

# 实施人才梯队建设 共绘五年规划蓝图

## 2010年豫园商城基层骨干培训班优秀作业选登(三)

### 优化自有品牌连锁发展运营模式

目前,虽然公司的各项运营工作都在平稳、有效的进行,但是,由于总部对于子公司品牌发展的要求,使得公司原本过于传统的运营模式已经不能适应品牌发展的需要,而品牌战略发展将是未来公司的最主要利润增长来源,从目前的运营条件来说,在保守运营的观念下,各部门、各条线,都或多或少存在着阻碍公司快速发展的因素,比如:品牌店商品多为供应商,无自有生产基地;同品牌连锁店形象、包装不统一;传统产业(如粽子)品牌文化挖掘不充分;对于品牌连锁无专门负责部门或机构,各部门多品牌同时发展造成工作重叠;品牌门店员工商品专业知识缺乏以及无完善的连锁加盟管理体系等诸多问题都是导致品牌发展缓慢的原因。因此,要加快品牌连锁发展,实现利润最大化,就要对以上问题进行梳理,制定有效的改善对策,从根本上优化目前的运营模式。

#### 预期成效

一、公司组织架构逐步形成独立的品牌运作团队,专门负责在品牌连锁发展中的各项工作,该团队独立存在,与公司的其他经营业务无直接关联。

二、通过品牌运作团队,建立统一的 CIS 企业形象识别系统,并且在品牌运作中,不断强化品牌形象,扩大品牌知名度,

提升品牌美誉度。

三、连锁店员工专业化培训标准建立,所培训的员工对于品牌的文化、商品的信息以及良好的沟通、服务技能完全掌握,通过考核淘汰制度竞争上岗。

四、积极与供应商合作,开发自主设计的产品,在同行业中明确自有品牌的产品性格,并且随着销量的上升,进一步的降低成本。

五、建立起一套严格的标准化加盟体系,对加盟者进行有效管理,以避免在加盟过程中由于对加盟者认证、监管体系的不完善,而导致的经济损失。

从对策矩阵中可以看出,对于品牌发展结构来说,我们需要优化的关键还有很多很多,而所暴露的每一个问题都需要根本优化,不然会在未来的工作中为品牌发展带来隐患。从决策矩阵的角度来看,我们可以考虑先从低成本、高效率、时间跨度较短的几大决策入手,先期优化内部结构,必须从员工入手,因为员工是企业的根基,而制度就是我们走上发展快速路的保证,我们要在各个条线上并驾齐驱、稳抓稳打,快速完成内部结构优化,从而使我们在品牌发展之路上,用尽可能低的成本为企业带来最大的利润,并且使我们的自有品牌在市场上占据一席之地。

小商品公司 王金鑫

2010年是个不平凡的年份,在经受了全球金融危机冲击的考验之后,我们国家迎来了世博会的成功举办。依托世博会的契机,豫园商城也获得了新一轮的发展机会。前程似锦的公司五年规划,又催生了豫园人心中的梦想。

为了积极实施人才梯队建设计划,这一年公司在繁忙的世博接待事务中,精心策划,成功举办了豫园商城中层干部培训班,基层管理人员培训班和基层骨干员工培训班。这些学员的平均年龄32岁,工作都很繁忙,可是学习劲头十足。他们教学相长,求知若渴,课程与实践结合,理论联系实际,撰写出许多篇优秀论文和学习心得。我

们从这些学员的字里行间,看到了具有薪新创意的思想火花;悟到了闪光的睿智和聪慧;透到了真知灼见的建言献策热情。今天我们将部分优秀论文、创意策划和学习心得选登,目的希望进一步激起广大青年员工对学习知识的热情,相互交流学习成果,传授工作经验,提高员工队伍的文化素养和整体素质。立足本职,心想全局,思考发展,展望未来。让我们共同为实施公司五年发展战略、弘扬世博精神、承担一份责任、奉献一切力量。

借此向所有参加培训班的学员致敬!

□老 骥

### 培训是我工作中的重要财富

从9月10日起,我很荣幸的参加了商城人力资源部举办的为期两个月的基层骨干人员培训班,能够参加这个培训班,对我自己来说,是自我价值的体现。进入童涵春堂工作已经有三年了,从我大学毕业以来,就来到了童涵春堂,童涵春堂是我踏上社会的第一站,能够在这里有所收获对于我自己以及对于我接下去的职业生涯将是至关重要的。而公司能够推选我参加这个培训,可见公司对我的信任,我相信通过这次培训,我能学习到很多东西,是我工作中一笔重要的财富。

经过5次课程,我感触颇深。

首先是授课形式,课堂中采用分小组的授课方式,这种方式能够增强大家的团队意识,因为在工作中,单靠一个人的力量是难以完成一个任务的,在工作中,只有团队的效力高,队员间团队意识强,才能高效率的完成任务。一个公司、一个集团就是一个大团体,只有团结,才能在目前竞争激烈的商场中取得胜利。在这次课程中,很多项目都是由团队完成的,尤其是商城举办了一个营销策划方案的评比活动,要求每个团队针对年轻人市场

完成时尚活动方案策划,我们组最后通过大家的讨论,一致决定以目前红火的婚庆为主题拟写本组的方案,各组员分工合作,完成了我们心目中完美的方案。

其次是授课内容,豫园商城是一个以服务业为主的集团,服务水平的高低对于企业的发展举足轻重,因此本次课程中涉及到了很多商务礼仪、沟通技巧、问题解决、执行力提升、服务技巧的内容。虽然我不是直接服务于顾客的,但是课程里的很多内容对于我而言也是金玉良言。我是一名财务,我的工作虽然不像服务人员一样要经常与人打交道,但是同事之间的沟通,上级之间的沟通,和税务人员、银行人员等的沟通也是非常需要技巧的,遇到问题如何解决,这些对我以后的工作都是有很大帮助的。

最后是课堂气氛,整个课程在一种轻松开心的氛围中完成,寓教于乐,给人非常深刻的印象。

通过这次培训,我受益匪浅,相信我能在今后的工作中做得更好,工作质量更高。

童涵春堂 姚瑶

#### 党群园地

## 创意·青春：传统与现代神奇组合的经济魔方

### 豫园商城团委着力推进“创意能手”竞赛(上)

创意是传统的叛逆,是一种智能的拓展,是理念的提升,是灵光乍现的创新与震撼;青春是现代的生机,是一种不泯的希望,是一往无前的勇敢,是生命中最辉煌的色彩……

□ 金佳艳 俞琳

#### 活动背景:

2011年是公司五年发展战略规划正式启动的第一年,围绕公司“四大战略、五大目标”的经济工作主线,以助力“打造全球商旅文结合示范区”为目标,商城工会推出“三学三比”劳动竞赛,结合企业实际与青年成长的需求,商城团委积极响应,主动请缨,启动“豫园商城‘创意能手’竞赛”,以此进一步激发青年员工投身到“创新驱动、转型发展”的企业建设中,充分发挥广大团员青年的生力军和突击队作用。

#### 活动解析:

豫园商城“创意能手”竞赛由“创意营销能手”、“创意宣传能手”、“创意公益能手”三个板块构成,各板块活动侧重不同,青年员工可以选择参与单一板块或多个板块。竞赛活动着眼于发现、培养和举荐青年人才,着力于进一步创新商业模式、提升品牌宣传和社会公益形象。

● 创意营销能手——通过完成《电子商务调研报告》及积极筹建网上商城,为公司创新商业模式出谋划策;

● 创意宣传能手——通过青年讲师团设计讲稿,运用多种创新手段将公司及各子公司五年规划进行不同层面宣讲;

● 创意公益能手——通过创新策划各类公益活动,提升企业公共责任意识和公益品牌形象。

#### 活动进程:

2011年4月15日,商城团委着力推进“创意营销能手”板块,组织老庙黄金、亚一金店、童涵春堂、小商品公司、食品公司、工艺品公司及电子商务公司相关青年赴杭州参观中国电子商务龙头企业阿里巴巴办公园区,并与其下属子公司淘宝商城高层进行座谈,就“豫园商城是整体进驻还是各品牌分别进驻淘宝商城”、“传统行业如何进入网购抢占电子商务制高点以及创新营销模式”等问题进行深入地探讨,并获得了淘宝方面专业性的意见和建议,为《电子商务调研报告》做好前期的市场调查工作。

#### Q&A(问题与回答):

#### 思维碰撞、智慧共享

豫园商城是一家历史悠久的传统商业企业,已经形成自己独特的文化沉淀和产品销售模式,但是随着市场变化及企业自身的发展,唯有文化外拓、品牌外拓才能赋予企业新的发展动力,而借助成熟、稳健的电子商务平台恰恰就能缩短品牌外拓的时间,急速扩大品牌知晓度,持续开发潜在的市场(包

括年轻消费群体)。

但是摆在我们面前的还有诸多难题:譬如信息化改造和数据环境的优化、营销方式的改变、网购服务质量的把控以及专业人才的引进等等。就此商城团委拜访了B2C的龙头企业淘宝商城,并与其高层在“光明顶”会议室就“如何在更加开放自由的电子商务平台中展示和经营传统商业产品和服务”开展了一场精彩的“论剑”。

Q: 作为传统企业为成功迈出网上销售第一步应作好哪些准备?

A: 1、思想准备:首先作为传统企业一定要摆正心态,明确线下(传统市场)优势并不等同于线上(电子商务)优势,如何将现有的品牌知名度合理、有效、最大限度地在线上体现,还需要仔细规划;其次作为公司领导一定要充分认识到目前的电子商务平台是开拓市场重要且是不可缺失的方式,网上销售并非是一件简单的事情,它需要公司投入不少的人力、物力与财力,经过一定的培育期后才会显现成果。

2、硬件与软件准备:

(1)完善的部门职能:设置独立的部门,并给予足够的权限与部门预算。

(2)合理的人员配置:需要配备专业性较强的人员,例如网页设计、图片处理、网上营销策划以及网上销售人员,为成功打响第



一炮做好充分的软硬件准备;从淘宝商城专业性数据显示,每天晚上8点后步入网上销售的黄金时间,因此一定更要摒弃原有的传统理念,合理安排和制定客服人员的工作时间,以确保不漏任何一笔生意。

(3)安全的支付平台:作为刚涉足互联网的商家可选择支付宝作为其在线支付体系。目前除淘宝和阿里巴巴外,支持使用支付宝交易服务的商家已经超过46万家,国内工商银行、农业银行、建设银行、招商银行、上海浦发银行等各大商业银行以及中国邮政、VISA国际组织等各大机构均与支付宝建立了深入的合作。可以说商家在享受支付宝服务的同时,还是拥有了一个极具潜力的消费市场。

Q: 豫园商城各产业应以何种形式进驻淘宝商城?

A: 1、餐饮行业:餐饮业是一个大的细分行业,个性化特点体现得非常充分,而电子商务是一种柔性化定制、个性化服务的生产方式,因此豫园商城内的餐饮行业可以通过网络进行空闲时间的出售、推出招牌菜优惠套餐等

营销手段提升网络人气,在获得品牌效应后进一步加快电子商务的前进步伐。

2、小商品、食品与百货行业:这些企业所出售的产品品种丰富,如果都以旗舰店的方式进驻到淘宝商城可能会对其出售的产品名目有所限制,这些行业可以通过进驻“淘宝商城网络超市”来为开设“淘宝商城旗舰店”抛砖引玉,这样既能解决品种单薄问题也能较快的聚集网络口碑,赢得属于自己的网络市场占有率。

3、黄金行业:去年,豫园商城下属的亚一金店已率先在淘宝商城开设了“官方旗舰店”,而此前,其他黄金品牌也纷纷进驻到淘宝商城中,黄金行业的“空中大战”将愈演愈烈,如何才能获得更多的市场份额?作为企业必须不断的创新,包括服务的创新、产品的创新、网络营销模式的创新。据悉老庙黄金也将在淘宝商城上开设旗舰店,为了区别于其他黄金品牌,老庙可以通过将金条作为拳头产品在网络上推出一系列的个性化、特殊化的服务,以此拢聚品牌人气,宣传好运文化。

(未完待续)