏春龙亲自指挥，大家合理分工。由于折纸盒的工序太麻烦，一上午紧张忙碌的组装也未满足团购的需



求，于是柏总提议利用中午交接班的时间，每人领一份进行组装。

中午服饰部和食品日化部在后院排成两排，柏总亲自指挥，教大家如何折盒子，怎样折省时、省力，每个员工领一份，几人一组，员工都认认真真的折，柏总随时传授经验。大家相互帮助，9箱共72份大小不一的盒子，只用了半个小时就组装完了，这为顺利完成月饼礼盒组装工作打好了基础。

月饼礼盒组装完了，接下来就是发放团购商品。在商品发放处，门店中层轮流值班，记账，搬货，送货上车，顾客连连夸赞我们的服务好。

食品日化部在门店千部员工的大力支持下，顺利完成了团购任务，也得到顾客的认可。团结就是力量，在团队协作中，1+1真的不等于2。

□ 莒德福岚山店 王桂荣

苦中带甜的滋味

中秋节前的一天，天气仍非常炎热，日照店团购部正在理货区紧张而忙碌的筹备着客户所需的卫生纸、肥皂等商品。这时，杂货部主管毛祥龙、理货区班主管李常军以及质检员丁元珍、张译文看到后，不顾高温炎热，自动自发的帮忙装车。在大家的共同努力下，很快装车完毕。看着货车缓缓离开大楼赶往送货地点，虽然已经汗流浃背，但满足的笑容洋溢在每一个人的脸上，很久很久……

中秋节期间，后勤职能部门的伙伴坚守岗位，确保了节日期间各部门工作的正常运行，还有的到门店协助开展工作。

9月14日上午9点30分，超市采购部陈训国经理正在协助团购部送货，这时接到了客户的紧急补货电话，要求在原来数量的基础上再补送11份，10点前必须送到，不能耽误他们发放福利。因送货车辆当时离新玛特购物广场较近，为节约时间，陈训国经理马上沟通新玛特相关部门，自己掏钱垫付货款将商品买出，快速赶

□ 日照店 李玉娜

一样的中秋 别样的风采

又是一年中秋节，最美的风景莫过于小伙伴们在岗位上忘我工作的身影。他们放弃与家人的团聚，在岗位上忙碌，让顾客感受着节日的美好。一样的中秋，别样的风采，让人的心中暖暖暖暖的……

百货部儿童用品组主管张子香在8月底荣升为二胎妈妈，中秋节前正值月子里的她，通过微信转发门店促销信息，以实际行动支持门店销售。9月9日-9月11日门店搞清风纸促销活动，她在朋友圈转发促销信息，发动亲朋好友购买，很多朋友拜托她代为购买。两天的时间，她的手机成了销售热线，顾不得为小宝宝换尿布，顾不得孩子的啼哭，她也先给朋友圈的朋友回上一句“放心吧，来我家拿货就可以，我先帮你买”。那份销售热情感染着在岗的其他伙伴，用她自己的话说：“中秋节虽然不能奋战在岗位上，但能给店里增加销售我也很有成就感。”两天的时间她联系在岗的伙伴陆续为其送货上门价值5000余元的商品。



门店销售业绩的达成离不开每一位伙伴辛勤的汗水和付出，也包含着每一位家庭成员无私的奉献和鼎力支持。门店总经理张永勤的爱人便是其中的代表。清风纸促销活动中，她在朋友圈转发并宣传，承诺送货上门，因订购数量太多以致她腰疼发作，但她仍热情的为

朋友送货上门。其服务精神俨然一名爱岗敬业的销售员，两天的时间为门店销售10000余元。

外派在莒县的门店实习店总经理兼百货部经理谢寅超虽身在异地店，但积极带领部门人员抢抓卡券销售时机，超额完成销售目标。他率先垂范，发动亲朋好友联系购买。经过他的不懈努力，日照的一位朋友8:30打电话想要购买金卡，9:30就要送到店。而平时莒县到日照车程近1.5小时，但为达成销售，谢总请示领导后决定为其送卡上门。他第一时间到达加油站加满油，迅速赶往日照，最终在规定时间内将卡送到朋友的手中。11:00我们在卖场看到了谢总督导的身影……

这个中秋节里，一样的坚守，一样的心情，一样的付出，别样的风采，别样的感动，激励我们更好更快的前行。

□ 莒县新玛特 通讯员 徐从菊

凝心聚力赢金秋

金九银十，是个收获的季节。为圆满完成中秋销售活动，门店进行了充分的讨论，分析了形势，制订了有力的激励措施，从每日PK到员工激励、从个人目标到团队目标、从早会激励到晚间分享，每个环节都为后续目标达成提供了有力的保障。

人心齐泰山移，观念的统一是目标达成的前提。为保证目标达成，门店层层召开动员会，细化分解目标，激发员工斗志，解除了顾虑，树立了信心。活动开始，就将目标计划具体化，短期目标和长期目标相结合，个人目标和团队目标相统一，目标任务分解到每天、每个部门、每个人，让每位伙伴都有努力的方向，前进的动力。

观念一变天地宽，思想包袱没有了，有的只是千方百计实现目标。你们看，门店平均年龄最大的生鲜部，大姐们忙销售的同时向每一位顾客介绍活动内容。付出就会有回报，生鲜部成为了

这次销售活动成绩提高较大的部门。必胜的信念是目标达成的关键。作为团队成员，一旦确定了目标，就要向目标努力，这种必胜的信念和坚强的意志在目标达成过程中是必不可缺的。

9月5日，我们成为首个完成目标60%的门店，然后到70%、80%、90%、100%，直到完成任务的110.6%，过程中我们克服了一个个心理门槛：是保守，顺其自然？还是继续往前冲？每前进一个目标，都需要付出更多，做到百倍的努力。冲！团队伙伴一致表态，哪怕再难，也要实现目标！伙伴们聚在一起，找方法、扩思路、寻突破，集体的利益，共同的目标让大家的心凝聚在了一起，力量团结在了一起，每天的冲刺目标牵挂着每一个人。

当目标完成较去年同期增长96.2%这一数字公布那一刻，数日早出晚归、辛苦奔波的劳累一扫而光，有的只是胜利的喜悦。事实证明，只要目标明

确，有强烈实现的愿望，加上不懈的努力，目标一定会实现。

喊破嗓子不如甩开膀子，全力付诸行动是目标达成的根本。取得丰硕成果的背后，有伙伴们锲而不舍的进取精神和不辞劳苦的奉献精神，更离不开千百人的辛勤付出和默默支持，亲情、友情同时给了我们前进的动力。

家住日照的陈云龙经理，他的妻子利用业余时间找亲朋、见好友，无怨无悔的支持着身在异地工作的他，俨然就是日百的一名推销员，他们近期电话联系最多的是促成了几笔交易，怎样送货。在异地工作的陈云龙，接到客户的电话，有时顾不上吃一口早餐，便奔波在送货的途中。

最终，门店以优异的成绩向公司交上了一份满意的答卷。祝贺成绩取得的同时，让我们由衷地向伙伴们道一声：感谢有你，让生活变得如此多姿多彩。

□ 莒县新玛特 通讯员 董丽丽

秋色宜人“女装”正艳 中秋佳节齐动员

秋色微熏，桂花香浓。莒城的九月正是收获的季节，莒德福女装组的姐妹们巾帼不让须眉，呈现着她们的精彩。

你看帛珂厅正在为顾客整理衣服的路大姐，从顾客进门到每一件衣服的试穿，她总是面带和蔼可亲的笑容。

路大姐是我们组的一位老员工，她可不会放过中秋小长假抓销售的机会，早早地和供应商打电话沟通，备足了款式流行、光艳亮丽的服饰，备足了货源。做好了这些工作，路姐又忙着在老顾客群里发新款服装的照片，并邀请老顾客来店试穿，赢得了一致好评，稳定和扩大了顾客群体。路姐利用微信朋友圈适时推送新到款式，从商场走进虚拟网络，不断创造新的业绩。

付出总会得到回报，帛珂厅的销售业绩是我们有目共睹的，可是你知道微笑背后她们流了多少汗水吗？

□ 莒德福莒县店 秦成迎

中秋佳节来临，大街小巷里都弥漫着中秋节的气息。当然，我们的商场也迎来了火爆的中秋抢购热潮。陈列在货架上的商品琳琅满目，客流也比平常高出好多，现有的人力也开始捉襟见肘。

正当我们担心、不安的时候，公司后勤职能部门的兄弟姐妹们牺牲休息时间，赶到销售一线，同我们一起置身于火热的卖场销售中，真诚地服务于顾客。

收银员人手不够用，他们就到收银台学习如何收银，并很快掌握收银技能，上机收款。卖场里面来货了，理货员来不及接货，他们就首当其冲，拉上大车到理货区去卸货，然后再拉进卖场，上架陈列……

他们拉车、卸货、收银、叫卖的身影浮现在眼前，心中有一股股暖流在不停地涌动。这也让我们真正的理解了精诚团结的真谛。

休息时我们便会坐在一起，商讨一下中秋节的促销活动，看看哪些商品是畅销品，销量好的还要继续加大要货量。哪里商品陈列太单一，如何调整一下，从而达到吸引顾客眼球的目的。每一个动作，每一句话，每一个表情都充满了温暖的情谊。

商场里到处散发着正能量，我坚信这种力量会一直存在。在今后的工作生活中我们也会更加努力，携手共创更加美好的明天！

□ 日照店 韩海霞

最美的于大姐

“顾客朋友们好，欢迎光临新玛特购物中心，清风纸搞活动啦，为回馈广大新老顾客的支持，在节日期间特推出以下活动……”一声声嘹亮的叫卖声，拉开了我们中秋节销售的序幕。

站在人群中的她并不起眼，中等个头，相貌普通。可是工作中的她神采奕奕，是最耀眼的明星。她就是日化组导购员——于月花，大家心目中的最美的于大姐。

中秋节到了，每一个人都卯足了劲准备大干一场，冲在前头的就有于姐。两辆物流车运来了两百多袋纸品，打地堆，出陈列，于姐都抢在最前面。清风纸导购只有于姐一个人，为了打好这一仗，每天她都加班加点。活动的第二天，于姐嘴上就起了泡，但是她还坚持叫卖，坚持奋斗在第一线。活动的三天，卖场最常听到的是于姐的叫卖声，最常看到的是于姐忙碌的身影。她的努力，她的敬业令人为之动容。三天的时间，整个柜组的销售就远超去年同期。看到胜利的成果，于姐笑了，我们都笑了。

在我们的身边有这么一群人，他们平时默默无闻，关键时刻，总是冲在第一线。他们让我知道工作可以无比精彩！

□ 莒县新玛特 王晓玲

