

# 十年

## 品味

品牌来贺



热烈祝贺《郑州晚报》改版10周年，愿与晚报携手共进，书写华章。

——广东雅士利集团有限公司

立足中原，再创辉煌！热烈祝贺《郑州晚报》改版10周年。

——杭州娃哈哈集团

恭贺《郑州晚报》改版10周年，祝郑州晚报创新品牌，勇攀高峰，贴近民生，谱写恢弘！

——郑州瑞贝卡大酒店

希望《郑州晚报》能更加贴切中原市民生活中的点点滴滴，祝《郑州晚报》越办越好！

——于氏纤体总经理 于静

## 沟通，是一种认可



郑州市仟吉食品有限公司总经理 杨清华

在郑州的微博美食界，仟吉的名气足够火，目前，@仟吉郑州的粉丝有一万四千多个，微博内容多以与客户互动为主，还有一些新产品介绍和店里的活动介绍。微博营销，是时下企业一种时尚且传播面广泛的营销模式，在同城的烘焙品牌中，仟吉的微博营销做得算是很好的。“其实当初并没有刻意要使用微博来营销，只是想通过这种方式能够更多地和消费者互动，倾听顾客的声音。”

市民刘女士在去年10月因为咖啡杯烫手而@了仟吉郑州，建议他们换隔热材质杯，仟吉的官方微博很快就回复了刘女士，表示歉意的同时感谢顾客提出的建议，杨清华也用私人微博进行了回复。几天后，仟吉在郑州的所有门店都换上了隔热杯。这件事情给刘女士留下了深刻的印象：“仟吉西饼的微博公关很厉害。及时有效地处理客户提出的问题，会给他们赢得更多的新客户，保住更多的回头客。”而杨清华坦言：“微博是拉近我们和顾客之间距离的工具。”

从2010年3月进驻郑州，这个来自武汉的烘焙企业以近两年半的时间，迅速扩张至22家店，新店开业接踵而至，而每一个店的开业当天，都能引来大批粉丝前来捧场。“进入郑州之前，仟吉已在武汉、长沙等城市，积累了丰富的经验。郑州两年半的快速发展背后，是企业在服务业、零售业及烘焙业近20年的积累与沉淀。”

刚进入郑州，仟吉这种装潢时尚、产品精致、服务细致贴心的新颖烘焙店，赢得了顾客的认可。随着分店增多，企业也面临着更多挑战，“快速发展对于人才培养、服务质量等都提出了更高的要求。我们会以最快的速度调整队伍，做到更好。因为大家的喜爱，才会对我们有更高的期待，但我觉得，这种高期待，正是一个品牌成长的空间。”杨清华说。

2007年才进入烘焙业的杨清华，曾经从事其他服务行业，“服务业都是相通的，当初选择转行时，曾经认真思考过，自己想要的到底是什么，服务行业其实是一个很繁琐的工作，但是对社会的需求贡献很大，烘焙业更是一个能给人带来甜蜜感和幸福感的事业。2012年，我们希望郑州仟吉能在管理更加规范化的同时得到迅速成长，获得更多顾客认可。”

记者 万佳

Kengee 仟吉

# 吉米香粽 乐享仟吉

ENJOY KENGEE

It is Dragon Boat Festival season. Dedicate to the people the best gift. Because it is a good luck.



## 2012 我最有FEEL

蘸酱吃，2012最有创意的吃法  
吃的是美味，享的是乐趣，真是别有一番风味  
仟吉吉米香粽，让您在端午FEEL一把



仟吉礼盒、提货券火热订购中，赠送亲友，您的便捷贴心首选！