



侃侃三人行
主持人 冯刘克/文
晚报记者 赵楠/图

随着近年来郑州百货业的发展,市场容量的扩大,对于商业人才的需求也在水涨船高。另一方面,一个高级商业人才的培养需要旷日持久的时间,需要经过各种零售操作经验的长期积累。这就形成了一个商业人才需求与供给的矛盾。人才短缺也成了百货业快速发展的一个瓶颈。本期“侃侃三人行”邀请丹尼斯人民路店负责人、行业专家和供应商三方代表共同探讨郑州商业人才的现状、商业人才需要具备的素质,以及解决人才短缺的途径。

商业人才是如何炼成的



嘉宾
丹尼斯百货人民路店店长 张建



嘉宾
河南省商业行业协会副会长 何宏剑



嘉宾
郑州维贤商贸有限公司总经理 吕维贤

主持人:目前郑州的百货业发展迅速,外来百货公司加快进驻步伐,本土百货公司不断扩张,在这样的背景下,郑州的商业人才有着什么样的现状?

张建:在北京、上海等城市,商业人才的流动性很大,尤其是各个品牌之间的人才流动。今天一个人代表一个品牌来找你谈合作,隔天再过来,他可能就变成了另外一个品牌的代表。相对来说,郑州的商业人才还是比较稳定的,但是近3年来,随着外来零售企业的进入,这种商业人才的流动性也在增强。另外,郑州的商业人才也面临着短缺的局面,目前的大学教育很少涉及百货管理这样具体的专业,也就是说商业人才几乎没有科班出身的,百货公司需要自己重新培养商业人才,依靠的方式就是传统的传、帮、带,靠人带人进行培养。对于丹尼斯来说,在12年的发展历程中,人才框架是相对稳定的,流动性不大。丹尼斯一直在不断开新店,在开新店的过程中,需要大量的商业人才,因此许多人都被提升起来,担任了重要职务。另一方面,丹尼斯是一个比较规范的企业,虽然从基层干起的时候,收入不是很高,但是收入每年都会稳步增加,这就让人看到了发展前景。

何宏剑:从整体来看,郑州的商业人才是比较缺乏的。一方面,开出了越来越多的店面,这些店面需要众多的商业人才;另一方面,没有对口的学校或专业输出这样的专门人才,这样就造成了商业人才的稀缺性。随着越来越多外来零售企业的进入,商业人才的稀缺性会更明显,企业会更多地思考留住人才的问题。企业的“企”字,上面是“人”,下面是“止”,什么意思呢?没有了人,企业的发展就会停止。人又分两种:一种是人材,人材是可替代的,他做的工作其他人也能做;另外一种是人,人才是不可替代的,他的工作能够为企业带来高额的利润回报。

吕维贤:郑州的商业容量在增大,现有的商业人才被越来越多的商业企业稀释,这就造成商业人才的缺乏。不同档次的商业人才稀缺性也不相同,基本上是越高级的商业人才越稀缺,比如能够对店面的整体思路和方向进行把握的店长级人才还是很少的。

主持人:市场不断变化,商品需要不断调整,百货经营经常面临变化,与之相适应,商业人才需要什么样的素质?

把手来教,需要长期的积累和经历。培养一个中层干部的时间是5~8年,培养一个店长级别的领导需要至少10年的时间,所以耐性和韧性是一定要有的。商业人才的悟性也要比较高,不同的发展阶段有着不同的特点,这就需要有人悟性的人不断去适应变化的市场。

吕维贤:商业人才确实需要拥有一些特质,其中一种特质应该叫做商业头脑。比如说到一家商场去参观学习,有的人看完之后可能完全

没有感觉,而有的人看完之后就能总结出来几条心得,这种能够看出门道的人就适合做商业。作为高层次的商业人才,应当在商业的动态发展中,根据市场需求,找准商场定位,一次找准并不难,难的是在动态变化中能够一直找准定位,这对商业人才的敏感度就提出了一个较高的要求。市场瞬息万变,商业人才的反应速度也要跟得上,根据市场变化做出的调整或者在外地学习的先进经验要能够很快体现到自己商场的经营上。

主持人:对于提升商业人才的素质,增加商业人才的储备,你有哪些比较好的想法和建议?

张建:不远的将来,还会有外来的百货公司到郑州来开拓市场,商业人才的短缺将会表现得更为突出。其实这种商业人才的短缺并不是现在才表现出来的,早在亚细亚时代,人才的短缺已经成为零售企业发展的瓶颈。那个时候,亚细亚开过两期亚细亚管理培训班,对当时的中原商业产生了很大的影响。培养商业人才需要多方面的努力,学校教育应当针对当前市场对商业人才的需求,开设专门的专业,进行商业零售、管理、流通等相关知识的系统教育;毕业生在选择行业时应当有一个长远的考虑,许多毕业生

往往在从业1~2年的时候离职率最高,商业是一个飞速发展的行业,不能只看到眼前的琐碎工作,应该看到未来的发展前景;而百货公司应当担负起对员工二次教育的重任,为员工理顺上升通道,通过岗位调整,让员工积累相关的知识和技能,为进一步发展奠定基础。

吕维贤:社会教育系统应当加大对百货业的支持,为百货业输送专业型人才。企业内部也应当建立人才储备体系,通过不断的针对性培训,为商业人才提供成长的平台。鉴于商业人才的短缺,我一直在考虑企业办学的问题,

企业通过自己创办学校,来培养相关的人才,现在还没有付诸实施。另外也可以考虑联系学校进行定向培养。

何宏剑:百货业是服务行业,服务是要靠人来完成的,它不同于工业生产,工业生产可以用机器来替代人的工作,在百货业,机器是代替不了人的服务的。百货业还有很长的路要走,随着百货业的发展,对各个层次人才的需求也会越来越多。其实,优秀的导购员也是人才,他的销售技巧、产品知识等功力直接决定着销售的成功与否,所以对导购员的培训也很重要。

紫百 26周年店庆销售逆势上扬

4月1日是紫百的26岁生日,在这个特殊的日子里,大商集团紫荆山百货在北门广场举行了26周年庆典仪式暨“金鼎百货店”授牌仪式。

为了纪念这个具有历史意义的生日,大商集团紫荆山百货推出了26周年店庆系列活动之四“城市精神 厚重中原”大力度回馈活动,为此次店庆活动专门准备的礼品是26种异国风情的家居用品,这吸引了很多顾客。活动六天销售非常火爆,超额完成销售计划,同比增长20.3%。

“这是预料之中的事。”紫百的营销副总吴铭说,“在活动的策划过程中,我们充分考虑到了顾客的需求,摒弃华而不实的礼品概念,代之以新颖、实用、美观、异国风情的家居用品。另外,在打造‘金鼎百货店’的过程中,公司的管理、服务和卖场环境都有了一个质的提升。”

“我们以后会继续以顾客需求为中心来策划我们的营销活动,这是以后紫百营销工作的宗旨,顾客朋友们会越来越感受到紫百给他们带来的惊喜。‘为了您的一丝微笑,我们愿付出万分辛劳’,紫百一直在努力践行自己的企业誓言。”吴铭说。

冯刘克 陈静

中博 四川家具节情倾“川”字号



从明日开始,中博家具中心将联合河南家具协会、四川家具协会共同举办“中博四川家具节,百万让利大行动”的活动,活动以质优价廉物美而闻名的“川字号”家具为促销对象,此次活动将持续到5月3日。

四川省林业资源极为丰富,具有发展家具产业的天然优势,在家具行业里四川家具一直占据着重要地位。据统计,仅成都及周边地区的家具企业就有3000多家,年产值近300亿元。据河南中博商业管理有限公司CEO高华透露,四川家具制造已经达到了相当大的规模,有近200家四川家具品牌厂家在中博家具中心直销经营,如全友、南方、掌上明珠等。中博家具中心另一负责人表示,四川家具占整个家具中心经营品牌的一大部分,因其产品系列丰富、用料上乘、款式新颖,定位准确及较高的性价比,在中部市场上拥有最为广泛的忠实客户群。在河南中博家具中心内,四川家具占据了很大的销售面积。

中博家具中心在这次活动中,旗下的九大家具卖场和名店街的所有四川家具品牌都将参与。活动期间,相关四川家具品牌将推出活动特供商品,特供商品低至三折。另外,购买四川家具还可享受“定金翻倍用,实惠我先行”,购四川家具成交后即可享受定金翻倍用的优惠,如交300元订金,可抵600元用。

冯刘克 许琳琦

打折超市

晚报记者 冯刘克 实习生 童聪 整理

大商新玛特金博大店
活动时间:4月10日至19日
活动内容:四楼运动休闲七折起;运动品牌全场2倍积分,重磅品牌5倍积分;运动、休闲品牌购物满800元即送电影票;运动休闲品牌购物满100元或消减卡内积分100分可兑换抽奖券一张;家居儿童业种累计消费满400元可参加抽奖。

正道花园
活动时间:4月10日至19日
活动内容:夏装新品六折起,VIP金卡购物再享折上折;单柜购物满999元返100元床品专用礼金券;购珠宝送黄金、家电;购物满1980元

以上可领取不同档次礼品。
百盛
活动时间:4月10日至12日
活动内容:春装六折;精品100当作200花;思莱得(SELECTED)一件原价,两件七折;阿迪生活三折至六折;路贝佳低至99元;SCS低至98元;皮尔卡丹低至180元;袋鼠皮具低至三折。

正道中环
活动时间:4月10日至19日
活动内容:全场满300元返300元或200元(百货礼券);婚庆用品推广,中环珠宝满300元返300元或200元加独家赠礼;金伯利满5000元、8000元、15000元分别送电饭煲、电磁炉、微波炉。

裕达福福商场 首届高级定制创意婚展即将开幕

终于迎来了万物复苏、充满生机的春天,预备在2009年步入婚姻殿堂的准新娘、准新郎们在此刻已经迫不及待开始关注婚礼的展览、走秀、派对,预示着“婚在春天”的必然景象。

值此婚礼旺季,裕达福福精品商场携手国际顶级珠宝品牌 ENZO 珠宝、迪默珠宝、庆隆翠玉、苹果高级婚纱礼服定制馆、蒙娜丽莎尊荣馆、河南省婚庆城婚礼策划中心共同举办首届高级定制创意婚展,此次活动将于4月19日开幕。精美绝伦的高雅、巧夺天工的设计、流光溢彩的华美都不足以形容场内的任何一件艺术品。度身定制更是本次展会的亮点,设计师将全程跟进您的细节:珠宝、礼服、婚

纱照到婚礼现场,每一个步骤都可按您的心愿精心设计。在此次婚展中,数十套高级手工定制婚纱将首次亮相郑州、全新概念婚照改观您的审美情趣、美轮美奂的珠宝首饰让您提前尝鲜。裕达福福精品商场始终坚持艺术化经营理念,给尊贵的客人更多精神领域的享受,相信将艺术融入生活是高端人生的终极表现。

2009年的春天注定了它的不平凡,因为金融危机让一切变得与众不同,无论巴黎的秀场、保时捷的新车,都学会了用创意去迎合形势赋予时代的特殊意义。

冯刘克 许琳琦