

坚持是一种力量

郑州百货大楼“三优一满意”活动开展20周年掠影

□晚报记者 常辉 徐刚领/文 吴琳/图

1987年,郑州百货大楼提出了“优质商品 优质服务 优质环境 让顾客满意”的“三优一满意”活动倡议,这些在现代商业中依然被倡导着的内容,对于20年前来说,无疑是非常具有前瞻性的,而且他们把这项活动一做就是20年。20年过去了,此项他们倡议并坚持着的理念给消费者带来了众多的实惠和温暖,也给他们带来了众多的荣誉和信任,这项活动甚至已经融入到这个企业的文化精神深处,流淌在每一个员工激情的血液中。



合力产生能力

在商场工作了20余年的侯俊,至今仍清晰地记得“三优一满意”活动刚刚提出来的时候的情景,缺乏竞争、商品供不应求的时代里,对于商人来说是很难体会到危机感的,因此“服务意识”的觉醒也需要一个过程,她回忆说,当时大家并没有对大楼提出的“优质服务”感到特别的压力,但是当严格的纪律摆在他们面前的时候他们才知道,原来这不仅仅是一个口号。她对于自己的

一次处罚印象深刻,她告诉我们,当时还不是自选,柜台内不允许顾客进入,她就因为请一位私自进入柜台的顾客出去而与顾客争执了几句,被扣除三个月工资,待岗三个月。几句话,三个月工资,这在尚未建立起服务意识时代确实算“严惩”了,只有制度才能够保障意识的建立和推广,郑百的领导者的深谙这个道理。现在,侯俊已经是商场主任了,她现在的主要工作之一就是巡

视商场,规范一线销售人员的工作行为。她无不感慨地说:“我就是觉得,坚持得时间越久,活动效果就越好,大家都坚持成一种习惯了,现在我们每个月能够检查到的违纪现象越来越少,而且违纪程度越来越轻,大错通常几个月也没有一例,小错一个月最多一两例,还经常几个月都没有呢。”同时她也说,现在的服务是越来越细节化了,因此即使情况看好,他们也从未放松。

男装商场经理王方从1983年来到大楼,整整在一线销售做了10年,从当初站柜台到现在管理销售人员,她最大的感触就是“服务越来越不简单了”。对于这个“不简单”,她这样解释:“以前的买卖关系很简单,三尺柜台一买一卖,而现在,经过从顾客是上帝到顾客是亲人的理念,更便民更人性化,以及涉及到售前售中售后,它几乎成了一门学科。”

为了创造良好的购物环境,营业员也下足了工夫。“商场内模特们身上穿的衣服,一般两三天就要换一次。”一位在郑百工作了近20年的女营业员告诉记者,现在的营业员是靠脑力吃饭的,不像以前是靠体力吃饭的。她说,在计划经济时代,求大于供,东西摆在那里,就不愁卖不出去,而现在的市场经济条件下,商业竞争十分激烈,营业员的综合素质、营销技巧、服务态度等就显得尤为重要。



郑百的品牌引进工作进展顺利

品牌产生竞争力

回想起20年前,郑州商战一役,商家利润被削得面目全非,几乎无人言胜。主管郑州百货大楼业务多年的张清红唏嘘不已。而现在商业之战,早已不是之前的“价格战”,内练团队体制,外团体现更多的,则是在“品牌之争”上。张清红一语概括:“现在所谓的‘优质商品’保证质量,品牌引进是关键!”

张清红认为,品质的保障主要包括两个方面:进货源头把关以及售后质量保障。据郑州百货大楼的员工回忆,20年前,只要是摆上柜台的货,就没有卖不出去的。郑州百货大楼就是在这样一种优越辉煌的情况下未雨绸缪,率先在全国商业敲下了一锤重音——“优质的商品”。

“我们为引进品牌主要的辅助性工作就是对环境的提升以及对格局的调整。20年前,商场还是卖自行车缝纫机的五金类、洗化类、纺织类和百货类一统天下的局面,而现在则是女装等品类为重心;20年前商场面积只有1000多平方米,而如今已经有两万多平方米的营业面积了,因此商场对于格局的调整需要迈大步。去年,我们男装一

半区域的品牌全线进行了调整。”接着,张清红又向我们介绍了今年的品牌工作重点:“我们今年除了加大羽绒服的卖场面积,还将扩大羊绒羊毛衫的优势,加强女装品牌,近期进驻了李宁、纤等符合我们目标的品牌等。”

如今消费者走过二七商圈,走过郑州百货大楼,都会感觉到现代商业的气息扑面而来;新的外楼装修时尚而有质感,一楼格局更开放,天梭、梅花等知名品牌从去年起就开始进驻这里,提升了整个商场的形象。目前,郑州百货大楼在其传统强项羽绒服上也在做进一步升级,六楼精品羽绒服区的开业已经紧锣密鼓,它将在原有的五六十个品牌基础上再新增30-40个品牌,并将择其一线品牌陈设。

构建“和谐消费”

郑州百货大楼总经理朱赵霞介绍说,郑州百货大楼正努力构建“和谐消费”。这么多年来,郑百有了稳定的顾客群和供货商。6月份是郑百的便民服务月,郑百将推出“百项便民措施”。她举例说:“就拿梅花牌手表为例吧,不管消

费者在哪里购买的,是哪个地方的人,只要在5月29日至6月30日的活动期间,拿着梅花表到郑州百货大楼来,我们都会给他免费清洗、消磁、校时和供货月,郑百将推出“百项便民措施”。她举例说:“就拿梅花牌手表为例吧,不管消

免费的服务。”“现在的女孩子能学会这种技术不容易,而我们要求针织商场的所有营业员都会。”

“20年前刚刚兴起‘三优一满意’的时候,商场大多是自营,那个时候没有品牌引进的概念,就是进货。那个时候私有企业刚起步,规模和质量都不够强,我们在保证产品质量上主要做的就是进那些大规模、大城市的国有厂的货。”张清红介绍说,“后来一个阶段,推崇顾客是上帝,我们开始注重售后服务,协调厂家代理商

以及顾客的利益关系。时至今日,各厂家的品牌意识提高了,他们非常爱惜自己的形象,因此售后协调工作变得容易了很多。我们的工作重点就转移到了品牌上,我们的品牌目标就是成熟、知名、大众。”



郑百打造优质的购物环境



客户的满意就是郑百人的心愿

“一块抹布精神”

5月23日下午,记者采访郑州百货大楼股份有限公司副总经理何金海时,他正在与后勤处、储运分公司、保洁分公司的几位负责人商量打扫卫生的问题。“我们对于卫生,是牛不扬鞭自奋蹄。”何金海说,百货大楼是一个窗口行业,卫生当然十分重要。“不仅营业大厅、通道要每天打扫,就连墙体我们每年都要清洗两次,百货大楼年年都被社岭办事处评为卫生先进单位。”

谈起以前的环境,何金海认为,百货大楼发生了翻天覆地的变化。郑州百货大楼始建于1955年,是河南省最早,也是经营规模最大的一家综合性零售企业。起初,郑百只有1800平方米的营业面积,是一栋四层的楼房。1995年,新大楼建成,如今营业面积已达2.3万平方米。“我们现在正在建设绿色商场,包括卫生、噪声、空气质量、节能商品、绿色商品等多个方面。”百货大

楼商管处在检查商场的卫生时,用棉球来检验货架、柜台、商品是否干净,并且每次检查都要记录在案,就连检验所用的棉球都要存档。“这样的检查,一周有一到两次。”在郑州百货大楼干了30年的何金海,刚开始就是从营业员干起的。“作为营业员,忙时接待顾客,闲时就要打扫卫生。”

何金海说出了郑百人的一个传统,一种精神。对此,郑州百货大楼股份有限公司副总经理孙红霞告诉记者,这就是郑百一直倡导的“一块抹布精神”。她说,新大楼建成之前,郑百只是一个老的四层楼,硬件不行,当时的领导层就号召大家要动手多抹、多擦,给顾客提供一个良好的购物环境。令人难以置信的是,“一块抹布精神”在郑百一直被延续下来。“去年,百货大楼装修了一个遍,品牌品位都得到提升,郑百就是要给消费者提供一个美观、舒适的购物环境。”

“在郑百,员工能够以轻松、快乐的心态工作,他们总是乐呵呵的。”长期的企业文化建设,使员工形成了较为牢固的以企业为家的意识和较为浓厚的大家庭气氛。无论遇到什么困难,他们都心甘情愿地与企业一起去面对,去克服。“这里是我们的家。”是郑州百货大楼员工常挂在嘴边的话。郑州

百货大楼总经理朱赵霞说:“在我们这里工作的员工,眼下收入并不高,可是大家思想稳定,心情舒畅,干劲十足,其根本原因,就是我们在50多年的风雨历程中,坚持不懈地进行以家为魂的企业文化建设,进而成为渗入骨髓的精神力量。”

郑州百货大楼一位老员工说:“工作就是一种精神享受,常常怀着感恩的心,快乐就会多一点。”郑百的女工群体,她们在年轻、美丽的时候走进同一家单位,共同感受过辉煌,经历了低谷,大起大落的命运转折,她们不抱怨,不等不靠,凭借“每天进步一点点”的信念,让一个饱经沧桑的集体再次焕发旺盛的生命力。

郑州百货大楼的集体活动从未间断过,每年都要开一次运动会,不定期举办摄影比赛,每年年底办一次春节晚会。“不仅丰富了员工的生活,也增强了企业的凝聚力。”正如总经理朱赵霞所言,“我理解的企业文化,就是不等不靠,在自己的岗位上一点一滴的进步。”

厚重与新锐同在

“厚重而又新锐,传统而又朝阳。”郑州百货大楼股份有限公司副总经理程韬光字斟句酌,这样总结出郑州百货大楼的企业文化。是啊,郑州百货大楼从最初的“商品全、质量高、价格廉、服务优”到“三优一满意”,再到今日的“和谐消费”、“百项便民措施”,郑百走过了一条不平凡的路。

“郑州百货大楼经过几十年的风雨洗礼,郑百人一直都有一种责任感、荣誉感和归属感。这是一种根的文化,百货大楼就是郑百人的家。”程韬光说,这么多年来,不管市场如何变化,郑百的光荣传统教育没有丢。并且,郑百在进行光荣传统教育时,始终紧扣时代发展的脉搏和消费者的需求变化。“起初,郑百就提出了商品全、质量高、价格廉、服务优的宗旨,在此基础上又总结出三优一满意。”1987年,郑州商业

正历经计划经济向市场经济过渡的阵痛,商业博弈,引发闻名全国的商战。郑州百货大楼以理性、坚韧、责任和创新,不失时机地在河南全省商业提出“三优一满意”的倡议。“三优一满意”就是优质商品、优质服务、优质环境和让顾客满意。作为“三优一满意”活动的首倡单位,公司成立了专项领导小组,由一把手亲自担任组长,负责监督执行,每年围绕活动的核心内容不断推出新的更为

完善的服务举措,如“十佳满意服务系列”“文明用语十七句”等。“郑州百货大楼,是郑州市的一张老名片。”朱赵霞说,老郑州人对于郑百特别有感情。当时,到百货大楼逛一逛,就是一种休闲和享受。而百货大楼对于社会也一直有高度的责任感,郑州百货大楼,就是要做郑州老百姓的店。“我们的中老年服务其实并不赚钱,但是我们一直在做,就是要考虑社会责任感。”

滴水穿石的豫商精神

说起郑百的精神,朱赵霞在接受记者采访时说,郑百大楼有一种不服输的精神一直往前走,而能够20年如一日地把“三优一满意”进行下去,不仅体现的是一种不服输的精神,更深层次的则是河南人特有的品质。“信用为本、行商无疆、传承有脉,这是豫商精神的真谛,也是郑百的真实写照。”郑州市商务局副局长阎铁成总结道。在郑百20年如一日的坚持“三优一满意”的过程之中,人们看到的是一种信用、一种胸怀、一种精神的传承。对于今天的郑百,人

们更熟悉的是朱赵霞提出的“每天进步一点点”,而这,就是一种滴水穿石的豫商精神,靠着真诚和认真,百货大楼能够把“三优一满意”一直延续20年,也靠着这种真诚和认真,百货大楼才有着发展的希望。谈起郑州百货大楼的发展前景,朱赵霞始终充满着昂扬的激情和信心。她如数家珍地盘点着郑州百货大楼的独有优势:

曾先后荣获“全国执行物价计量政策法规十佳商店“四连冠”、“全国先进基层党组织”、“全国商业先进企业”等重大荣誉称号。在这每一个荣誉称号后面,都有一串感人肺腑的故事,都凝聚着郑百人和众多消费者对百货大楼的深厚情感。以至于不少郑州人说起百货大楼,总习惯在“百货大楼”之前加个“老”字,称其为“老百货楼”。这种深厚的文化基础、群众基础、情感基础,显然是郑州百货大楼所独有的优势。

半个多世纪的风雨历程,凝聚了郑州百货大楼厚重的企业文化、优良的传统作风、良好的社会信誉、响亮的企业品牌。公司

上世纪80年代以来的郑州商战,锤炼了郑州百