

盘点中原商业之走进丹尼斯



丹尼斯百货人民店店长 张建

“今年我买的衣服都比正常的小一号，这样做的目的是为了让自己显得精神一些，更有活力。”张建说，“因此平时与国际品牌接触的机会比较多，所以在生活方式方面也有了一些国际性的转变，这样才能跟得上形势发展。百货业是个时尚的行业，想要引导消费者进行消费，自己就要有些消费想法，有的还需要亲身去体验一下，这样在工作中才会有感觉。”为了做好工作，张建平日的生活方式和消费方面在积极向时尚靠拢。

“2009年，我感觉自己在管理能力和经营思想方面有了很大提升。管理方面改用了与以往不同的方式，突破以前的条条框框，由教导式向鼓励式转变，工作方法有了很大改善，对下属更多是采用宽严结合的管理方式。经营思想上，我现在会更多地从宏观角度解读一些问题。”张建说。

百货业是一个不断变化的行业，张建也没有停息对行业知识的学习。今年张建分别去了日本和韩国参观当地主流百货店，学习别人的百货成功运营经验，以后还准备到欧洲游历一番，收集更多的百货资讯。“我去看了亚洲最高端的百货店，在别人的身上学到了不少新鲜东西，这些新鲜元素将在明年的工作中一一呈现给消费者。在我看来，时尚升级没有到尽头的一天，百货经营永远都在变化。”



丹尼斯大卖场事业处 总经理 卢全富

1995年从台湾来到郑州，至今已经14年了。现在卢全富完全融入郑州的生活，太太和小孩都在郑州，他把郑州当成了自己的第二故乡。“现在回台北更像是旅游度假。”卢全富说。

“今年的工作压力比较大。一方面受到金融危机影响，另一方面同业竞争者也在不断增多，在这样的环境中，想要保证大卖场业绩的增长，就要付出更多的努力。通过开源节流，从年初到现在，大卖场的总体业绩增长达到了17%，虽然增长幅度比2008年要小，但是在这样的市场环境下，已经算不错了。”

对于拥有27家门店、3万多种单品、2万多员工大卖场事业处来说，有许多事情是等着卢全富去管理，去决定的。繁忙的事项排满了卢全富的日程，休息的时间对他来说是稀缺的。已是50多岁的卢全富“今年90%的时间都投入了工作，几乎没有属于个人的时间”。

2009年，卢全富胖了10公斤，“这是有生以来最胖的一年了”。在巨大的工作压力下，身体的发福得益于“戒烟了”。因为身体状况，有着30年烟龄的卢全富痛下决心，戒除了吸烟的习惯，“这是我2009年最大的成功”。

空气中弥漫着寒意，晚秋初冬时节，我们组织了这次对丹尼斯管理团队的采访。采访中，随处感受到的都是激昂的声音、饱满的热情、高瞻的思路，让人在这个弥漫寒意的时节顿生暖意。这个团队中的每个人都倾心零售、着眼行业、关注社会，心系整个商业生态环境的健康发展，他们在用自己的不懈努力，温暖消费者的2009。

2008年全球金融危机的阴霾尚未散尽，同业竞争者的不断加入，竞争激烈程度持续升级，人民路修建地铁工程对丹尼斯交通的影响，种种不利条件没有磨灭丹尼斯团队的锐志，他们铭记丹尼斯董事长王任生的话语：“在这样的环境下，一定要动用智慧，不断转变思路！”

这些影响中原商业进程的弄潮儿，他们心系企业的兴衰成败，也许从丹尼斯开业那一天起，他们就注定要在时尚消费的前沿锐意前行。现在，让我们的目光触及他们的工作生活，他们的2009。晚报记者 冯刘克 周倩/文 赵楠/图

用我们的努力 温暖 2009

丹尼斯百货花园店店长 刘永松



“到丹尼斯花园路店当店长，是我职业生涯中一个大的转折。作为丹尼斯在郑州的第二家百货店，花园路店的面积大、楼层高、业态多，又位于一个新兴的商圈之中，公司对这家店有着很大的期望，我自己也感觉自己的责任重了，压力也大了。”刘永松说，“好在自己年轻，敢想敢干，有闯劲。当然也有个缺点，就是经验不足。”

“我以前是做营业部经理的，只需要跟厂家打交道就行了，现在不一样了，作为一名店长，后勤、安管、养护、品牌等方方面面都要熟悉，这对我来说显然是一个挑战。”刘永松介绍说，在2009年，丹尼斯百货花园路店不断调整品牌，明晰自己的定位，不断针对自己的消费客层做企划活动和营销，同时加强服务性业态，完善休闲、娱乐、餐饮等的配套功能，这些举措正在逐步发挥出应有的效果。

截至今年10月底，该店2009年的全年销售目标已经完成。“这是我们这个团队取得的成绩，很感谢团队对我工作的支持。”刘永松说，“在百货业竞争激烈的今天，丹尼斯百货花园路店的成长十分迅速，能够取得这些业绩，也是跟丹尼斯这个品牌的成熟度有关的。经过多年的发展，丹尼斯这个品牌已经形成了很好的知名度和美誉度，得到了众多消费者的信赖和钟爱，所以新店开业能够很快受到认可。”

丹尼斯百货人民店副店长 薄涛

“以前下班回家的时候，感觉很轻松，因为一天的工作做完了，可以松一口气，放松一下了；现在下班回家的时候，仍要想着店里还有什么事情没有安排好，有很多事情需要自己操心。这就是转变，现在感觉肩上的责任更大了。”薄涛把从营业部经理到副店长的角色转变看作是自己的一次转型。“以前是业务型，现在是综合型，这种转型使我得到了很多历练的机会，能够接触到更多的对象。以前从事的业务性工作，接触的对象面比较窄，现在面对100多名中层干部和2000多名员工，要考虑的问题就多了，现场管理、商场环境、企划营销、服务意识等方方面面的细节都要考虑。”

薄涛语速极快，是一个思想开放、精力充沛、愿意接受新鲜事物的人。“有机会参与到丹尼斯百货人民路店在2009年的升级改造工作中，我感觉是一件幸运的事儿。这次升级改造工作力度很大，涉及到商场的外观、装修和众多品牌的调整，几乎相当于开一家新店。参与其中，无疑可以接触更多的事情，学到更多东西。”

“在这次升级改造中，我们对效益较低的运动服饰区域也予以保留，其目的是吸引年轻一代的消费者，让他们形成到丹尼斯购物习惯。再过10年、15年，这些年轻一代的消费者就是我们的主力消费者。另外，年轻一代消费者的购买力量正在增强，比如我们店里的一个美国高端品牌，其单件衣服的售价通常在7000元左右，而这些衣服很多都是被年轻消费者买走的，也许以前我们忽略了新一代消费者的需求。”薄涛说。



丹尼斯百货花园店营本部经理 赵华

作为一位女性，赵华在管理中体现出来的是细腻和周到，“在细节管理上，女性有着独特的优势。在我的职业生涯中，现在是找到了自己合适和满意的位置。在这个位置上，以前学习的知识得以巩固和加深，同时又学到新领域的知识，包括如何建设团队和如何用人，人尽其才，只有把合适的人放到合适的位置上，才能发挥更大的效果。”

“2009年是丹尼斯百货花园路店的成长年，经过4月和9月的两次调整，这家店的品牌基数得到增加，品牌档次也有很大提升，同时各个楼层动线更合理，定位也得以明晰，消费者购物时可以直奔主题。”赵华说，“这家店的楼层较高，所以在楼层的定位上要突出主题性，为消费者提供更多方便。在调整中，我们还注重了氛围的营造，比如居家商品区域，我们刻意布置了很多花卉，营造出家的感觉。”

“在飞速发展的2009年，我们非常重视团队的打造。由于这是一家新店，新员工比较多，所以今年我们组织开展了各个级别员工的培训，想让整个团队迅速走向成熟。对营业员，特别注重了销售技巧和服务技巧的培训。”赵华表示。

