

RI BAI WEN HUA **RB** 日百集团主办 山东省十佳企业报纸 日照市十佳内刊  
 内部资料准印证第6号 内部资料 免费交流 www.rbaigroup.com Email:rbqywhb@sina.com  
 2018年6月6日 星期三 戊戌年四月廿三 第6期(总第185期) 本期四版

## 母亲节带动“情感经济” 花样促销有一套



本报讯 五月,母亲节“商战”打响,“妈妈经济”持续升温,商业公司推出“给最亲的人,感恩母亲节”特别促销活动。  
 节前,各门店推出母亲节预热活动,启动了“最美妈妈”照片评选,将妈妈的照片和最想和妈妈说的话发送到各门店的微信公众平台,即可参与投票活动,并为妈妈赢得祝福和礼物。新玛特购物广场与外部媒体合作,向社会各界征集“爱要大声说出来”微

信小视频,举办感恩母亲节文艺汇演等系列活动,充分与广大顾客进行互动,吸引更多关注。各门店店内装饰纷纷亮相,POP、荧光屏上书写母亲节温馨提醒语并放置在显眼位置,以母亲节为主题的商品持续升温,化妆品、服饰以及珠宝首饰促销力度比较大。顾客购买部分商品除了满减之外,微信扫码参与活动还可享受额外优惠特享,引导消费者对母亲节相关活动进行关注。  
 5月18日-5月20日迎来日百35周年庆,前期各门店召开全员宣贯,针对活动内容进行讲解,鼓舞了全员士气。感恩钜惠,精心策划,各门店制作各种气球拱门、路引、花篮等烘托节日氛围,商业公司优惠福利一波接一波,购物满额赠现金券;购物抽大奖可免费赢日百会员卡等大奖;超市类会员卡价爆品+厂商活动促销火热,百货类商品超低折扣、多倍积分,超市内满100元返20元现金券。  
 各门店组织开展我与日百的故事——《见证成长历程》照片有奖征集活动,唤起广大顾客对老日百的回忆。周年庆期间,新玛特购物广场携手喜燕举办“520为爱下厨”风采大赛活动,参加活动不但可以

免费吃亲手包的饺子,还有神秘大奖,吸引了顾客踊跃报名,活动倍显火爆。  
 六一儿童节期间,超市内图书、玩具均以6.1折出售,打造“童年不一样,玩具六一折”的节日氛围;各门店还推出“快乐六一,超市大赢家”活动,限指定时间内,孩子们在超市货架中搜集商品活动指定金额按照金额的接近程度评选出一二三等及参与奖,活动反响热烈。  
 系列丰富多彩的促销活动从五月一直持续到六月,公司在提升顾客尊享感和满意度上,手段上有了创新提升,促销形式上紧跟市场节奏,多种渠道广泛宣传,迎来了又一次销售高峰。 □ 本报记者 杨洋



## 服务无小事 便民显真情

### ——商业公司持续推进以顾客经营为中心

### 为“小张同志”点赞

4月22日晚18:30左右,一位老大爷来到百货大楼总台服务台,从兜里掏出一张折得方方正正的纸张,交给正在值班的客服张迎凤说:“闺女,你把这个交给你们总经理,那天多亏了你们的小张同志,是她帮了我的忙……”  
 原来,那是在前年腊月二十九,这位老大爷从卖场购买了满满一购物车的商品,有虾皮、海蜇、鱼等海产品和馒头,然后推到总台向值班的客服张迎凤:“闺女,你能帮我找个纸箱把这些东西装上去吗?”张迎凤马上说:“好的,大爷,您先坐在这里稍等,我这就帮您找。”说着,张迎凤马上到卖场找到一个大小适中的结实纸箱,然后帮着大爷把购买的商品整齐地码放到纸箱里,封箱后又在箱子上面做了个提手,帮着老人推车上楼。  
 看到一大堆的零散商品一下子收集在一个结实美观的纸箱里,老人脸上洋溢着满意的微笑,一个劲儿地说:“太谢谢你了,闺女,你们的服务真好……”  
 在整理商品入箱的过程中,老人告诉张迎凤,自己是广东的一名退休工人,老家在日照,买这些特产是打算回广东过年一起带回去的,正愁着如何带着上火车,这下好了,有这个纸箱提着就方便多了。  
 后来,老人一想起家乡的日照百货大楼,想起春节前帮他“大忙”的客服张迎凤,心里一下子就暖暖的。近日,老人一回到家乡,马上就来到百货大楼

总台服务台,将这封揣在身上好多天的感谢信送过来,表达自己的感谢之情。  
**以下为感谢信内容:**  
 日照市百货大楼总经理:  
 我是广东省湛江市退休工人,老家是虎山镇,我在你们商场买了很多土产品带回广东,这“一盘散沙”的东西我很发愁,无法上火,只有求助你们服务台,张迎凤同志非常热情、耐心和周到,给我找纸盒箱,帮我包装,还帮我推车上楼,花费了很长时间,使我深感家乡的温暖,也深感这位同志吃苦耐劳、自信认真的敬业精神,请领导给予表扬,弘扬中华民族优秀的优良品质。  
**为优秀服务叫好**  
 5月14日早7点40分,还未到商场营业时间,一位顾客着急地来到新玛特购物广场,要为家里满百日的宝宝购买吉祥锁。安全部值班人员了解到顾客的需求后,第一时间为顾客联系卖场经理,并为顾客开启了一扇温暖“大门”。由门店百货部经理和品牌员工陪同顾客耐心选购商品,最终顾客达成交易,满意而归。  
 始终以顾客经营为中心,设身处地为每一位顾客着想,树立以诚相待的态度,才能最大限度地满足顾客的要求,才能培养长期稳定的忠诚顾客。  
 让我们向这些设身处地为顾客着想的同志学习,牢固树立以顾客为中心的营销观念,用心去对待每一

位顾客,更好地为顾客提供服务,赢得更多顾客的信任和支持。  
**便民项目再升级**  
 近日,记者在万福福岚山店喜迎35周年庆的促销单页上看见一项新增的便民服务:落实以顾客经营为中心,万福福岚山店推出顾客尊享服务——自助洗车、公交票报销,这些服务让人耳目一新。  
 以落实年会精神为动力,万福福岚山店在后院空地上设立了自助洗车点,购买了毛巾、刷子、水管等洗车用具,会员顾客持会员卡即可免费自助洗车。免费洗车服务设立之后,吸引了众多顾客的眼球,很多顾客慕名而来,直夸门店的服务贴心到位。  
 另外,门店推出“购物满额送车费我来报”的服务项目,凡到会员顾客当日购物满58元持购物小票和公交车票,即可到总台报销公交车来回车票;会员购物满88元以上,2公里内免费送货上门,系列服务项目的增加,是一项创新营销的尝试,以尊荣感吸引客流,由等米下锅向找米下锅进行转变。  
 积极响应公司号召和要求,在“以顾客经营为中心”战略思想指导下,大胆创新,开拓新思路,创新服务,各门店便民服务项目实施以来,赢得了顾客的好评,持续提升并落实好便民项目,发自内心的为顾客提供优质的服务,提升顾客的满意度。  
 □ 通讯员 李玉娜 杨雪 赵荣梅

## 高层论道

### 阿米巴落地从核算开始

公司导入阿米巴经营已经一年,各巴有必要总结我们的理念有哪些转变,我们的能力有哪些提升,我们的能力是否能够有效支持阿米巴落地。从到各店进行核算、业绩分析会以及过程中各巴的沟通来看,各级巴长理念有了转变,但发现问题、分析问题、解决问题的能力还有较大差距。  
 正是由于巴长能力欠缺,导致了种种不正确的认识。例如:贡献利益没有达成,认为是卡券折扣和增加所致,出现了不赞成卡券营销的论调;界限利益没达成,认为是销售成本增加所致,所以提出降低销售成本到计划值的课题;界限利益没达成,认为是内部交易费开支所致,所以提出降低内部交易的课题等诸如此类错误的认识。按照基于这种认识提出的改善课题和TCD改善对策去落实,正如南辕北辙,注定不会成功,业绩只会越来越差。  
 在指导检查各巴阿米巴核算过程中,我们对大量经营会计报表进行了比较分析,并与巴长交流了发现问题、分析问题的思路与方法,希望对改变错误认识、提升能力能够有所帮助。  
 首先,变动费不是越少越好,而是越多越好,在变动费率不上升的情况下,通过扩大变动费,拿回更多的销售额,是增加界限利益最有效的手段。分析变动费,不能分析绝对数,要分析变动费率。  
 案例:某店百货业巴1月份度6万元贡献利益未达成,有人分析是卡券费用增加所致。正确的原因是:销售额增长117万,致使界限利益增长26万,产生正面影响;销售成本率上升1.56%,致使界限利益减少19.4万元,产生负面影响;卡券费用率上升1.34%,致使界限利益减少17万元,产生负面影响;外部其他收入率下降0.93%,致使界限利益减少11.6万元,产生负面影响。在此基础上再逐一追问5个为什么,找到根本原因,并提出改善课题及对策。  
 显然,单纯从影响金额上看,卡券费用也非常重要因素,卡券销售占比已经很高,试想没有卡券营销,后果将不堪设想;问题在于执行公司卡券常态化战略、利用卡券+创造更大业绩的能力不强,有的巴就做得好,有的巴做得差。卡券营销是营销模式的转变,传统的降价、打折,如全场8折,影响的是销售额和毛利,是隐性的,卡券+影响的是费用,是显性的,并非显性的就影响大,要分析效果,分析投入产出比,不能只看表象,其实隐性的费用投入效果更差,因为你看不到,顾客更看不到。  
 销售成本率上升也只是表象,因为成本是分子,销售额是分母,销售成本率上升也可能是进价上升,也可能是销售价下降。本例反映的实际是前台毛利率的下降,可能是打折降价,或者是销售结构变化,低毛利低扣点商品销售占比增长、高毛利高扣点商品销售占比下降,应进一步分析。如果一味地“降低销售成本到计划值”,只会降低销售。  
 外部其他收入率下降0.93%,说明供应商后毛利利润固定金额多,扣点少,同时可能存在应收未收、漏收的问题,应深入挖掘,可以提出改进供应商合作模式、完善交费控制等对策或TCD改善课题。  
 总之,各巴利用变动费率回销售的理念和能力应强化,专门研究。其次,固定费要通过绝对数控制,在不影响眼前利益和长远利益的前提下,能省则省,省下的就是贡献利益。但固定费属于下部构造的范畴,不能简单的强行压缩,需通过打造充分激活员工热情、能力的体制,和技术进步提升劳动生产率和固定费生产率来推动贡献利益提升。同时,各巴不能只重视促销获取眼前利益,更要重视定位、价值点打造这些见效慢但能提升核心竞争力、带来长远利益的任务。带来长远利益的工作往往带来固定费的增加,并不会同步带来收益。只有通过科学定位、打造价值点、提升商品力,才能实现由价格营销向价值营销的转变,由商品营销向顾客营销的转变。要做到长期利益与短期利益的结合,不可偏废。  
 最后,各级巴长必须带头学习核算,并亲自动手编制经营会计报表,亲自编制业绩分析报告。如果仅仅依靠财务人员、依靠兼职的经营会计编制报表、编制业绩分析报告,不亲自动手,在业绩分析会上照本宣科,是不会真正掌握发现问题、分析问题、解决问题的能力,不会成为真正的经营者。  
 纸上得来终觉浅,绝知此事要躬行。掌握阿米巴核算,必须事上练,没有捷径可寻。阿米巴之所以称之为“经营”而不称之为“管理”,是因为管理是被动执行的思想,而经营才是主动思考、主动创造的思想。管理的问题往往只是表象,根本的原因往往是经营的问题。只有熟练掌握核算,才可能实现由管理向经营的转变。这是各级巴长面临的无法回避的课题。  
 □ 商业公司财务总监 王明国

## 新闻30天 日百爱心基金传递企业温暖

本报讯 6月5日上午,集团工会主席、行政总监刘新权来到市中医院,将一万元爱心基金送到了职工潘明的手中。  
 今年5月,潘明的妻子在旧病复发后进行手术,高额的医药费几乎花光了家里的积蓄,广大职工纷纷伸出援手,在网络上发起了爱心募捐。  
 集团了解到情况后,提供了日百爱心基金给予帮助。在医院,刘总亲切地询问了潘明家属的恢复情况,并代表集团祝愿家属早日康复。  
 集团和广大职工的善举,送去了来自日百家庭的温暖,这份汇聚企业爱心的正能量给抗击疫情的家庭送去力量,也体现了集团的人文关怀和责任担当。  
 □ 本报记者 杨洋

## 感恩相伴 一路同行

本报讯 为进一步加强通讯员队伍建设,提高通讯员新闻写作水平,5月24日,《日百文化》编辑部组织开展2018年通讯员培训交流会,共同探讨交流写作经验、读书乐趣。  
 会上,首先对一直以来为《日百文化》提供支持、积极供稿的通讯员们提出感谢,总结了2017年《日百文化》的工作,交流了下一步的工作思路和稿件撰写要求,对内刊新闻采写进行了重点培训讲解。  
 编辑部对丁翠翠、赵淑娟等7名同志进行表彰,并授予他们《日百文化》优秀通讯员称号,牟李、邹平、陈蕾、丁翠翠等4名优秀通讯员从写作灵感、经验等方面向大家进行了分享。  
 当天下午,培训交流会安排通讯员到东夷小镇景区进行了现场采风。  
 □ 本报记者 杨洋

## 多彩庙会吸引游客纷至沓来

本报讯 5月28日至30日,多福山景区迎来一年一度的多福山(口崮山)传统庙会,庙会上的民俗活动丰富多彩,使景区成为广大游客祈福、游玩的好去处。  
 今年除了景区内新增的玻璃栈道、玻璃滑道、滑草等娱乐项目,还推陈出新,增加了尊龙禅寺吉祥普佛祈福法会;商业广场活动民族文化气息浓厚,游客们可以体验彝族民俗表演竹竿舞,感受彝族风情;景区道路沿途入驻宾馆特色小吃,游客们可以边欣赏表演,边品尝各种特色美食……景区内玻璃栈道、玻璃滑道、滑草娱乐体验项目让游客欢声笑语不断,活动现场人声鼎沸,热闹非凡。  
 庙会期间,景区吸引了青烟威等周边旅游爱好者慕名而来,体验精彩的庙会文化。据不完全

统计,景区庙会当日游客较同期增长23%。乳山电视台现场对游客们进行了采访,游客们纷纷表示不虚此行,对明年多福山景区的庙会充满期待。  
 □ 威海多福山 刘云霞



## 岚山新玛特肯德基试营业



本报讯 6月5日上午,新玛特购物中心岚山店肯德基开始试营业,一大早,肯德基门口就摆满了花篮迎接各位顾客,现场人气火爆,不少家长带着宝宝前来“尝鲜”。  
 据悉,作为年会上安排部署的一项重要工作,岚山新玛特肯德基将于6月9日正式开业。肯德基入驻岚山区域,将为岚山人民带来餐饮休闲新体验和品质生活的提升,并成为岚山新玛特又一具有影响力和吸引力的招牌。岚山新玛特也将以肯德基开业为契机,积极开展异业联盟,给岚山大众带来了新的消费理念,引领了岚山的消费市场向更高层次、更深层次发展。  
 □ 岚山新玛特 刘祥梅

## 谈看病和治病

本报评论员  
 业绩分析会是阿米巴改革落地的重要举措之一,每月如期召开,通过会议进行系统的核算、业绩分析,找到了不足和问题所在,依照提出的方案和改善课题进行改善落实。业绩分析会就像是一场望闻问切的诊治,从里到外进行检查、复查,而关键的问题在于找出病因后,对症下药,抓重点、补短板、强弱项、早预防。改善中没有落实到位的,不作为的,要充分肯定引起大家的重视,各级巴长要清楚明白,课题不仅是提出来,更是要通过实践落实得出结果,见到成效,通过实践去检验课题提出的正确与否,正确的做法要保持持续,错误的继续改善。  
 改善落实要一针见血,快、准,各个门店根据定位和策略输出的任务和手段完成情况滞后性,对门店价值点的打造、人力缺失、服务提升、环境改善这些重要要素关注度不够等问题,暴露出来的各种盲点,解决不及时,落实不到位,有时候会加重“病情”,妨碍其他事物正常的运转,甚至成为我们改革路上的绊脚石。  
 伴随着阿米巴改革的持续深入,我们面对的将是更加复杂多变的形势、更加困难的问题,对于业绩分析会的相关改善课题,全员要树立起强落实的态度,形成分析——改善——再分析——再改善的闭环管理。将数据核算、员工分工、卡券营销等问题一一罗列出来,寻根问底,开出药方,对症下药,逐一落实。例如,空柜招商你只是把合作商招来了,还不算真正的落实,从专柜装修,进店,到真正盈利,才算得上是落实到位,改善要目标明确,方式方法正确,时时跟进,处处有落实。  
 改革不会一蹴而就,探索过程中可能会面临一些风险,大胆突破,对症下药,考验着改革者的决心和魄力。李克强总理有一句话是这样说的:“说一尺不如干一寸,归根到底就是一个字:干!”工作任务的完成,是抓落实的有力结果。没有落实和落实不到位,业绩分析会等一切工作都将是纸上空谈。我们既要当改革促进派,又要当改革实干家,脚踏实地,用业绩将蓝图一笔一笔绘出。  
 五月谈

改革进行时

多方持续发力 价值点打造任重道远

价值点是满足顾客需求的关键要素，是基于顾客的需求和市场竞争确定的经营策略，也就是门店的定位，是我们的方向和目标。2017年阿米巴在导入过程中用了近半年时间进行了策略梳理，确定了门店的价值点，成为我们经营管理的说明书和路线图。



岚山新玛特淑女坊品牌专柜升级前



岚山新玛特淑女坊品牌专柜升级后

各门店的价值点，就是以顾客经营为中心，为顾客提供价值的方向，公司明确提供价值点，做到明察秋毫，做到明察秋毫，做到明察秋毫。

调研、采购、招商执行、营销等各方面进行盘点，确保手段和任务落实到位，根据考核表对上月经营策略打造的有效性，本月的价值点打造计划性和有效性进行考核，项目组将考核分数反馈给事业部，事业部对门店等相关负责人进行逐级考核。

另外，空柜招商是一个重点课题，各级要敢挑重担，勇于作为，加快推进工作进度，加强增强硬骨头的能力，不能担轻怕重。之前的工作经验证明，只有用心付出，硬骨头也是能被啃下的。唯有如此，才能推动招商这项重点工作的突破，才能有效支持门店定位和价值点的打造。

什么吸引你走进一家商场购物呢？很多人会说：商品丰富、价格适宜、服务周到、方便、体验好。过去我们关注商品力、关注服务，为此不懈的努力，严格管理、考核。面对顾客越来越高的需求，在商品力与服务这个原点上仍有较大提升与改善的空间。而这一空间是管理的难题，也将是我们在未来激烈竞争的市场脱颖而出的机会。

员工视点

能力才是铁饭碗

什么吸引你走进一家商场购物呢？很多人会说：商品丰富、价格适宜、服务周到、方便、体验好。过去我们关注商品力、关注服务，为此不懈的努力，严格管理、考核。面对顾客越来越高的需求，在商品力与服务这个原点上仍有较大提升与改善的空间。

在这个瞬息万变的社会稳定已经不符合时代的主流思维，我们的思维方式是否还停留在昨天？体制内到体制外，稳定到变动，我们的思想跟上时代变化了吗？是否依然认为有学历等于能力呢？在这个越来越重视人才的时代，“人才”绝不等于学历。学历代表过去，只有能力才能代表未来。我们希望望未来，而未来只有一个饭碗是超级稳定的，那就是：能力。落实到咱们商业企业，我认为未来最重要的能力便是“经营能力”。

公司于2017年4月引入以培养经营人才为根本目的的阿米巴，并在全公司推行阿米巴改革。这是公司对未来经营形式的准确预测，更是对全体日百员工负责！未来需要的是具备经营能力的人才。要培养与磨炼全体员工的综合能力，卡券无疑是最佳的一款战略产品。

浅谈阿米巴课题改善

2018年是公司进行阿米巴改革落地的重要一年，是今年我们工作的头等大事，是贯穿于我们全年的重要工作。业绩分析报告的结果是评判的一种表现形式。要想达到更加理想的经营业绩，日常工作中课题改善的有效执行至关重要。

二、不贪大求全，要学会分解。对于会计报表中发现问题，在做课题改善时往往都是比较大的课题，例如：扩大销售额到计划值，扩大干性食品课销售到计划值等等。往往每次都做好几个类似的课题。然而这样一来，在实际改善过程中指导性不强，不能很好的落地。

四、课题改善措施不宜过于单一。目前我们在做业绩分析报告时的通病，是改善跟进措施单一。五个对策四个半是跟进促销销售，好像除了促销我们就没有什么可以提升销售的方法了。归根结底是我们在做课题改善时用心不够，不能够全方位的去思考去分析，解决问题的思路太过狭窄。

日百文化 采纳 (2018年5月)

Table with 2 columns: 部门 (Department) and 采纳 (Adopted). Rows include 日照店 (6), 莒县新玛特 (3), 岚山新玛特 (3), 新玛特广场 (3), 商学院 (2), 莒县新玛特 (1), 经营管理中心 (1), 五莲新玛特 (1), 岚山新玛特 (1), 商业财务 (1), 多福山 (1).

商品防损 人人有责

近日，日照店对收银员防损能力进行了跟踪，特别是对称重商品实物与价签不符现象进行了重点跟踪。跟踪发现，卖场人员的粗心导致了大量的商品与价签不符，要么将高价位商品当成低价位商品称重，要么将A商品称成B商品的价签。



通过上述问题，反映出卖场工作人员工作责任心不强，对此问题的重视程度还不够。各部门要加强细节管理，同时卖场工作人员的防损意识还有待于进一步提升。

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。

用自己的方法卖辣椒

卖辣椒的人，恐怕都会经常碰到这样一个非常经典的问题，那就是不断会有买主问：“你这辣椒辣吗？”不好回答——答辣吧，也许买辣椒的人是怕辣的，立马走人；答不辣吧，也许买辣椒的人是怕不辣的，生意还是做不成。

一线观察

抛过篱笆的帽子

美国人西蒙尼说：当你的去路被另一条极难逾越的篱笆阻挡时，不妨毫不犹豫地把自己心爱的帽子抛过去，如此一来，你就不得不费尽心思去翻越那篱笆了。

一个母亲，跑得不快，可是当地的孩子从高楼坠下时，她竟飞速地接住了孩子；为了生计，许多成人开始学习各种行业知识……这些人的“帽子”都被抛过了“篱笆”，为了捞回“帽子”，他们的潜能被激发，情性也克服了。

爱在六一 情暖童心



6月1日，集团联合日照交通广播走进特殊教育学校开展“六一”慰问活动，为孩子们送上一份温暖的儿童节礼物。

教育学校，为学生们送去了佳农进口香蕉、滨崎牛奶饼干等爱心礼物，并与学校师生代表沟通交流，详细了解了孩子们近期的生活学习状况，鼓励孩子们勇敢追梦。

管理论坛

当不好老师的领导不是好领导

去年，根据客户要求，商学院对各门店、部门的培训情况进行了稽核。通过稽核情况来看，除个别部门能够认真组织、正视培训外，大部分门店、部门培训流于形式，甚至出现弄虚作假情况。

焦虑或放弃，这样的员工多了，部门的指标也就成了一个难以企及的数字。纵向提升的公司无不重视培训，无不强调管理者作为培训师的重要职责。宝洁是世界五百强的公司之一，他们自己训练人才并从内部提拔，不喜欢用空降兵。



卡券常态化，让我们看到了儿女一片孝心和对亲情故事的上演。家住海纳小区的王先生，每次门店推行金卡他总会来购买，他说是给老母亲准备的。父亲去世的早，母亲含辛茹苦地带着姐弟几个，供他们上学，参加工作相继承家后，老人过苦日子过惯了，还是在家一分钱也舍不得花。

Table with 2 columns: 部门 (Department) and 采纳 (Adopted). Rows include 日照店 (6), 莒县新玛特 (3), 岚山新玛特 (3), 新玛特广场 (3), 商学院 (2), 莒县新玛特 (1), 经营管理中心 (1), 五莲新玛特 (1), 岚山新玛特 (1), 商业财务 (1), 多福山 (1).

日百文化 采纳 (2018年5月)

Table with 2 columns: 部门 (Department) and 采纳 (Adopted). Rows include 日照店 (6), 莒县新玛特 (3), 岚山新玛特 (3), 新玛特广场 (3), 商学院 (2), 莒县新玛特 (1), 经营管理中心 (1), 五莲新玛特 (1), 岚山新玛特 (1), 商业财务 (1), 多福山 (1).

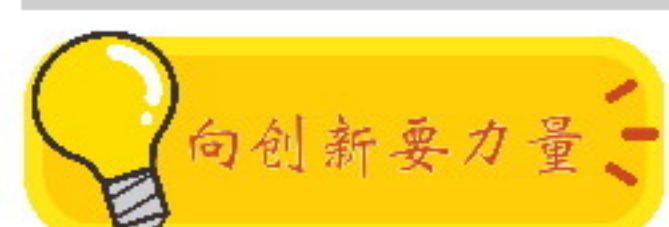
商品防损 人人有责

Table with 2 columns: 部门 (Department) and 采纳 (Adopted). Rows include 日照店 (6), 莒县新玛特 (3), 岚山新玛特 (3), 新玛特广场 (3), 商学院 (2), 莒县新玛特 (1), 经营管理中心 (1), 五莲新玛特 (1), 岚山新玛特 (1), 商业财务 (1), 多福山 (1).

管理论坛

当不好老师的领导不是好领导

焦虑或放弃，这样的员工多了，部门的指标也就成了一个难以企及的数字。纵向提升的公司无不重视培训，无不强调管理者作为培训师的重要职责。宝洁是世界五百强的公司之一，他们自己训练人才并从内部提拔，不喜欢用空降兵。



# 会员金卡+(价) 销售常态化

会员金卡+(价)销售助推模式创立于2017年3月,模式自推广以来,各门店会员商品销售金额同比增长超过十倍,大幅度的带动了会员客流和会员销售。一个销售模式如何能产生如此惊人的影响?近日,记者通过对会员金卡+(价)主创人、企划中心会员部经理李季的专访来探究这背后的奥秘。

2017年3月,公司召开了卡券销售常态化研讨会,将金卡做为战略产品推出。以此为基础,公司开始开发金卡营销配套策略。金卡的销售是入口,顾客拿到金卡之后要找到出口。而门店提供好的商品,让顾客进行消费,这就是金卡的出口。要把好的商品与金卡结合,将商品进行赋能,这就创造了一个金卡销售的循环。那么怎样让顾客拿着金卡买到好的商品?



好的模式也需要持续不断的落实才能有好的效果。会员金卡+(价)模式有着自己的一套落实措施。“创新成果奖想要落实下去,最重要的一点是对门店业绩提升有帮助。此外,还要有相应的跟进措施。会员金卡+(价)模式一开始我们就进行了系统的跟进。活动前期,门店销售的每日排名都做成报表发布。另外,对于金卡价商品销售也进行了考核,并且对目标进行了分解。最后,平时要与门店多进行沟通,注意门店思想的引导,向门店工作人员说明模式对门店业绩提升的作用。2017年7月份我们专门做了一次培训,与门店进行交流。总而言之,就是要以制度保障,要有目标分解,并且保持好过程中的沟通和跟进。”

谈到2018年会员金卡+(价)模式的相关工作,李季说道:“未来会开发金卡专属商品,只能用金卡买到,或者持有金卡的会员才能买到。这样可以在保证全体会员利益的基础上,设置金卡专属特权。目前,金卡专属特权系统已经开发完成,正在进行测试。另外,会员金卡价深化落实方案业已完成,已经上报公司审批。”下一步,公司将尽快将金卡+(价)深化落实方案落地实施,以期进一步的助推经营增长。另外,还要进一步开发金卡+(价)专属商品,增加商品种类。最后,对于重点金卡+(价)商品,公司将做出重点推广和陈列宣传。根据商品销售的80/20原则,门店80%的销售额是由20%的单品创造的,今年按照公司思路是要扬长扬短,会员金卡+也要扬长扬短,使销售好的商品销售更好。□ 本报记者 房晓君

这时,公司提出了:持有日百的金卡,不是会员也是会员。会员可以进行积分,又可以买到会员商品,那么持金卡是否可以买到金卡商品?基于这种理念,公司开始寻找好的商品。好的商品有两个因素:一部分是商品本身,另一部分就是商品的商品力和价值点。对于商品本身,要提供安全、健康的商品,在此基础上公司进行了溯源,去寻找好的商品。其次,还要赋予商品好的商品力和价值点。商品价值点的打造是基于员工对于商品的了解。会员金卡+(价)销售模式使员工有了了解商品的动力。

2017年3月,雕牌洗衣液会员金卡+营销活动正式落地。活动期间129元购买价值129元的雕牌洗衣液并赠送100元金卡,此单品7天共计销售140.78万元,直接带动金卡销售117.19万元。活动后续又开发百雀

# 行动是最长情的告白

5月1日上午,粮油巴董翠英女士长到前台找我,想把先期放在收银台让收银员推介的鲁花自然鲜香油(160ml)先收起来。她笑容满面的说:“有位顾客来的多,货架上快空了,昨天要来的货再过一个多小时就到了,先拿这些救救急。”

我很惊讶,活动前这个单品就备了不少货,没想到现在还出现供不应求的情况。随后我看看董翠英一边装箱一边见缝插针地跟身边交款的顾客推介这款商品,我就明白了。自五一活动开始,董翠英一点儿都没闲着,除了在微信群、朋友圈转发大楼商品促销的信息,在前台放置商品让收银员帮忙推介,在店里她见到人就介绍,周末还会热情地来一句“回去告诉亲戚朋友来买啊!”不仅如此,她还发动柜组的员工加入到这个行列,逢人就宣传,功夫不负有心人,仅仅三天,一瓶小小的酱油,就创造了1812瓶的销售奇迹!



还记得靳总在年会上的“金句”:落实就是要真抓实干,如果“聪明人”太多,光说不做,或者做的不实,对公司没有利。董翠英不是这样的“聪明人”,她撸起袖子抓销售,扑下身子抓落实,不投机取巧,而是用最笨的法子,脚踏实地去做,持之以恒地坚持,把一件事情做好做透,这才是我们日百人干事创业的样子。面对阿米巴改革和公司的进一步发展,行动,才是最长情的告白。

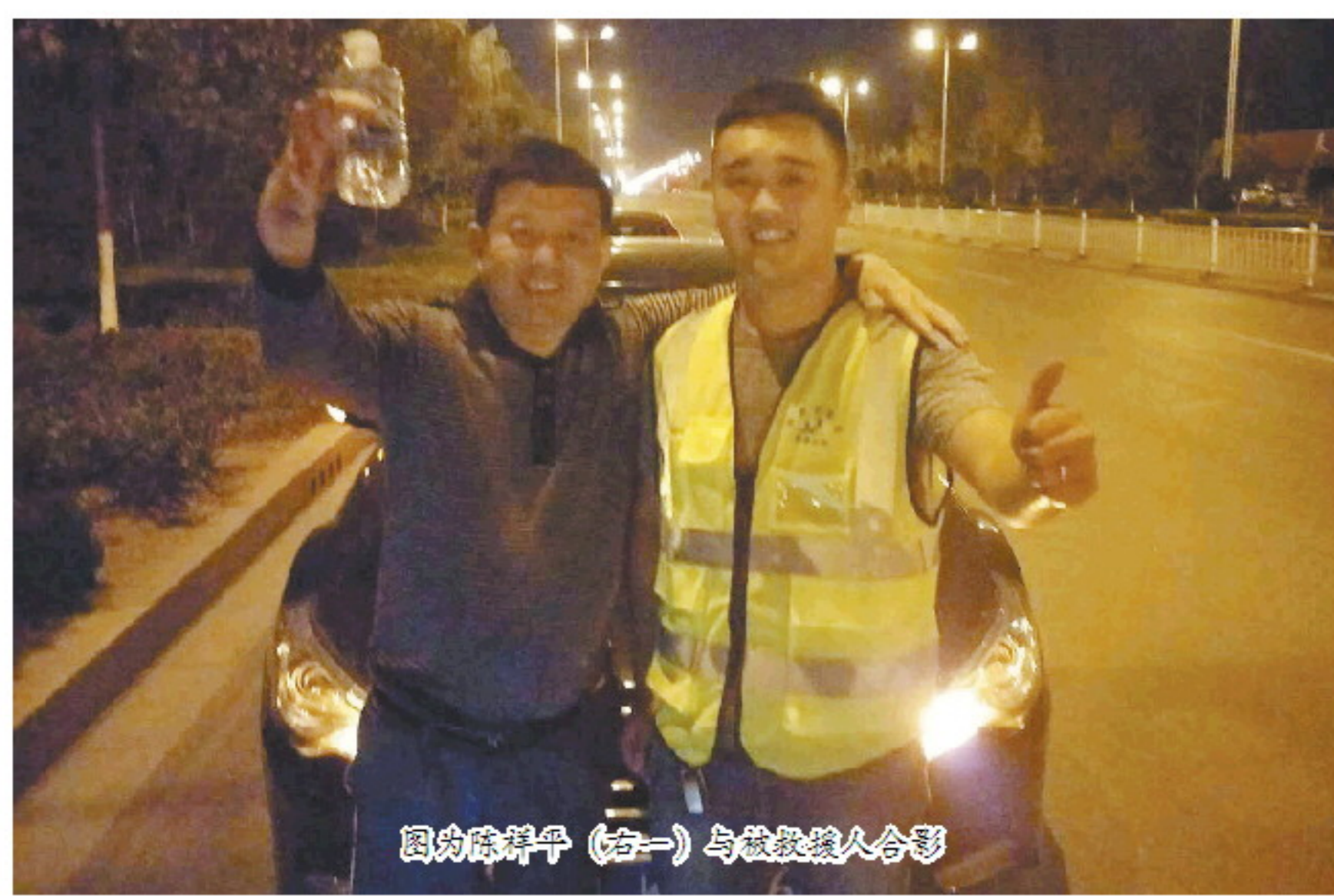
在当今严峻的市场形势下,无论你在哪一个岗位都会有压力,都会遇到那样的困难。面对困难,有的人选择了逃避,得过且过;有的人选择了积极地积极应对,想方设法地克服困难。而在日百阿米巴新时代环境下,我们人人都是经营者,人人都是“主人翁”,公司的改革和发展离不开我们每一个人的努力。

日常经营管理中,快速变“要我干”为“我要干”,充分发挥个人的主观能动性,进行自我挖掘,自我奋进;面对销售目标,多一点行动,少一点抱怨,不等不靠,积极地去争市场,抢份额;作为管理者,严格执行“言行一致、表里如一、以身作则”的十二字方针,带领员工回归原点,落到实处,竭尽全力地推进公司发展。

总之一句话,多说不如多做。只有行动起来,为公司发展奉献一份力量,才是对日百最长情的告白! □ 日照店 特约记者 丁翠翠

## 日百最美青年

# 陈祥平：帮助别人，快乐自己



图为陈祥平(右一)与救援队员合影

陈祥平,一位阳光、充满正能量的90后帅气青年,现为莒县新玛特购物中心安全部消防控制员。从2013年12月莒县新玛特开业至今,他先后轮岗任职过超市理货区理货员、前台安全员、消防中控员等岗位。由于工作认真负责、任劳任怨、服务棒、态度好,个人多次受到门店和部门的表扬。

### 传播雷锋精神,他在行动

2017年4月,陈祥平加入了莒县雷锋救援队,成

为一名平安志愿者。他在工作之余,身体力行的支持着爱心公益事业,用自己的实际行动诠释着雷锋精神的含义,为美丽的莒国增添色彩,也成为坊间脍炙人口的一张“名片”。在这一年的时间里,陈祥平参加义务救援100多次,赢得了所有被救援者的感谢和称赞。有的被救援者在他的“感染”下也报名加入了志愿者。每当别人问他为什么去当志愿者时,陈祥平总是笑着说:“帮助别人,快乐自己!”

去年夏天,一辆轿车不小心陷在泥巴里,这可急坏了车主,车主拨打了救援队的电话。当时陈祥平正好在家准备做饭,接到通知后,饭也没来得及吃,第一时间赶到现场和队员们展开义务救援。看到轿车的整个车轮陷在泥巴里,他立刻脱掉鞋子,挽起裤脚,赤脚进去用绳子拴住自己的腰部,和队员们一起竭尽全力地往外拖车。

由于车子在泥巴里陷的太深,他们拖了将近半个小时,最后在所有人的共同努力下,终于成功将车辆从泥巴里拖出。救援成功之后,在场的救援队员们已经全身都是泥水。车主心里很感激,当场拿出500元现金给陈祥平让他带领队员们去吃饭。陈祥平微笑着谢绝了,他说:“雷锋做好事不收钱,收费就

不是雷锋了。”并告诉车主只要在路上遇到了没油、没电、抛锚、扎胎、灯坏等状况,都可以拨打24小时免费的道路救援电话……

作为一名志愿者是非常辛苦的,有时深夜半夜接到救援通知,哪怕疲惫意浓,也要义无反顾的第一时间赶赴救援现场,帮助需要帮助的人……陈祥平就是这个时代传播雷锋精神的一个缩影,让更多的人知道雷锋就在身边,雷锋从未走远。

### 不忘初心,把帮助别人变成一种习惯

不计回报地帮助别人,已成为陈祥平生活中的一部分。

2018年2月的一个早晨,一位五十多岁的顾客开着一辆黑色的大众轿车行至日照银行时,顾客发现车子胎噪很大,感觉不对,下车一看,原来是车胎爆了。正当他束手无措之际,新玛特店总经理董丽雨路过,热情询问并积极帮忙寻找解决办法,随后新玛特安全部经理陈云龙和安全员陈祥平急忙赶来,找出修车工具,给顾客修理车胎。

在没有专业修理工具的条件下,不到半个小时就修理完毕。顾客看见2位青年在寒冷的季节冒出了巨大的汗珠,瞬间感动不已,他感激地说:“日百新玛特的服务太好了,以后我就来日百新玛特购物了,我一定会在亲朋好友间好好给你们宣传一下。”

在陈祥平身上充分体现了助人为乐的高尚品质和“精诚团结、天人合一”的企业精神,他是企业文化的传承者和传播者,他用朴实的行动践行着日百人的敬业精神和服务理念,传递着助人为乐的正能量。□ 莒县新玛特 付正华

# 白晓东：成功=正确的思维方式×热情×能力

5月3日,“青春改革·青春建功”知识竞赛活动现场,一位穿戴整齐、英姿潇洒的帅小伙正站在台上主持节目,调动氛围。这位小伙子可不是专业主持人来凑场,而是2016年1月以一名储备干部的身份进入公司的白晓东。自入职以来,白晓东先后主持过公司的运动会、演讲比赛、文艺晚会及门店互动交流等各种活动。

做主持人一直是白晓东的个人爱好,他在大学期间和部队里也积累了许多经验。因此,当白晓东还在门店里的时候,就渐渐开始主持一些活动。直到后来公司给予了他更多的机会,让他慢慢成为了公司大型活动的“御用主持人”。在谈到印象最深刻的一次主持经历时,白晓东表示,是山东卫视《让梦想飞》节目来五莲的那一次。“那次是跟山东卫视的主持人一起合作,人家是科班出身,我是个人爱好,当时压力真

的特别大。”白晓东苦笑说。然而即便如此,想到公司领导的信任还有重视,白晓东还是咬牙坚持了下来。活动结束后,他受益匪浅,来自于省台主持人的专业性让他的眼界一下开阔了很多。

此时再提到这一次主持经历,白晓东坦言道:“我还是更喜欢主持咱们门店自己的活动,可以和顾客互动,了解他们的需求,这让我更有成就感。”

白晓东参与公司的活动非常积极,无论是压力巨大的主持人,还是一名普通的参与者,但凡是公司活动,只要有他会都会参加。

公司活动偶尔会占用自己的时间,其中得失,白晓东心中非常明晰:“不同的活动锻炼人的不同方面,可能需要很多时间,但我乐于锻炼自己。每一次活动都有不同收获,有不同成长。就像主持,我一开始主持大型节目时很

紧张,怕说错话,就是通过公司的活动一次次地去积累经验,熟能生巧。另一方面,我还是希望能为公司做贡献,感谢公司这几年的培养。”

入职两年,从一位储备干部成长为一名主持工作的中层骨干,白晓东每一步都走的扎实而坚定。

谈及自己成功的经验时,白晓东表示,首先要感谢公司对他的培养,其次是要做到心中有目标和动力。“成功=正确的思维方式×热情×能力。正确的方式,就是坚定地跟着公司大方向走。热情,就是对于工作有目标和动力。最重要是内心的满足感,精神上的需求。就像我,我能感受到被公司重视,通过自己的努力,可以为公司创造自己的一点价值。能力,是指提升自身能力,只有能力匹配了才能胜任工作,才能有信心干下去。”

□ 本报记者 房晓君



## 几面风采

# 阿米巴当中的“赋能”是什么

“赋能”最早是积极心理学中的一个名词,旨在通过言行、态度、环境的改变给予他人正能量。后来被广泛应用于商业和管理学,其理论内涵是企业由上而下地释放权力,尤其是员工自主工作的权力,从而通过去中心化的方式驱动企业组织扁平化,最大限度发挥个人才智和潜能。领导者如何掌握赋能能力?抓业务能力、带队伍能力、自我发展能力和体系化能力是传统时代的领导者必备4项基本技能,在外部环境和激烈变化的今天,这4方面的工作都要重新定义,这是赋能领导者不能回避的现实。

抓业务能力:持续激发和整合团队智慧以应对环境变化。

为整个组织设定方向并持续带领团队实现新的业务目标,这是领导者最重要的职责之一。赋能领导者懂得用群策群力的方式,能够激发和整合整个团队的智慧来设计未来业务,推动组织变革,并解决业务开展过程中

的各种问题。唯有这样的领导方式,才能使组织的业务随着复杂、快速的环境变化而顺势应变,也才能在开展业务的同时赋予团队成员一套不变的应对变化、推进变革、解决问题的能力。

带队伍能力:领导者要教导他人成为领导者。

在赋能组织中,领导者要把每个员工假设成小CEO,给他们营造创业的机制和在业务中成长的机会,员工才能从工作中得到足够的创新空间、成就感和成长。所有员工都要有深度参与业务决策,把自己的才智通过创新性业务开展绽放出来的诉求,需要在产品与服务独特的风格中寻找自己的成就感和自豪感。

自我发展能力:领导者自身的成长速度须大于团队

的平均成长速度。

只有自己的成长速度远大于团队平均速度,领导者才有资格晋升或保持现有的岗位。因此,赋能领导者持续发展自身是带动整个团队在工作中成长的关键。

领导者自己要能够持续进步,具备自我觉察和反思能力。反思是心智模式迭代的重要手段,领导者的心智模式也要不断迭代更新。

体系化能力:将资源整合成绩效

方法技能是组织智慧的核心,是百年基业的真正基础。如果领导者能够坚持用敏捷迭代的方式开展业务,依靠方法技能和群策群力的方式提升组织能力,用激发而非控制的方式带领团队,用教练而非命令的方式教练下属。久而久之,整个团队一定会发展出有创新活力、勇于面对挑战、人人积极主动自我实现的文化。总之,领导者带领团队开展业务的最佳状态是:业务模式在实践中得到磨合和发展,团队在实践中发展出更强凝聚力 and 战斗力,员工在挑战中得到充足的成长,领导者自己也在实践中持续提升。

此四者相互影响,相互促进,形成良性循环。 □ 摘自网络

# 服务的前提是尊重

“总是让顾客买到称心的商品,总是让顾客得到放心感觉,总是让顾客感到热情的服务,总是让顾客收到意外的惊喜!”这是日百集团的服务理念,也是我们成长路上的信念。凭着这份信念,让顾客体会不一样的服务。

有一天,门店卖场服饰部来了一位腿脚不方便的顾客,导购员苏颖看到后,急忙跑过去扶住顾客问:“您好,您需要买什么商品?我可以帮您。”那位顾客很感动但又有些不好意思地说:“我需要买一条裤子。”苏颖把顾客扶到沙发处说道:“您先休息会,我去给您拿几条裤子,您挑挑。”因为顾客腿不方便,试裤子时非常吃力,苏颖就蹲下来帮助顾客试穿裤子,过程中不断细心询问裤子是否合适。在苏颖耐心的服务中,顾客终于挑到了自己喜欢的那款,却因为裤腿不合需要修改,苏颖不等顾客开口,主动拿着裤子进行修剪,为避免顾客尴尬,还主动跟顾客聊天。在闲聊中,苏颖了解到顾客是独自开车的,她考虑到顾客下楼肯定吃力,在修改完裤子后一直将顾客送到楼下的车场内。看到车发动缓缓离开了,苏颖才放心回到卖场。因为这件事情,这位顾客成为了门店的老顾客,也成为了苏颖的朋友。像这样的案例还有很多很多,门店的全体员工凭借这样的一种待客如宾的理念,不带有有色眼镜看待顾客,真诚地接待每一位顾客,才能让顾客感到宾至如归。

尊重是维系和谐关系的一条纽带,尊重是相互的,只有你尊重了别人,别人才会尊重你。服务的前提是尊重,在尊重的世界里,与人友善,维持一段美好的关系,创造日百更好的明天。 □ 莒县福岚山 肖文杰

# 让自己爱上写作

公司又组织《日百文化》通讯员培训交流活动了,上次的交流会还记忆犹新,这次会议真令人期待。培训课上,牟季、邹平、陈雷、丁翠翠四位特约记者分享了自己的写作经验,提出自己的观点,很值得大家借鉴、学习。主持人时而妙语连珠的点评,时而入木三分、抽丝剥茧的分析,令人获益颇多。公司还为优秀通讯员准备了《七十二堂写作课》、《好读书而求甚解》两本书作为纪念品,更是值得一读。人会者不仅仅收获了写作的经验,更加坚定了通过写作传递正能量、弘扬日百文化的信念!

桃李不言,下自成蹊。公司给每位员工一份工作,一个施展自己才华舞台,我们每个员工没理由不关心她,爱护她,支持她,忠于她。努力工作是公司对公司的回报,而写作则是另一种表达我们对公司的情感和支持的智慧之剑。

让自己爱上写作。在思想上,在行动上,在追求上,自觉向公司的企业文化靠拢。通过写作,深刻剖析自己的思想和行动是否和企业文化保持一致,找出自己与别人思想和行动的差异,扬长避短,从而不断进步。

让自己爱上写作。写作让你更理解公司战略和举措,对公司的决策、制度、流程及公司的精神吃得透更准。插上写作的翅膀,行动有了努力的方向和目标,即有利于工作的开展、贯彻和执行,又会收获越来越多的肯定。大家携手一同进步,为公司的更美好前景,一起撸起袖子加油干。

让自己爱上写作,养成读书的好习惯。一旦养成习惯,会让你谈吐、沟通与交流更上一层次,处理问题游刃有余。古人说,读书破万卷,下笔如有神。读书,让生活有温度,让灵魂有湿度,让生命有深度。更要让你学会工作和思考。

正如主持人所言,多观察、勤思考、常总结,文章就有了。心动更要行动,让我们拿起笔来,记录工作的点点滴滴,可以是正面的,期望激励他人,也可以是负面的,期望大家引以为戒。站在公司的文化阵地上为企业擂鼓呐喊,用自己手中的笔去传递正能量。

让自己爱上写作,分享工作感悟,书写身边榜样和先进人物事迹,吹响前进的号角,鼓舞百战士,听从公司高层召唤,坚定阿米巴改革信心的,向辉煌的百年企业迈进。 □ 莒县新玛特 特约记者 赵淑娟

# 生于忧患

## 危机感 紧迫感 责任感

## 迎难而上 逆势飞扬

每个人一生总会遇到一些困难和阻力，但每个人面对的方式不同，有人选择迎难而上，有人选择“畏难退缩”，《生于忧患，死于安乐》中孟子所列举的人物：舜、傅说、胶鬲、管夷吾等为自己的时代作出贡献的人们，无疑都接受过生活、精神上的考验。可见，“不经历风雨，怎能见彩虹”，对世间万物而言，是个永恒不变的定律。

当前，经济和市场竞争的形势严峻，新业态、新模式的崛起正在侵蚀传统实体零售，行情波动多变，我们应该清楚地认识到当前形势，增强危机感和忧患意识。我们的选择只有迎难而上，去面对、去经历，在逆境中突破、成长，实现逆势飞扬！

从2017年公司提出了卡券营销常态化战略，这一举措在全公司实施推行后，取得了销售止跌，逆势增长的强有力效果。将卡券销售目标分解到每一位员工，实现了人人身上有目标，人人肩上有责任，公司也取得了2017年中秋和春节卡券销售的高额突破，登上了一个又一个销售高峰。这些，无疑再次证明了公司在市场的严峻竞争形势下，迎难而上的信心与决心。

“一人一卡，惠购乐刷”的提出，使日百金卡的使用更加普遍和广泛，同时更加丰富了日百金卡的功能，给使用日百金卡的顾客带来了更大的实惠，员工、顾客都在销售、使用金卡的过程中获得切实的好处。顾客购物更实惠，员工也获得了额外的收入，更是有员工通过销售金卡实现出国旅游的梦想。公司实现逆势止跌的同时，带给了员工福祉，那么这些跟随公司迎难而上的人，便是经历风雨见彩虹的受益者。

生于忧患，不愿意付出、不愿意承担风险，必将一事无成；安于现状、故步自封只有死路一条。卡券营销常态化是公司应对市场形势、开拓发展的重要战略决策，支持拥护公司的决策并去践行的人，必将是与公司一起迎难而上，逆势飞扬的人。

日照店 刘瑞淑

在日常工作中，提倡“三感”意识是非常有必要的，因为“三感”意识是培养员工对企业的一种精神、一种作风、一种理念。同时，也是我们全体干部员工工作作风的“试金石”。在市场价格低迷的情况下，全体干部员工只有齐心协力、团结一心才能共渡难关。那么，什么样的员工才能齐心协力呢？只有具备“危机感、紧迫感、责任感”的员工才能有凝聚力、战斗力。

将被淘汰。

作为企业的员工，在现在企业面临艰难险阻的时刻，我们必须保持危机感，在面对公司提出的各项带领我们中业绩的活动中，我们更是应该体会到这份危机感，从而积极外拓，始终与公司的领导和决策同行。

### 二、“时不待我”的紧迫感

古人曰：明日复明日，明日何其多？我生待明日，万事成蹉跎！这是一首勉励世人要及时完成当下任务，不拖延的诗歌。提醒着我们应具备时不待我的紧迫感，积极完成每一项工作。同时要有“比、赶、超”的工作精神，“比”就是和身边优秀的同事比，看看自己的差距；“赶”是想尽一切办法，从自身出发，让自己赶上优秀的同事；“超”是超越已经追上的同事。

### 一、“居安思危”的危机感

曾经有人做过这样的实验：将一只青蛙放入沸水中，青蛙会立即从水里跳出来，但是将青蛙放入装有凉水的水中，然后将水慢慢煮沸，发现青蛙始终在水中，直到慢慢死亡。这个实验告诉我们：无论在什么样的生活中，都要时刻保持危机感，要居安思危，否则终

### 三、“责无旁贷”的责任感

责无旁贷的责任感是我们每个员工应该具备的素质，因为公司给了我们工作的机会，是公司给我们提供了展现自己的平台。人活着应该有感恩之心，尽职尽责做好自己的工作就是一种责任感的体现，为公司奉献自己的一份力量也是我们责无旁贷的。

“无大家，何来小家”，因此，企业的生死存亡与员工都是息息相关的，现在，公司面临着激烈竞争的环境压力，正是我们齐心协力一起面对的关键时刻，更是我们回报公司的时候，面对这些困难，我们能做的就是：要有时不待我的紧迫感、居安思危的危机感、责无旁贷的责任感，团结一心，才能一起克服困难。

日照店 武娟娟

## 警惕“温水煮青蛙”

看到五月份约稿的主题，我一下子想到了“骄傲的将军”的故事。这个故事告诉我们太过舒适的环境往往潜藏着危险。你所习惯的一成不变的生活方式，也许最具威胁。只有常怀忧患意识，才能在安稳的时候就考虑到潜在危机，才能防微杜渐，防患于未然。

正是基于这种忧患意识，门店认真分析了眼前形势，找出了自己的不足，拿出了相对应的提升措施。

首先从提高顾客满意度入手，推出了一系列的便民服务项目：休息椅、饮水机、擦鞋机、洗手

液、厕纸、母婴室、便民雨伞、雨天车座套袋、捆扎绳、生鲜区增设洗手池、手套、放大镜，还有轮椅、婴儿车等，赢得了顾客的一致好评，达到了我们提高顾客满意度的初衷。同时对于生鲜熟食区的商品质量进行严格管控，每日不定时检查，责任到人，保证我们售出的每件商品都是新鲜安全的。为了让顾客买到更实惠的商品，门店每日安排人员到竞争门店进行市场调研，保证价格不高于竞争门店。门店每日还利用早例会会对导购员的商品知识、业务技能进行培训实操，是让顾客得到更专业的服务。

如此一系列的举措充分体现了门店为打造优质实惠、特色、服务好等价值点的决心，也充分体现

出了门店不安于现状，力求改变的决心。而顾客的频频赞美和日渐增加的客流也印证着我们的努力，证明了这一切的做法都是有有效的、值得的。

对于竞争对手，对于未来，我们只有心存忧患，让生命随时保持高昂的斗志和奋进的姿态，才能战胜困难成为强者。

日照店 魏德福 吕店 刘志琴

## 总结与反思

防患于未然，对于公司来说，是一种居安思危的意识，也是一种反思过去，谋划未来的必要之举。鉴于公司今年销售较之去年有待于进一步提高的现状，现总结如下：

沉淀过去，凝聚目标。过去工作绩效带给我们很多反思，对于出现的问题每个员工都应该从中找到自己的问题，进而寻求解决措施，沉思问题较多的方面，继续保持出彩的方面。在接下来的工作中，需要我们牢牢铭记自己的目标，朝着自己即定的方向前进。

钻研方法，刻苦精进。方法是我们打开市场的金钥匙，这需要我们反思自己的方法，改进自己的措施，把市场分配、团队建设等工作抓上来，刻苦锻炼自己的本领，以期迎接接下来的工作中做到更好。

调整姿态，面向未来。对于接下来的工作既需要我们总结经验，也需要调整好心态，今后要善于克服消极思维，破除浮躁情绪；加强自身建设，始终保持积极向上的精神状态，以高标准、严要求，做好本职工作。

以后的工作需要我们不忘初心，铭记目标，竭力做到最好！

日照店 五莲新玛特 冯展梅

## 居安思危方能应市场万变



“昨日销售日化巴同比下降2.57万元，硬百巴下降0.49万元，家电巴下降9.32万元……”早班会上，部门经理刘军正在分析昨日销售数据，这一连串同比下降的数字让人触目惊心。伙伴们也都在深思，是什么原因导致五月份销售同比下降如此严重？该采取怎样的措施才能让销售不再继续下滑？怎

样提升销售业绩，怎样带动客流是每日早班会上必须分析的一个问题，销售下滑也是每一位日百人最担心的问题。

春节前后，一直到三月份销售一直很好，客流量也不小，大家心里都美滋滋的。但大家也都同时发现了原因，那就是，来购物的顾客大多都是用金卡消费的。就是说，春节期间，好多单位发福利都是发的日百金卡或者日百粮油卡，等顾客手里的这一部分卡券渐渐消费完毕，销售下滑似乎是顺理成章的一个原因。但是，每日销售下降的数字在递增，大家都意识到了问题的严重性，当前的形势真的不容乐观。再继续这样下去后果难以想象！如果我们还是像以前一

样按部就班，靠着一棵大树乘凉，没有忧患意识，抱着事不关己高高挂起的态度来对待工作，那企业将难以生存、发展。

当前，市场竞争到了最严峻的时刻，网购和周边越来越多的商铺已经分割掉了我们部分客流，再加上

日照店设施设备陈旧、周围居民相继搬迁、停车场不够用等原因，形势不容乐观。怎样提升销售，应市场之万变是当前需要解决的最大难题，解决这个难题已刻不容缓。

我们每位日百人都得认清当前形势，增强危机感和忧患意识，打破“生于忧患，死于安乐”的禁锢。积极支持公司的阿米巴改革，主动进行坐商到行商的转变，联系外拓是每一位日百人的责任，积极支持公司的卡券政策，把“一人一卡，惠购乐刷”真正理解并落实到实处。积极转变平日的促销内容，亲朋之间多联系走动，卡券宣传要时刻放在心上，不要错过每一个可以宣传的机会。

总之，大楼的发展离不开每一位日百人的努力，让我们怀着感恩的心去工作，居安思危、未雨绸缪，公司兴衰，有我一份责任！只要大家团结一心，劲往一处使，改变思想，转变观念，把工作当成自己的事情来干，相信没有什么困难会压倒我们，永远坚信美好的事情即将发生！

日照店 许秀彦

### 员工文苑

## 爱在母亲节

每年里五月的第二个星期天迎来母亲节，这便成为了那么一个洋溢着温馨，体现着人类的温暖和亲情的日子。

母亲节那天，因为在卖场忙着销售，我抽不开身回一趟老家，不得不用打电话的方式，送给我的母亲一份祝福。告诉她，您的女儿，在一个特别的日子里，祝妈妈节日快乐，我爱您！

在母亲惊喜诧异的话语里，我湿润着双眼，轻轻地挂断了电话。我虽然比较外向，但很少向自己的父母表达情感。但是我愿意，愿意在这个特殊的日子里，送给母亲一次幸福的沉思，和一份微微的感动。

如今这个时代，生命中的每一天都可能是某一个节日，世界的每一天也都有可能成为某一个节日。在我看来，只有那些洋溢着亲情和温暖的，怀有爱心和真情的节日，才是永远美丽的和值得纪念的，值得感念的日子。而相对于无私的、不求任何回报的、厚重的母爱，我们又付出了多少，回报了多少呢？

我有时会粗心得忘记了母亲的生日，忘却了母亲身上因为操劳而留下的病痛，我甚至都不记得当时母亲在火车站送我上大学时的情景了。只记得她背着我偷偷地抹着眼泪。“儿行千里母担忧”，那一通通电话传递着她对我的牵挂与思念……

其实只要心存美丽，心存善良；只要胸中有真情，心中有真爱，我们可以把自己的每一天都活成饱含融融温暖，充满人间亲情的日子；我们可以把每一个日子都活成自己心灵的节日，让爱的心灵之花日日在心底绽放。

日照店 新玛特购物广场 胡梦文

### 品牌故事

## 大国品牌：富安娜

富安娜家居用品股份有限公司成立1994年，于2009年12月在深圳A股成功上市，公司一直持续稳健增长，年均保持20%上的复合增长率，截至2017年企业整体销售规模已超过30亿，是家纺行业最具影响力的品牌之一。24年品牌积淀，原创家纺艺术，凝聚自然之力，打造百年家居品牌，创造品质及艺术的审美产品。

富安娜公司以“创造美好睡眠生活，打造百年家居品牌”为经营理念，拥有国内最强大的研发团队，并得到国际顶级设计师的悉心指导，累计开发的花型已达数千种，每年终端推广



的新款花型有100多种，拥有外观设计专利7项，版权登记217项，是国内同

行业拥有自主知识产权最多的企业。

富安娜作为有着24年历史的中国民族品牌，2017年入围新华网首届中国品牌榜，在中央电视台一套综合频道重磅打造的“大国品牌”栏目，行业内首推富安娜成为入围大国品牌的典范企业。

5月18日，富安娜床品成功入驻新玛特购物广场四楼家居部，我们将以热情的服务，专业的铺床水准，让顾客体验到大自然给您带来的美的享受。

日照店 新玛特购物广场 张永兰 推荐