

# 创新提升 模式超越 内外兼修 问答中原商业潮立人

——访新加坡时计宝(郑州)紫荆山百货总经理巩玉梅



众所周知,1983年紫荆山百货大楼(以下简称紫百)的开业,成为郑州市商业改革开放的标志。光阴似箭,一晃25年的光景,紫荆山百货大楼虽然仍屹立不倒,但是已由往日的国有企业变成如今的合资企业。

25年弹指一挥间,从艰难突围到紫百模式再到今日的成功转型,紫百经历了凤凰涅槃般的嬗变过程。

2008年,是紫百完成改制转型后的第一年,也是实施三年发展战略规划承上启下的重要一年,超越发展模式,“创新提升”成为其最直接的选择。

晚报记者 谢宽/文 吴琳/图

## 模式超越:是紫百的突破

当前,国内百货店、超市、大卖场、便利店等17种商业业态全部进入郑州;国内外零售巨头沃尔玛、新世界百货、银泰百货业等也将进驻距离紫百不到两公里的区域;未来市场必将面临越来越大的压力和挑战。“紫百的成功也是随着市场的发展而在不断前行变化的。”紫百总经理巩玉梅说。当然,挑战和机遇是并存的,我们的对策是适者生存。从内部挖潜,锻造内功,稳步推进经营的同时向管理要效益。

“我们以‘凸显礼品百货定位,彰显尊贵消费品质’为年度经营提升目标,通过实施品牌战略经营与管理,阶段性实现品牌引进有新收获,营销策划有新亮点,品

牌效益有新提升;通过经营布局结构的调整和升级,阶段性实现购物环境有新改良;通过抓好客户服务、团购销售和售后服务,全面提升服务品质,培育和扩展忠诚顾客群,实现经营绩效的稳健提升。”巩玉梅自信地告诉记者。

紫百亦在管理上寻求创新,做“内外兼修”的“百货达人”。巩玉梅进一步分析:建优秀团队,铸精品服务。以科学管理为目标,以创新管理为手段,全面整合管理机制,全面开展创新管理,不断提高企业制度化、精细化管理运行能力;加强人力资源管理,强化对优秀人才的培养和使用,打造高素质的经营管理团队。如通过严格管理细节和店面现场服务,强化服务培训,提升服务品质,高效促进销售完成。

## 销量超越:标志着紫百发展提速

“2008年1至10月份,我们超额完成销售任务指标,实现销售同比增长20%,圆满完成主要销售经济指标,尤其是十一国庆黄金周,更是超额完成了原定计划,同比增长了20%。”巩玉梅说,为了奖励几个楼层经营部,公司为每个楼层经营部颁发了奖金,并组织了楼层经理到北京考察市场。

在巩玉梅看来,这种新的管理和激励模式,虽说现在还不是那么成功,但已经感受到了员工们满怀信心的“销售饥饿感”。

当提及未来发展规划时,巩玉梅满怀信心地认为,

2007年是转型改革年,2008年是创新提升年,紫百更加注重决策的科学性、前瞻性,旨在凸显礼品百货定位,彰显尊贵消费品质,确保经营全面提升。2009年是突破发展年,通过两年的调整和打拼,促使新紫百打开一个新局面,使新紫百在已相对成熟的花园路、紫荆山商圈的龙头地势上站稳脚跟,力争步入大型连锁百货行列。

按照这个三年规划,紫百正在积极稳妥地朝着自己的目标前行。经历了25年丰厚积淀的经营管理经验,拥有一支团结和谐敢打硬仗的干部员工队伍,再加上新加坡时计宝带来的先进元素,紫百的2008还只是一个开始。

## 爱心超越:是紫百的必然

而对于本土化运作的紫百来说,发展的最终目的还是要落在更好地履行自己的社会责任之上。紫百从国有企业到外资企业,企业身份转换了,但企业的责任没变。用巩玉梅的一句话来说,不管什么“资”,都要承担起相应的社会责任:对员工、对企业、对社会负责。

紫百的慈善公益事业从一开始就定下了一个基调,就是有始有终。“承担社会责任,热心公益慈善事业,这是我们的传统”。巩玉梅告诉记者,“这些年我们一直和社区、各种协会保持着良好的合作关系,经常为他们提供场所、经费举办各种公益性质的活动。比如今年的河南省节能减排攻坚行动启动仪式、河南省首届茶文化节等活动,为广市民提供一个促进交流的平台,也是我们承担社会责任、促进社会和谐的一个方面。”

从资助登封市唐庄乡小学,到帮助贫困下岗职工,从汶川大地震短短两天之内筹款30余万,到八年来从不间断地资助贫困大学生,从开放紫百广场为广大社区居民提供健身场所,到举办各种公益性质的慈善活动,再到慰问敬老院、孤儿院行动,紫百的公益慈善活动已成为公司日常工作,也成为紫百员工们表现爱心的舞台。



## 20名会员走进工厂 零距离感受华日家居服务

11月1日、2日,郑州华日家居组织20余名会员客户走进位于河北廊坊的华日家居总部。华日家居总部生产基地占地1300多亩,建筑面积50多万平方米,员工有5000多人。经历20多年的发展,华日家居的产品已经涵盖几乎所有风尚家居风格的系列家具。在工厂管理人员的带领下,华日会员参观了华日第二工业园的实木制作工艺和家具生产车间,见证了华日家居品质的源泉。

晚报记者 冯刘克 许琳琦



## 增值服务 培育忠实客户

会员客户纷纷表示,此次参观和游玩十分尽兴,整个过程充满乐趣和感动,这也表明了华日家居拥有良好的企业文化,重视自己的客户,服务到位。对于会员客户的称赞,吕永兵表示,能够得到客户的认可,此次活动的目的就达到了。这次活动耗资较大,占用了不少人力,但取得的效果也是不可估量的,华日家居的产品品质通过此次活动将会得以广泛传播,培养出更多的忠实客户,对于品牌知名度和美誉度的提升都有非同寻常的意义。

9月、10月金秋家具销售旺季已经过去,市场开始进入波澜不惊的平稳阶段。在这种状况下,华日家居将工作重点转向了为客户提供更多的增值服务,将11月份定为郑州华日家居的“会员月”。回访客户、回馈客户、加强服务成了华日家居本月工作的主旋律。廊坊华日恒宇家居有限公司郑州分公司企划部经理吕永兵说:“在前段时期的家具销售旺季,消费者的大部分消费需求已经得以释放。进入11月,我们把工作重点从‘坐在店铺里等客销售’转向了‘走到顾客家送服务’,提供更优质的服务,开展各种活动,回报会员,让会员深入感受华日家居的品质和服务,培养客户的品牌忠诚度。”此次邀请会员客户参观工厂、游玩北京正是华日家居“会员月”的开场活动,一系列的回访和回报活动正在拉开帷幕。

## 实地参观 感触卓越品质

在华日工业园,大家看到了一根根原始木料是如何经过精细复杂的加工工艺和工人师傅辛勤的手工琢磨,最后做成形态各异的家具。会员还发现华日家居生产的过程,无论是板材干燥,封边雕刻,还是打磨喷漆,每一道工序除了严格的工艺标准,还都有远远超过行业要求的特殊控制点,从而保证了华日各系列家居产品的卓越品质。通过此次参观,使得顾客深入了解了华日家居的产品品质和企业文化,感受了华日家居的雄厚研发生产实力和影响力。这对会员们来说,无疑是一个极富意义的体验。

一行会员还在具有国际化水准产品展厅——华日名家情境家居馆进行了实景体验,切身感触华日家居的多元家居文化和丰富设计魅力。华日家居的两个展厅占地4万多平方米,十分壮观。让人不可思议的是在华日名家情境家居馆中竟然有7栋1:1实景别墅样板间,这7栋别墅正是为了展示华日家居不同家居生活方式风格而建造的。会员们在这里进行了现场体验,现代东方、格林尼治、挪威森林、格瑞·帝纳、欧式、loving-80's等不同风格的家具配合别墅场景,演绎世界主流风尚生活方式,展现出华日家居为生活创造的动人风采。

在电视里经常看到的鸟巢、水立方到底是怎样的?没能到北京现场看奥运会的人们都会充满好奇。2008奥运会在北京举行之后,亲眼看看鸟巢和水立方成了很多人的梦想。很多人都期盼到北京去感受奥运气息,亲眼看看奥运健儿勇夺金牌的地方。作为此次活动的一个重要环节,华日家居安排会员们赶赴北京,参观游玩了天安门、鸟巢、水立方等旅游热点,实地感受了奥运为国人带来的感动。华日家居把这些顾客的梦想变成了现实。当宏伟的鸟巢、水立方触手可及的时候,每个会员都感受到了属于中国人的那份骄傲和感动。