

集团“结对子”交流会召开：

明确走基层“三不准” 强调继续增强“效益至上”观念

本报讯 4月29日，集团“结对子”座谈交流会在五楼会议室召开，集团、子公司高层及各门店总经理参加了座谈会，会议由集团党委书记、常务副总裁齐延丽主持，董事长、总裁靳照在会上作了重点发言，明确走基层“三不准”，并要求继续增强“效益至上”观念。

会上，集团人事行政总监刘新权首先传达了省、市关于党的群众路线活动开展会议的重要精神，接着，各门店总经理、集团和商业公司高层先后就“结对子”工作进行了交流。

交流中，各门店总经理均表示从去年“结对子”工作开展以来，在门店经营管理、品牌招商、团队建设、关爱员工等方面，解决了一批亟待解决的问题，如靳总提出的班前会“三件事”，以及各高层关心员工生活、解决外派员工取暖问题、协助门店空场招商、盘活现有资源、提升门店管理等，让门店和员工感受到了公司的关心和支持，同时提出了部分目前仍待解决的问题。

各高层也指出，通过“结对子”工作，改善了作风，更接地气，客观直接的发现和了解了实际中存在的问题，避免了工作中的盲点，提高了问题解决的效率，同时，了解了管理者和员工的思想动态，把公司的重要精神传达下去，也把基层的信息如实地了解上来。各高层还分别指出“结对子”中存在的问题和下一步工作计划。

“结对子”工作本身也暴露出来个别问题，尤其是针对门店管理人员陪同问题，董事长靳照做了重要强调，高层结对子到门店是要了解情况，帮助解决问题，不能扰乱正常工作，门店管理人员出于礼节的陪同并不利于正常工作的开展。会上，靳总提出走基层“不准事先通知、不准层层陪同、不准内部招待”的三不准，并作为一项纪律做了强调。

靳总还特别强调，要继续增强“效益至上”的观念，首先是考核指标的确定，要什么就要考核什么，全员都要把注意力转移到对投入产出的关注上。考核标准

要符合公司的精神，考核数据要实事求是，数据来源合理，不能有水分，并再次强调奖金是超额完成目标的产物。

其次要加强资产管理，提高资产利用率，切实减少损耗、减少浪费，最终提升效益。要抓住闲置资产这个牛鼻子，建立信息共享平台，制定好的机制，相关人员要加强考核。同时提出要转变观念，增强责任感，大力改善专厅专柜空场问题。

日常各个方面的工作都要营造“效益至上”的氛围，党委、工会、财务、人力资源部门等都要围绕“效益至上”开展工作，加大业务技能、服务水平、提高经济效益的培训，成立“顾客服务课题小组”、“会员营销小组”、“O2O课题小组”等。

会上，齐延丽反馈了党委关于群众路线调研情况，靳总就其中上报材料较多、会议多等工作作了指示，并就员工工棚、食堂和休班等关于广大干部员工切身利益的问题作了回复。 □ 本报记者 袁启

高层论点

尊重顾客是服务创新之源

这是一则发生在我们身边的真实事例……

超市内，一顾客拿着称好的包子急急匆匆赶到收银台，看着交款的队伍，不禁皱起了眉头。于是他向收银员说，他有糖尿病，突感身体不适想先吃了包子再交款。收银员按照收银制度规定，拒绝了顾客的要求，顾客很不理解，对收银员产生不满，情绪激动，大声质问。这时一内保人员闻声赶到，在了解到事情的实况后，安抚顾客并待其将包子吃完后交款。如果收银员能从提供服务、根据顾客身体需求的角度出发，那么，就会有N种解决的方法，就不会出现这一幕。

通过事例，看似是执行公司制度与服务顾客之间产生了矛盾，收银员从公司规章制度出发，严格执行了公司的收银制度。但却忽略一个重要问题，“服务的本质是对顾客发自内心的尊重”！

从根本上讲，规范化管理保障了公司经营管理的规范性、标准性和统一性，有效的降低员工工作的随意性并规避公司在运营中的风险。规范化管理制度的制定是以市场为依据、以发展为目标，需要根据市场的发展变化及顾客的需求变化进行不断修正；而优质服务是以顾客为导向，“探索顾客需求，满足顾客期望”为目标。优质服务需要对顾客发自内心的尊重，是对顾客施与爱的服务过程。真正的尊重，是能够设身处地地考虑到顾客的感受；真正的尊重，是由内至外的一种内涵和素养；真正的尊重，是最大化地满足顾客的需求。多年来，公司对企业文化不断完善，倡导“总是让顾客感到亲情的服务、总是让顾客收到意外的惊喜”，这就是公司服务的导向，是公司追求卓越服务的目标。而规范化管理也是在为优质服务保驾护航，制度与服务二者不存在矛盾，是相互促进的。

当今电商对传统零售业的冲击越来越明显。商品同质化现象越来越严重，传统零售越来越依赖于商品打折，陷入价格战的怪圈，而零售成本还在不断攀升。经营步入微盈利时代，那我们实体店零售取胜的法宝在哪里呢？核心就是要创新性服务好我们顾客。

对于我们来说：以服务细节的创新来提升顾客满意度的做法是最能让顾客感动的。如：我们在店内设立针线包，提供充电帮忙，开辟温馨休息区等。越微小的细节服务，越容易使顾客感动，实实在在打动顾客。在微盈利的今天，不要因“微小”而忽略，不管零售业如何变革，我们都要以归零的心态看零售业的发展，不论超市、百货。只有通过创新的细节来服务好每一个顾客，完善顾客体验，让顾客真正感知尊重带来的体验和购物的愉悦，提升顾客满意度，才能真正赢得顾客。

那么，如何才能不断的提升顾客满意？如何妥善处理顾客的不满？用什么方式来为顾客提供超值服务？如何快捷顺利地处理突发性服务事件？“苦练内功、提升创优”是必经之路，也是我们当前的重要任务。我们要从基础抓起，认真落实好班前三件事，在工作点滴中观察发现顾客需求，设立学习主题，开展业务技能学习培训、演练，丰富优质服务的内容和内涵，在服务的过程中一一领会贯通，然后转化成服务技巧，形成优秀的服务机制和服务能力，服务的技能自然就得心应手。在不知不觉中从思想意识层面将“要我服务”真正转化成“我要服务”，这种转化将是一笔无形的巨大动力和财富，这不但是员工的立身之本，也是企业发展所需要的动力源。

在微利时代，竞争的焦点就是服务，在这个服务制胜的竞争时代，做好一切服务的本质就在于为顾客创造价值并不断提升顾客的满意度。只有提供优质的服务才能有效巩固现有的顾客；只有尊重顾客，才可以引到平等的观念，赢得更多的新顾客；只有真正将每位顾客放到一个平等的水平线上看，才能表达出我们内心的尊重感，才能获得顾客的长期信任；只有顾客满意了，我们的服务技能才是达到真正意义上的提升，才能持续的提升企业美誉度，确保公司的持续发展，企业利润的持续增长。

□ 集团工会主席 商业公司常务副总经理 焦妍

科学运用激励 提升工作业绩

——商学院组织举办《员工激励与满意度提升》培训

本报讯 80末、90后员工已成职场的主力军，面对个性张扬，崇尚自由，追求差异的新一代，如何管理才能最大限度的调动和发挥他们的工作热情，提升工作业绩呢？

4月17日，商业公司人事行政总监司玉文结合多年人力资源管理工作经验，在集团接待部四楼会议室为实习经理以上中层干部、管理培训生讲授了《员工激励与满意度提升》课程。

此次课程通过大量的图片及现场模拟互动，分析呈现了80末、90后员工的特质并再现了70后式的管理方式在管理80末、90后员工时存在的弊端。以及作为新时代的管理人员要如何运用好激励，更好的激发员工的工作热情，提升员工满意度，从而更好的提升业绩。

培训较好的解决了中层管理者们面对80末、90后员工管理中的疑惑，对下一步员工士气、满意度的提升将起到促进和推动作用。培训结束后，培训内容作为商业公司全体基层管理者的必修课，将培训效果进一步放大。

□ 日百商学院 曹巍



新闻30天

当代职业培训学校中标市定点培训机构

本报讯 4月17日，当代职业培训学校参加日照市人力资源和社会保障局2014年度定点培训机构项目公开招标，并以综合88.7的优异成绩中标成为日照市2014年度定点培训机构。

当代职业培训学校是集团投资，经日照市人力资源和社会保障局核准成立的一所职业培训学校。学校经过认真筹备，根据目前办学条件结合日益增长的社会需求，现主要面向社会在职职工、待业、失业人员尤其是对营业员(初级、中级)、收银员(初级、中级)、营销员(初级、中级)和人力资源管理员(中级)有需求的人员进行职业技能培训。

此次中标标志着当代职业培训学校正式迈入高速发展的快车道，同时也提升了日百集团的知名度和美誉度。

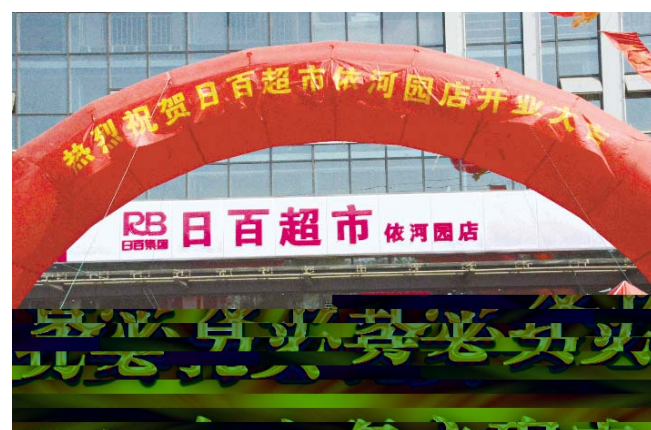
接下来，学校必将全面贯彻党和国家的职业教育培训方针政策，积极探索先进的管理模式，以推动实现更高质量就业，构建劳动者终身职业培训体系为统领，以服务产业转型升级、增强企业竞争力为主线，坚持提升技能、服务就业、终身培训的原则，统筹利用培训资源，大力开展职业技能培训、岗位技能提升培训。通过完善建立市场需求与培训成本、培训质量和就业效果相结合的动态机制，完善技能劳动者从缺乏技能到初级工、中级工的成长通道，努力实现“培训一人、就业一人”的目标，以优质的教育培训资源服务社会。

□ 日百商学院 胡海信



本报讯 4月22日至23日，集团董事长、总裁靳照率领军谷贸易公司班子成员来到武汉钢铁集团进行商务考察。考察期间，在武钢集团北湖经济开发公司副总经理钟兴同志的陪同下，参观考察了武钢盛和包装科技有限公司、武钢富祥冶金炉料有限公司、武钢北湖工业有限公司，双方就合作项目交换了意见，并在贸易业务方面达成了合作意向。 □ 贸易公司 董书明

日百超市依河园店正式开业



本报讯 4月25日，伴随着喜庆的鞭炮声，日百超市依河园店正式开业。超市经营面积达660平方米，有两层营业区，位于山东路559号日百依河园沿街，是商业公司在日百依河园开设的一家综合社区超市。依河园店依托集团的连锁优势，秉承商品品质优价廉，服务贴心周到的理念，吸引了大量的消费者。

据依河园店店长张传林介绍，依河园店的商品主要定位于满足顾客的日常生活需求。店内有水果、蔬菜、肉类、熟食、酒水饮料，还有学习用品、体育用品和办公用品等，一应俱全，能够满足顾客的日常生活需求，得到了附近广大消费者的认可，近几日已经办理了300余张会员卡。

“我们7点半左右的时候就开始做准备了，还

没到正式营业的时间，好多顾客就早早地在门外等候了”，依河园店的员工安小姐说道。

为了回馈顾客的喜爱和光顾，依河园店不但准备了丰富的特价商品优惠酬宾，还特别推出了多种形式的促销活动，并可以现场即时免费办理会员卡。除此之外，依河园店还支持电话订货，团购送货，两公里内免费送货等服务项目。

家住依河园小区的一位顾客对记者说：“我前天办理了会员卡，以前没有依河园的时候我都在附近小店买东西，有时会去比较远的商场，但是又远又不好停车，还带着孩子，很不方便，都是一次买好几天的食粮。这以后再也不用跑那么远了，很方便了。”

□ 本报记者 袁启

威海多福山景区“五·一”喜获佳绩

本报讯 “五·一”小长假期间，日百集团旗下威海·多福山国际养生旅游度假区内人头涌动，客流如潮。据统计，5月1日-3日，景区共接待游客量达6000人次，同比增长70%；门票收入同比增长60%。

今年的“五·一”十分特别，它既是所有劳动人民的节日，也是多福山景区开园一周年的纪念日。为此，景区提前一个月就开始筹划“五·一”相关事宜，派出专人积极参与了“2014第十四届山东旅游业务洽谈会”和“旅游大篷车”巡回促销活动，先后赴济南、潍坊、淄博、东营、聊城、临沂等省内重点客源城市宣传推介，并根据实际情况制定了可行性合作方案。令人意想不到的是，在推介会现场，就有众多旅行社愿与景区达成合作，这些为五一期间聊城、烟台、青岛等地旅行社及游客的到来奠定了基础。

景区也于4月底特别推出了“寻找最美的你”主题惠民活动，持续时间长达两周，其中“门票优惠”、“我与多福山合影留念”、“学生凭证免费游园”、“劳动人民最光荣——我在多福山下认养一棵树”等项一经推出，即赢得旅游市场的青睐，受到广泛好评，人气高涨。进入5月，多福山景区晴空万里，翠峦叠嶂，花草旖旎，美景如画，客观上为广大游客们增添了一份舒爽的游园

心情。5月2日，又适逢霄龙潭寺举办“文殊菩萨圣诞祈福法会”，吸引了大批家长和学生专程前来上香祈福，当日游客量达到最高峰。

除了丰富多彩的主题活动外，景区今年4月开始实施的大规模绿化工程，也为游客提供了必要的观赏环境。期间种植的上千株樱花树、桃树、梨树等，在“五·一”时段竞相开放，花团锦簇，姹紫嫣红，引得众人纷纷拍照留念。还有，直通景区的旅游专线203、207、309路公交车在5月1日正式通车，高速路又免费通行，使得本地市民和自驾游超常增加，景区停车场的车辆来往如织，各地游客纷至沓来。

在“五·一”到来之际，多福山景区还召开专门会议，对基础设施、环境卫生、设备安全等进行全面检查，强化管理和提升服务。景区主大门、停车场及主要路口均增派了人手管制。良好的基础保障工作，为多福山景区赢得了好口碑，知名度和美誉度进一步攀升。

5月11日-13日，多福山又针对传统庙会推出了“登山观海·赏花祈福”主题系列活动，吸引了上百家商贩前来，景区游人如织。与此同时，庙会期间各类文艺演出活动盛大开演，丰富而精彩的演出将庙会盛况推向顶峰。

□ 威海多福山 杨京

