

8 管理之窗 Management

全新蝶变 巅峰起航 大王椰集团 2017 品牌战略发布谱写行业崭新篇章

18 年砥砺前行,18 年战斗不止,18 年志向如天。从业 18 年来,杭州大王椰集团以品牌为纽带,通过专注、专业的品牌诉求,以先进的制造标准来提升产品市场竞争力,优化市场结构,影响并推动板材行业的健康发展,不断创新科学管理与服务。此次 2017 品牌发布以更高的要求打造一片深邃的市场晴空,将为行业留下有价值的参考和榜样,再获行业的首肯与赞同。

2017 年 6 月 23 日,“再越巅峰,高端领航”大王椰 2017 品牌战略发布会于杭州 G20 会场隆重举行。行业协会及中国林业科学研究院领导、知名当家主持人华少、大王椰经销商、供应商代表、战略合作伙伴壹申通、大王椰集团和各子公司领导等千余人出席大会,共同见证大王椰开启全新篇章。

大咖云集, 助力品牌升级

会议首先由浙江省建筑装饰行业协会会长恽稚荣先生上台致辞,恽会长提到“板材行业的发展迈入新阶段,转型升级迫在眉睫。大王椰作为板材行业先进企业代表,深耕行业十八年,专注于产品的研发制造,不断提升产品的环保等级及品质升级。大王椰先进的行业制造标准,影响并推动板材行业的健康发展,获得了协会和业内的一致赞同。协会组织愿意跟大王椰这样的优秀企业做深入的交流,为了行业的美好未来,履行共同的社会责任与使命,为建材家居行业和广大消费者创造更大的社会价值。”

此次品牌发布会还邀请到了知名主持人华少坐镇主持,睿智幽默的主持风格赢得了现场阵阵掌声。

专注团体职业装定制 依服宝打造产业发展新模式

日前,由依服宝主办的“设计与梦想同行”2017 品牌发布会在京举办,来自中国服装协会副秘书长赵琼、北京纺织行业协会副秘书长贾杨、依文集团董事长夏华、依服宝 CEO 左志浩等出席活动。

会上,依服宝 CEO 左志浩正式发布了“依服宝”品牌。作为国内首家企业职业装及团体服装线上定制平台,依服宝由依文集团和猪八戒网联合投资,目前可为各类企业及团体提供 T 恤、Polo 衫、卫衣、西服、工作服等超过 18 个品类的服装设计及定制服务,涵盖商务办公、团建拓展、各类会议、运动健身、餐饮服务、零售物流、教育培训、生产培训 8 个场景超过 95% 的企业及团体服装定制需求。据了解,作为垂直服装行业的线上平台,依服宝直接连接企业和服装生产商两端,从而减少了品牌代理商、贸易商等诸多中间环节,在降低成本的同时,也为交易双方提供了更多保障和更加优质的服务。依服宝则会有专业交易顾问及时响应,帮助企业及团体将需求快速落地。只需设计、报价、打样、交付 4 步,依服宝便可以实现服装定制从概念到成品的转化。其中,报价环节依服宝将采用服务商多方比价方式,为客户提供最优性价比的服装,同时为企业和团体用户提供专业合同、开具发票、交付逾期赔付、资金托管等专业保障服务。

依文集团董事长夏华表示,“互联网的发展,促使依服宝平台打破了传统服装产业的规则,让管理竞争的模式转变为了管理合作的模式,这对于团体服装行业的发展促进了一大步。尤其对于服装定制行业而言,阳光采购和透明采购让更多的企业和团体可以放心交易,尤其对于中小企业服装定制采购而言,这这将是一个提供高性价比和靠谱服务的平台。”

“数据显示,中国仅职业装定制市场便已超过 5000 亿,以重庆 2016 年为例,职业装定制规模超过 260 亿。面对如此庞大的市场,随着消费升级浪潮、企业人格化趋势的兴起,依服宝将互联网与传统服装行业相结合,致力于为客户提供最优性价比的服装和最靠谱的服务,让更多的企业及团体可以更便捷地拥有专属服装设计款式和定制服装。也希望为服务商赋能,帮助服务商更快成长。”依服宝 CEO 左志浩说

据悉,依服宝同时拥有专业的平面设计和服装设计团队,并以此为基础成立了中国首个专业职业团体服装设计开发、分享、交流平台——设计馆。作为依服宝子品牌,设计馆由国内外知名设计机构、国内知名设计院校和知名企业服装设计师共同合作,为客户提供各类场景下的专业服装设计方案,成为依服宝服装定制生态中的重要一环。截止目前,依服宝共入驻服务商 156 家,为客户提供服装设计定制服务超过 5000 次。(中新网)



开启四轮驱动战略, 凝聚超强竞争力

在经济一体化日益加剧和知识经济迅速崛起的时代,品牌作为企业走向市场的“金钥匙”、“通行证”,其重要性不言而喻。只有过硬的品牌,才能于市场竞争中取得主动权,顺应市场变化及消费升级,大王椰以四轮驱动战略,将品牌战略作为核心战略,落地渠道战略、产品战略、市场营销战略执行,大手笔、大力度投入品牌建设。

全速进入泛家居生态圈,为打造大王椰建材生态圈产业链。本次发布会盛会上,大王椰宅配也以全新的品牌形象亮相,并作了重要战略发布。与大王椰板材同步,与经销商和消费者需求同步,打造五金及配套产品,引导地板、木门一站式购买。未来大王椰宅配将继续发力品牌影响力提升和渠道拓展的领先创造,化被动营销为主动营销管理与服务,实现渠道、品牌、产品、人才四大战略并驾齐驱,最终完成大王椰宅配千镇万乡的战略布局,以“同心”的力量再造大王椰盛世辉煌。

本次会议中,大王椰携手永达传媒、路铁传媒、博达传媒、航美传媒四大航空、高铁强势媒体达成深度战略合作,依托强大的媒体资源优势,向外界震撼发声,传播品牌影响力,提升品牌公信力。同时强化渠道建设,开启千镇万乡战略,深耕服务帮扶经销商,同时搭建每一座通向终端的桥梁,成立主动营销部和商学院,发挥最大努力和能量满足加盟商发展需求。一方面强练营销内功,提高主动营销竞争意识和营销实操技能,加强营销及产品知识培训,总结导购技巧,提升店面整体运营水平;另一方面给予各项政策支持,保证经销商运营无忧。

楠香木“芯”登场, 打造更高端环保板材

行业竞争,真正的王者是构建技术和品牌高地。低成本的竞争优势可以赢得同行的佩服,但无法赢得他们的尊敬,要从行业的领先者成为行业的领导者,实现“成本领先”向“技术领先”跨越。

在此次大王椰全面战略发布会上,板材界又一颗璀璨之星闪耀登场,它就是楠香木。源自东南亚正宗进口芯材,出材率 30%,珍贵木材,10 年以上成熟树龄,环保等级高,家具使用率高。饰面采用 1% 母版挑选,融入科技饰面与加厚原木皮组合,是进军新市场的一款利剑产品。因此说,楠香木为再一次改变板材而来。在整个中国板材行业,近 30 年的发展史中,每一次产品的升级换代都少不了大王椰的身影和作用。从早前开创纯实木健

Brother 携手少科协 百名师生为布艺课程点赞

今年,兄弟(中国)商业有限公司(以下简称“兄弟(中国)”)携手上海宝山区青少年科学技术指导站共同开发了布艺的课本课程。当日,兄弟(中国)更携多位嘉宾到场,使用 Brother 的机器,与老师和学生们“同台竞技”,尽享手工乐趣。

活动当日,参赛学生运用 Brother 现代化的机器,按照自己的创意和设计,现场制作了属于自己的小卡包和创意 T 恤等作品。

超化矿综采二队:“四诊法”减少三违现象

今年以来,郑煤集团超化矿综采二队推行推行“四诊”工作法,突出抓好个别不安全职工的防控工作,从源头减少三违现象和各类事故的发生。

“坐诊”保安全。该队强化班前会安全确认,严把安全关,队长、支部书记观察职工精神状态,排除十九种不安全人,发现有不安全倾向的职工,尤其是对有不良嗜好、血压高、发生三违现象等行为的职工,重点的盯防,做到宁愿不出煤、不要进尺,解决安全问题,坚决杜绝安排上岗。

“出诊”解民忧。该队建立职工生日、家人生日、婚丧嫁娶“三个特殊日档案”,做细职工“三个特殊日”的亲情教育,解除职工后顾之忧,适当安排职工休班,通过发生日短信、走访慰问等形式,拉近心与心的距离,让职工感受到集体的温暖和亲人般的关爱,激发职工爱岗敬业、回报企业的感恩意识。

“急诊”化矛盾。该队抓好职工生病期间、回家前后,受处分或奖励后、岗位变动、职工之间产生矛盾、职工家庭出现纠纷等六

在线培训行业:探寻垂直领域的那片蓝海

公开数据显示,中国教育产业总体规模将在 2020 年达到 3 万亿元,在线教育行业恰逢其时,方兴未艾。

在线教育深入垂直领域成了新的探索,在这些专业性更强的领域里,行业本身的专业和资源要求,形成了天然壁垒。IT 在线培训无疑是这一领域的代表,对于企业家而言,这是一片蓝海领域,给了从业者充分的机会。然而机会总是在等待着有准备的人。

水到渠成的专业学院

51CTO 学院最初是由 51CTO 社区发展而来,是学员需求的产品升级形态。随着时代发展,产业升级,在社区中进行单一碎片化学习已经不能满足 IT 技术工作者的需求,他们需要模块化、系统性的学习过程以及相应的平台服务。基于用户需求,结合平台技术优势,51CTO 学院应运而生,在 2013 年正式成立。

经过四年发展,51CTO 学院平台聚合 1500 万技术用户、1200 位老师、6500 门课程,8 万小时的视频内容,为 IT 人的职业成长搭建起完整的生态模型,除了技能提升,还可以解决社交、找工作以及日常工作中遇到的难题。

精准定位的产品模式

51CTO 学院 90% 的付费用户均为在职人群,这些就职于 IT 产业的深度学习者,有着对相关知识极度渴求,同时又有着较强的消费能力,为了满足他们的需求,51CTO 平台设计了四种学习模式:自助式、辅导式、教育版和企业版。

具体来说,自助式采用 C2C 运营模式,为学员提供模块化学习课程。个人讲师生产内容,为学员提供 24 小时售后答疑;学生自行挑选、购买课程,并自主安排学习计划。

辅导式也称微职位,旨在帮助学员进行系统化学习。学员报名学习课程后,由辅导老师进行一对一辅导。辅导老师将制定学员的学习计划,学员必须通过每个阶段的考试才能进入下个阶段学习。

教育版采用 B2B 模式,主要为学校和培训机构输出课程。目前,51CTO 已经进入 850 所学校。

企业版则针对 IT 企业。企业购买课程后,分发给员工学习,并对员工的学习效果进行管理、统计、考核和监督。

这四种模式,涵盖了不同消费群体的不同需求,但是其核心指向又都是为了 IT 从

微盟发布智店小程序 引领线下门店新零售变革

近日,“新餐饮新经济”微盟小程序发布在北京启动,微盟创始人兼 CEO 孙涛勇、微盟 O2O 事业部总经理林缙、微盟移动营销事业部总经理卫晓祥等业界大咖共同探讨小程序如何用新技术带来一场新零售变革。在本次推介会上,微盟正式发布针对线下实体门店的小程序解决方案——智店小程序,助线下实体店转型新零售。以智店小程序发布为契机,微盟新零售战略同时亮相。

智能门店管理打通线上线下

近年来,实体经济转型、电商流量红利消失,商业模式不断革新,线上线下融合升级的新零售时代正在来临。坐拥 9 亿线上用户、连接线下场景的微信小程序为线下实体店打开了的一道通往新零售之路的大门。微盟发布的智店小程序,就是一款专门服务线下实体店提供免费小程序解决方案,助力商户畅享微信流量红利,连接更多线下服务与线上用户。

智店小程序以“门店+会员”为核心,通过智能门店管理,帮助商户无缝打通线上线下,玩转全渠道。在微信小程序的基础能力之上,智店小程序为商户提供轻量化的门店和会员管理系统,不仅支持多门店管理,还通过门店信息在小程序中展现,将线下门店搬到线上,并用 LBS 定位当前门店。商户通过智店小程序可以实现在线优惠买单,提升收银效率,优化服务体验。同时,为帮助商户抓牢忠实顾客,智店小程序还为商户提供会员营销助力,通过积分充值等营销手段助门店提升会员转化,促进二次消费。

智店打造线下全行业 小程序解决方案

在快速发展的移动互联网时代,谁能最便捷的解决人与物、场景的连接问题,谁就能在市场中谋取红利。智店小程序优化用户体验与性能,用户无需登录第三方 APP 即可获得良好的门店服务体验,快速解决了线上用户对线下门店服务的需求。智店是适用于线下全行业的小程序解决方案,它将门店展示、到店支付、会员营销等实体零售行业通用的能力与实体店深度结合,使用过程方便简单,用完即走,尤其适合餐饮、蛋糕烘焙、超市便利、生鲜水果、教育培训、运动健身、休闲娱乐和生活服务等类型的实体店。

同时,智店小程序也能够帮助线下商户更直接地触达用户,为线下门店打开了线上流量的开关。用户可以通过小程序码、微信搜索、消息通知、好友推荐、小程序置顶、附近的小程序等多种入口直达智店商家小程序。基于 LBS 定位,用户如需查找附近的餐馆、便利店,只需打开“附近的小程序”,周围的门店服务即可尽收眼底。以前地段是门店客流量的保证,如今,智店小程序让门店客流不再依靠黄金地段,商户可以通过“附近的店”提升门店辐射范围,拓展线上流量,获取更多顾客。

微盟新零售战略 助力商家去中心化

随着消费升级全面爆发,纯电商时代即将结束,传统零售形式正在被打破,新零售正在利用互联网和大数据,重构商业形态,引领未来全新经济模式。以智店小程序发布为契机,微盟正式发布新零售战略,为商户打造基于公众号、小程序等全渠道的去中心化新零售体系,实现线下线有机融合,构建极致的消费场景。据悉,微盟新零售战略将对“人、货、场”之中的商业元素进行重构,围绕移动商城、门店、收银、物流、营销、会员、数据等环节重点布局,赋能商家。

微盟认为,相比传统电商布局的中心化的新零售业态,去中心化的新零售是中小商户的必然趋势,而小程序则是打开去中心化新零售的钥匙。作为微信最大的开发服务商,微盟已帮助众多商户搭建基于公众号的去中心化平台。作为微盟新零售战略的核心架构之一,微盟智店小程序解决方案也将成为线下全行业商户迈向去中心化新零售之路的重要助力。

孙涛勇表示,线上线下融合的新零售模式是未来商业的主流模式,作为高频应用,微信聚集了 9 亿多活跃用户,商业价值不断释放,小程序是微信生态的重要一环,也是实体店新零售转型、加速线上线下融合的全新渠道。微盟深耕微信生态圈,在微信开发领域有着深厚的技术积累和行业经验,以智店小程序为支点,小程序开发将作为微盟新零售战略上的重要布局,帮助线下实体店通过小程序重塑线下消费场景,充分挖掘线上流量,引领线下实体门店实现新零售变革。

据悉,微盟成立于 2013 年 4 月,现有员工 2500 人,全球代理商超过 1300 家,入驻商户突破 220 万家,公司估值近 30 亿元。经过 4 年高速发展,微盟已由最初的微信开发服务商,快速发展成为一家专注于移动社交领域的互联网多元化企业——微盟集团。(中新网)