

【阅读提示】

三年历程的博弈,每年超10亿元销售业绩,服务满意率达99.8%……中原家电连锁业的“起点站”——河南永乐生活电器有限公司不断创造着中原家电连锁的诸多“第一”和奇迹,已成为中原家电连锁业一张亮丽的名片。

作为中原家电连锁的“起点站”,2007年7月17日,河南永乐生活电器有限公司掌门人丁宁拉开中原家电连锁高速发展的帷幕,标志着中原家电连锁从运营建设到企业管理新模式的探索,诞生了连锁建设、运营、服务的“永乐标准”,为中原乃至全国家电连锁发展提供了样板和示范。

从2007年7月17日至今年7月21日,河南永乐生活电器有限公司掌门人丁宁在河南销售累计逾38亿元人民币,累计接待消费者逾1256万人次,服务满意率达99.8%,始终以真诚的待人、务实的价格、快捷的服务赢得消费者的赞誉。

中国家电产业资深评论家、帕勒咨询资深董事罗清启这样评价:永乐电器已成为中原家电连锁的亮丽名片、中国家电连锁的一流品牌。

晚报记者 朱江华 文/图

创造家电连锁“永乐标准”

写在丁宁执掌河南永乐三年之际

【探索家电连锁模式】

从零起步,河南永乐生活电器竭力探索适合中原家电连锁的管理模式,从运营建设到企业管理,河南永乐生活电器在不断创新中抢占中原家电连锁高度……

2010年7月21日,河南永乐生活电器有限公司总经理丁宁在接受记者采访时回顾2007年7月17日接掌河南永乐帅印时的第一个声音。

的确,一个崭新的中原家电连锁的运营方式——“精细化”管理,开始深刻影响中原人的生活;一个崭新的时代——永乐时代引领中原家电连锁的新飞越。以此为点,郑州、洛阳、焦作店、南阳等永乐店面相继进行了经营模式优化,让中原消费者真正体验到“体验式消费”、“一站式消费”、“全美式家电卖场”等前沿的消费模式,同时创造出一个又一个“第一”:

中原家电连锁门店赢利规模第一:目前26家店面平均年销售额超过6000万元;

中原家电连锁年销售额第一:2010年上半年突破8亿元 全年刷新16亿元销售;

中原家电连锁单店产出第一:二七店年销售额突破3.5亿,花园店超2.8亿元;

中原家电连锁同比提升比例第一:2010年上半年同比提升28.46%;

中原家电连锁年净利润第一:上半年净利润突破3500万元;

中原家电连锁服务质量第一:服务满意度达99.8%;

丁宁告诉记者,从原来“规模—发展—效益”调整为“发展—效益—规模”,由开店驱动型粗放增长方式向以提升单店经营质量标志的集约增长方式转变,逐步扩大3C产品销售比重,重视3C、OA等品类的产品线深度和广度的开发。

摸索、总结,再摸索、再总结……河南永乐终于探索出适合中原家电连锁模式即优化城市门店的网点布局,根据目标顾客群消费特征,区分中心店,社区店,体验店,品牌专卖店等,进行精细化管理和差异化经营。

“从管理层到营业员层,人人都是永乐的服务员,人人都在为永乐运营服务。因为家电连锁时代需要的正是这种全方位、全过程、全员性的精益求精观念。”丁宁说。

【独创“河南家电节”】

7月17日,是一个什么值得纪念的日子,恐怕没有人知道。

然而,丁宁却把它定为“河南人独享的节日”——家电节。同时让7月17日成为中原消费者自己的节日和永乐的一张名片。

7月17日,这个节日将成为和五一、十一、元旦并行的重大促销节日。河南永乐已经成功把这一天当成自己的一个品牌来打造。丁宁认为。

丁宁表示,每年的7月17日,给永乐带来什么?1亿销量又说明什么?

对此,他被家电业称之为中原家电连锁发展过程中“最不熟悉的人”。

丁宁并不排斥这个称号。他告诉记者,他觉得造一个节日容易,但要把这个节日发展壮大,是非常了不得的。所以,永乐要持之以恒地把7月17日打造成中原人每年一度的家电盛宴。

在记者看来,丁宁的确是这样想的,并且也是这样做的。

2009年7月17日,永乐10天进账8000万元;

2010年7月17日,11天带给永乐的将是1.2亿元的收入;

丁宁说,他觉得人没有责任是很难过的一件事情,他的责任是河南永乐生活电器一天会比一天好,并给同行或职业经理人带来成果上的分享。

这难免让记者猜想,未来的7月17日,永乐会不会陷入自造日子的泥潭?

2011年7月17日看结果,丁宁给记者一个遐想的空间。

或许记者多虑了,也许2011年7月17日,永乐再创销售奇迹,我们将拭目以待。

【给自己打9.9分】

“最艰难的日子已经过去了!”

丁宁回顾三年运营河南永乐时的感叹。

他告诉记者,在河南永乐工作三年,只能给自己打上9.9分。

奇怪的是,记者并没有等来为什么“最艰难的日子已经过去了!”以及“差0.1分”的下文。

他只是说,对于一个职业经理人,企业发展的过程是痛苦的,但也是快乐人生必须走的路,如果回头评价自己的得与失,还是让社会去判定。

他表示,河南永乐能有今天傲立中原家电市场的成就,最关键的是一个勇于创新的团队以及辛勤耕耘的2000员工。

【丁宁人生感悟】

职业经理人要有眼光,有胆力,不停止脚步,有相应的能力,还要真诚的性格。



河南永乐生活电器总经理丁宁

【对话丁宁】

记者:作为一个职业经理人,三年前的今天,从你坐上河南永乐总经理位置开始,到每年的销售额不断刷新,你怎样看河南永乐这三年来的发展历程?它是不是代表着中原家电连锁企业发展的一个缩影?

丁宁:是否代表着中原家电连锁企业发展的一个缩影,消费者是最好的说明。

记者:在河南永乐三年中,如果让你用一个词来形容自己,你是怎么给自己评价的?如果用一句话呢?

丁宁:执著。我是一个可以信任的人。

记者:在未来的更长的人生里,你最希望做的事情是什么?

丁宁:让河南永乐发展模式成为被模仿的对象,但又始终模仿不了的对象。

记者:你最想说的话是什么?

丁宁:感谢河南永乐人的辛勤。

【记者眼中的丁宁】

采访丁宁可谓是一波三折,从商业大厦店到二七旗舰店,从二七旗舰店到河南永乐总部,终于访到了丁宁。

7月21日,我们约定的时间是11点,丁宁刚从北京参加完一个会议,来到了我们的采访间,他很热情,但还是看得出他略显疲惫。

在采访过程中,我注意到他的双手,不知为什么,这双手有些红肿。可就是这双手,不知道描绘过多少个奇迹,才一点一点积累起他的商业人生。

我能感受到,他特别爱永乐。

“我在永乐很幸福”,他说出这句话的时候,我想,一定是发自内心的。他非常坦诚,实在,也很健谈。

丁宁并不否认自己是奇才,对自己的评价是“好人”,“可以信任的人”。于是,这趟采访之行,记者是有收获的,不仅是在工作,也是在学习,从这些职业经理人身上学习他们的故事。

朱言辣语

事件:李东生1.5亿元“豪赌”面板

7月7日,TCL集团发布公告称,董事长李东生将其持有的4017万股无限售条件的流通股质押,所筹资金将参与认购8.5代液晶面板线的定向增发项目。

点评:按照7月5日TCL集团3.75元的收盘价估算,李东生此次质押股票的价值为1.5亿元左右,加上上月11日出售的1500万股股份,两次共计约2.24亿元。看来李东生孤注一掷了,中国彩电企业中第一个实现完整产业链条的家电龙头对李东生来说是国际化之后的最大冲动。

事件:比亚迪进军家电行业

据《新京报》报道,比亚迪正规划进军一个全新的行业——家电,筹备团队已经在有序运作,最快在下半年就会推出首款新品。

点评:继IT和汽车两个成熟的产业之后,再进军家电行业,在不同产业之间提供互相支持,这正符合了比亚迪目前横向整合发展的思路。因为相对于汽车、IT来说,家电行业的技术含量并不高,比亚迪要投身家电领域,在技术上足以支撑其发展家电产业。

事件:变频空调占比破四成

国家信息中心发布的最新数据表明,2010年1~4月,国内重点城市变频空调销量占比已超过30%。预计2010年变频空调市场占比超过40%。

点评:变频空调取代定速空调成为市场主流产品,几成定局。因为同样匹数的空调,由于空调能效新标准正式实施,变频空调随之涨价,有效缩小与变频间的价格差。目前,包括海信科龙、美的、格力等,不断发力推动变频空调的普及。

家电知识讲堂

定期清污很必要 厂家商家多回避 家电维修成棘手问题

家用电器在使用一段时间后内部会聚集大量脏物,如何清理这些脏物成为让市民棘手的问题。

近日,记者在采访中发现,虽然不少家电商品都贴着“三包”标签,但对家电的保养服务却没有。一些商场销售员告诉记者,他们只负责销售和送货,家电维修不属于他们的工作范畴。多数厂商也表示,产品“三包”是包修、包换、包退,目前维修的范围只包括因质量问题造成的家电损坏,并不涉及家电维修。

记者在采访中发现,一些家电维修店对家电的保养也不感兴趣,一家家电维修店工作人员表示,这主要是因为家电维修利润很低。

对于家电维修的问题,中国家用电器维修协会相关负责人表示,缺乏保养对家电的危害很大。例如,灰尘会使电路板和电子元器件的洁净度严重超标,导致家电超负荷工作,不只是增大耗电量,还会缩短家电的使用寿命,严重会导致短路,甚至引发火灾,所以清洁电器是非常必要的。

至于保养服务应该由谁提供,负责人表示,目前保养分为外观保养、性能保养、安全保养等多个方面,像消费者力所能及的外观保养应由消费者自己负责;但性能保养、安全保养等消费者自己无能为力,厂家的维修部应当承担该责任。

晚报记者 樊无敌