

# 内控潜力 外拓市场 创新营销 提升质量

## 十堰新合作“双优门店”评选活动开展情况

十堰新合作公司“双优门店”评选主要围绕“服务最优、质量安全、效益提升”三大主题开展工作，各门店内控潜力、外拓市场、创新营销，努力提升经营业绩，力争以优质的服务、良好的精神面貌和优秀的业绩向祖国70周年献礼。

### 强化规范落实 丰富服务内容 提高服务质量

服务质量是零售企业的生命线，它关系到企业的声誉和客源，关系到企业经营的成败。在创建“双优门店”活动中，十堰新合作公司强化员工行为规范标准落实，倡导微笑服务、积极沟通，通过便捷收银、提供送货、丰富商品等方式，为顾客提供周到、贴心的服务，力求让每个顾客“乘兴而来、满意而归”。为确保门店投诉处理机制正常运行，公司全面检查门店服务登记本，抽查处理结果，通过检查督促门店高效解决投诉事件，让顾客无障碍退换货，确保顾客百分百满意。

当今社会，消费方式和消费观念瞬息万变，为适应互联网环境下人们生活方式的变化，公司引进400余台价值200余万的支付宝“蜻蜓”刷脸设备，利用自助收银有效的降低人力成本，缩短结算时间，增强顾客购物体验感。人工智能技术的引进吸引了大批顾客，仅上半年，门店手机支付同比增长58%，客流上升39%。

社群营销是当前零售业出现的新型业务模式，上半年，公司重点推进社群营销建设，推广小程序上线，让消费者购物不受时间、条件、空间限制，实现线上线下全渠道发展。公司组建专班调查研究，精准了解顾客对服务、质量、商品的需求，发动全员地毯式建群，在城区店试点开团运营。商品价格、品质、品种线上线下同步，电子卡、积分卡线上线下互通，顾客可以

线上下单，线下提货。通过微信群高密度宣传，让门店商圈逐步拓展到5-10公里以外，仅上半年群人数已达到20余万人。

6月份，公司组织优秀门店评选和创意陈列比赛活动，各门店以丰富的商品，标准化的陈列，优质的服务，干净、舒适的店容店貌展示新合作形象。以商品为道具，围绕“建国70周年庆典”的主题，在堆码、端头设计展示“祖国生日快乐”“共筑新时代”“建设美丽中国”“祖国七十华诞”等字样，百余家门店积极行动，用商品设计出各式各样的创意陈列作品，表达新合作人爱国情怀。

为鼓舞全员团结奋斗，爱岗敬业、爱企爱国，公司先后组织了一系列爱国主义教育活动，通过多形式的文娱活动展现新合作员工昂扬向上的风采风貌。如组织郧西区域百余名员工开展缅怀先烈、向烈士献花活动；组织丹江区域60余名员工演唱《爱我中华》，用优美的舞蹈和歌声弘扬五四精神；组织300余名党员、中层管理者、店长在量贩店门店举行红歌大合唱活动；组织远洋盛会店员齐声朗诵《祖国颂》。

### 构建“质量、环境、安全”一体化管理体系

商品质量始终是零售企业的生命。十堰新合作公司一直把商品质量管理的放在首位，要求各部门强化责任意识，全员重视商品质量，生产、引进、验收、入仓、到店、上架、销售全程质量安全责任到人，确保商品质量全过程管控。“3.15”前夕，公司安排业务部全面排查价签名称、产地、标识、数量是否与商品原包装相吻合，修正了1800余条商品资料。

3月份积极开展“质量零投诉月”“质量月”活动，全面排查质量安全隐患，避免

安全隐患流入市场。在每个区域设立一个中心店，重点推行“我承诺，您监督”服务活动，公开接受消费者监督，确保消费者在新合作购物安全、放心。由总经理办公室牵头重点检查门店商品标识、品质、保质期、温度控制、储存条件等，避免炎热季节，商品变质、发霉事件的发生。

随着我国居民生活水平不断提升，消费者对生鲜商品的品质要求也在提高，如何低价享受高品质的生鲜食材，让众多消费者达成“绿色、健康、安全、无公害有机食材”的心愿，成为十堰新合作公司重点工作之一。公司向广大消费者做出“不卖隔夜菜、不满意即退货、惠民生鲜天天平价”的郑重承诺，全面推进生鲜标准化建设，减少在门店包装、整理、称重的工作量，物流中心成为加工车间，完成去泥、去根、去皮、精包装、称重等工作；源头标准化采购，减少中间环节；每个蔬果单品逐步定标、定箱、定规格，杜绝商品到卖场造成二次污染。目前，22家大卖场和10家“菜店”实现全精品配送，逐步实现生鲜标准化运营。

### 优结构、提周转、推转型、增坪效，全面提升盈利能力

今年，公司提出“降库存、提周转、优结构、增坪效”的工作思路，全面梳理门店、品牌代理、自采、经销商品库存和周转情况，对标行业标准，制定有效措施，持续清理高库存商品。门店制定周转指标，完善必备商品、重点商品结构表，从上至下每月跟踪考核；滞销商品，历史存货，统一调入区域大店清仓处理，策划清仓打折类促销活动，线上线下营销，消化历史存货，及时清零滞销商品，有效盘活资金。截止6月份周转天数缩短了26天。

在优化商品结构方面，全面精简单品

数，控制滞销率，商品动销率达到90%以上。库存优化后，门店的空置位置增加，公司一方面号召全员招商，增加租赁收益，其次扩大生鲜面积，丰富生鲜品类，提高生鲜销售份额。上半年共调整了43家门店，实现了扭亏、止亏的良好局面。竹山购物广场、远洋盛会等20余家店单店盈利水平有效提升，新增招商收入315万。

5月初，在总经理张义鹏和生鲜顾问团队朱老师的带领下，公司中高层一行前往合肥“生鲜传奇”考察，在“生鲜传奇”的启发下，公司迅速调整经营思路，将部分门店升级为“生鲜加强型社区店”。升级改造主要扩大原有门店的生鲜经营面积，增加生鲜经营品种，以“新鲜、安全、健康”为经营理念，承诺“不卖隔夜菜、不卖隔夜肉、惠民商品天天低价、不满意即退货”，着力为城镇居民打造“家门口超市”，走进店里，蔬菜、水果、肉品等分区摆放，涵盖了百姓一日三餐的全部需要，整齐干净的货架，琳琅满目的生鲜产品，为普通老百姓提供方便快捷的鲜生活、鲜营养、鲜滋味，转型后的门店销售额增长70%以上。

通过业绩比拼，激发员工斗志，营造“比、学、赶、帮”的良好氛围。每月组织品类、门店业绩比拼活动，结合老师指导思想，精准选品、合理定价、规范陈列、创新营销、线上线下宣传，营采协同作战。每月制定品类促销计划，如啤酒、护肤品、洗衣液、水果、蔬菜、鲜肉、小龙虾、粽子等品类和单品的营销比拼活动，“卖手”们八仙过海，各显神通，涌现出各个品类“超级导购员”。无论市场竞争多么激烈，大家都以积极的心态，坚忍不拔的毅力，积极抢占市场份额，稳定了客流，有效提升品类和单店的业绩。

(十堰新合作公司 梁小利)

## 创建双优门店 新合作各商业街在行动

### 新邵新合作商业街 内外兼修 创新经营

新邵新合作商业街对标“双优门店(项目)”评选要求，有力有序推进整改工作。从街区环境、服务品质等方面，提升街区经营质量；通过品牌宣传与促销活动，提高整体经济效益；以公益图书角、扶贫专柜为亮点，塑造立体化品牌形象，打造街区口碑效应。

“外修”，美化街区环境，提高商业街识别性。新邵新合作商业街让美陈场景成为流量入口，源源不断吸引市民前来踩点打卡。网红手绘墙、美陈装置，提升消费者视觉体验的同时，延长消费者停留时间，为消费者制造愉悦感与参与感。

“内修”，提升服务品质，改善商业街服务质量。自5月以来，新邵新合作商业街全面提升各条线专业技能，并开展微笑传递·最美店员评选活动，进行了一场服务质量的优化活动，赢得近20万人次的关注，5万余的票数。

创新经营，塑造品牌形象。新邵新合作商业街相继开设扶贫专柜、公益图书角，勇担社会责任，彰显企业担当。7月6

日，“精准扶贫农副产品销售专柜”正式开放，新邵巨口铺镇养殖户厉先生，成为首批进行农副产品销售的帮扶对象。8月17日，公益图书角开放，吸引了青少年相约阅读，广受市民好评与追捧。

### 张家界新合作商业街 精益运营 创新驱动

张家界新合作商业街积极响应新合作集团“双优门店(项目)”评选活动号召，精益运营、创新驱动，旨在保持强劲发展动力，打造新合作示范商业街。

提升员工职业技能，塑造工匠精神。5月，街区开展争创“双优门店(项目)”启动仪式，对评选活动进行宣传。6月，街区联合张家界市人防办，举办“安全生产三湘行活动”，对街区员工、商户进行消防安全知识培训。8月，结合实际情况，街区开展了《企业文化建设》、《商务礼仪》、《合规管理》、《员工职业行为规范》等内容培训。安全运营、品质服务，系列职业技能提升行动，鼓励和推动街区全体人员精益求精，以匠心致初心，全面提升运营管理水平。

品牌升级，打造一站式购物休闲商业中心。上半年举办优秀商家评选、二期品

牌签约大会，助力张家界新合作商业街品牌全线升级。优秀商家评选活动，共计180家商户报名参与，10家商户成功突围晋级，最终6家优质商户受到粉丝疯狂投票，斩获“优秀商家”殊荣；二期品牌签约大会，更是吸引了近400家品牌商家入场。10月，一二期互通互联，将形成5万m<sup>2</sup>一站式购物休闲商业中心。

创新体验式营销。吃瓜大赛、母亲节分娩疼痛体验、六一儿童节怀旧玩具展、四周年庆……创意营销乐享不停，张家界新合作商业街让消费者不只是消费者，更是参与者、传播者。通过体验式营销活动，顾客、商家、街区之间建立亲密可持续关系，形成整合的无缝式客户体验。

### 凤凰新合作商业街 整体部署 促进街区高质量发展

凤凰新合作商业街对照评选标准与要求，围绕街区服务整体部署，从团队建设、服务质量、商户管理、街区环境、营销活动等方面进行整改与提升，努力开拓经营质量、经济效益双优新局面。

注重员工素质培养，提升服务质量。以提升员工专业技能与综合素养为目标，

凤凰新合作商业街接连开展了《商务礼仪》、《员工职业行为规范》课程培训、“微笑传递、服务万人”评选活动等，提升服务品质，改善服务质量。

评选双优店铺，助力品牌提升。为促进商户商品与服务全方位升级，提升消费者购物体验。街区开展品牌评选活动，以消费者满意度检验品牌商品，在增强了商户与消费者联动的同时，激励商户改进商品质量、陈列标准，提升了街区与商户经济效益。

打造情景式街区，创新体验空间。以“艺术、创新、体验”为核心，凤凰新合作商业街加强了节日氛围布置、互动美陈的投入，增加视觉丰富度。“星辰”灯饰、钢琴步道等配置，打造新潮的情景式体验街区，形成凤凰时尚、美好商业中心。

策划节假日营销，挖掘市场消费。为进一步吸客引流、促进销售，凤凰新合作商业街通过开展节日及假期营销活动，加强了街区及入驻品牌宣传力度。跳花节、暑“价”风暴、七夕爱情魔力、开学季特惠……针对市民消费习惯，结合街区业态构成及品牌组合，举办系列营销活动，实现整体客流与销售的增长。

(新合作发展商管公司 谭虹鸢)