步

企业楷模

食品的"食"之所以 上面是一个人,下面是一 个良,就是在告诉我们做 食品的人,最重要的是讲 良心,不讲良心就会走背

■ 周富裕

1997年-2000年,4年间我的生意都 很好,并于1999年收了一个徒弟,这个徒 弟的酱板鸭是要卖到酒店去的。酱板鸭的 原料需要一年以上的老鸭,这样的鸭子做 出来口感才好。

然而我的徒弟买的却是60天的雉 鸭,成本6元一只,制作完成的酱板鸭售 价17元一只,且雉鸭的鸭毛、鸭胗、鸭肠、 鸭掌、鸭翅都优于老鸭,平均一只可以卖 到 6-8 元,即他卖一只鸭子的利润在 15 元左右。而老鸭成本在16元一只,售价 23元,加上调料3元,一只利润在4元左

周黑鸭:食字理论和树根文化



起初,我还能坚定自己的立场,认为 老鸭优于雉鸭,坚决使用老鸭。然而3天 以后,我就有所动摇,10天以后,我就有 所行动,一共囤了1万多只雉鸭准备做酱

之前有一位大姐是我的常客,在分别 买了3只雉鸭做的酱板鸭之后,都认为口 感不好,但都被我姐姐以运气不好,或者 卤水刚刚做好不入味、或者最后一批卤水 质量不好、或者新进地香料有问题等为由 搪塞过去了。后来这位大姐又陆续购买了 两只,然后就逐渐降低了购买的频次。

用老鸭做原料的时候,一天的销售量 在100-150 只之间,而换成雉鸭以后,销 售量逐渐下降到10只左右,生意也无法

因此,我得出了这个结论:欺骗只能得 到一时的快乐,唯有真诚才能到永久。并 逐渐转变为周黑鸭的核心文化之一,诚实

Management World 管理世界

我父亲在知道这件事情以后,跟我说 食品的"食"之所以上面是一个人,下面是 一个良, 就是在告诉我们做食品的人,最 重要的是讲良心,不讲良心就会走背运。

周黑鸭有两大文化,其中的食字文 化,就是我父亲传授给我的。他是个手艺 人,认为做手艺要走一方红一方,做食品 要做到让吃过的人留恋,不能留恋就一定

周黑鸭的另一大文化是树根文化,因 为只有树根不断地往下扎根,才能够足以 支撑树干的生长。被狂风折断树干的大 树,第二年会在树干旁重新滋出嫩芽,而 被狂风彻底掀翻的大树,就会从此失去生

产品质量就是周黑鸭的树根,只有不 断地往下生长,才能够支撑上面的一系列

据悉,某基层单位实行积分奖励 考核,对工作标准、创优事项等情况予 以明确,提前规定了各事项分别加分 多少,让考核者标尺清晰,让被考核者 目标明确,有力调动了全员人人争第 一、事事创一流的积极性和主动性。

事实证明,只有将事项具体起来, 才能凸显重点工作和关键事项; 也只 有将加分标准固化下来,才能凝聚起 全员奋勇争先的合力, 在创新的道路 上取得一个又一个胜利。

在落实工作的过程中,同样需要 量化。想要将工作落实到位,首先要将 工作内容量化下来,将大目标分解成 一个个小目标, 然后从小目标着手逐 个突破。如果没有量化的目标、明确的 标准、确定的时限, 而只是凭着感觉 "逐步"推进,恐怕连具体的执行者都 云里雾里,到最终只能草草收场,贻误 发展良机。

步步量化方能步步为赢。只有懂 得在每一个时间节点该干什么、该干 到什么程度、如何评估验证,如此一锤 接着一锤敲,一步紧跟一步走,以"功 成不必在我"的姿态,强化事业心,增 强使命感,撸起袖子加油干,才能确保 事业善始善终、善作善成。

在森林里开旅馆



没有 WIFE, 也没有浴室, 四周都是 丛林……这里是当地烧炭工人的住所,摇 身一变,成为了远近闻名的瑞典生态旅 馆,很多游客慕名前来参观游览。

在瑞典卡尔马省的一个边远山区,这 里有优美的自然风景, 大块的原始森林。 森林里,还有烧木炭工人,他们至今仍保 持住小木屋的习惯。一次,安德烈亚斯外 出旅游,他没有跟团,无意中进了这片原 始森林。

天将黑定,森林中不时传来奇怪的叫 声。他惊出一身冷汗,用手摸了摸随身携 带的匕首,腰间硬邦邦的,匕首还在,他有 了底气,便匆匆地向前走,想走出丛林。

森林里无法识别方向, 兜兜转转半 天,安德烈亚斯走回了原地。他坐了下来, 缓口气。就在这时,前方出现了两团黑黢 黢的影子。他心里一惊,脑子联想到丛林 的野兽,他从腰间取出匕首,紧紧的握在

影子越来越近,安德烈亚斯发现是两 个人。他紧绷的心才舒缓过来,松了一口 气。对方发现他,友善地打起了招呼。通过 交谈得知,个子较高的那个人是在这里烧 木炭的工人,矮的那个跟他一样,也是来 这里旅游的,迷了路,准备到木炭工人那

安德烈亚斯跟在烧木炭工人的后面, 不知道走了多久,才到一排木屋前。推开 虚掩的门,里面极其简陋,只有两张铺着 羊皮的床和木材炉。他跟个子较矮的游客

住一间木屋。躺在床上,他们天南地北地 聊天,提到旅游,矮的游客还说,他去过中 国,住过当地的茅草房,比住宾馆还舒服; 吃了用柴火做的饭,味道至今难忘。

夜深了,这里极其安静,安德烈亚斯 一觉睡到天亮。醒来后,他脑子里有个念 头,将这里的木屋租下来,不做任何改装, 开成旅馆,让游客体验原汁原味的森林一 日游。

较矮的游客很赞同,他有些遗憾,说 古老的东西被遗忘了,比如曾经住过的茅 草房还有木材烧火的大锅菜。如果将这里 开成旅馆,不要重新装修,一切保留原样。 那些生活在城市里的人压力大,来这里住 宿可以减压,自然会受到人们的关注。

安德烈亚斯回到城里后,着手旅馆的 筹备。一些朋友并不看好他的创业项目, 因为现在的人一刻离不开 WIFE, 假如没 有手机,日子非常难过。就这一点,否定了 他。安德烈亚斯主打生态,如果可以上网, 有服务员,还有干净的厕所,已经失去了 生态旅馆的意义。他唯一要做的是,将木 屋上涂了泥巴,后面堆些土,游客上完厕 所后,用土掩埋。

安德烈亚斯照了几张照片,发在当地 论坛。引起了网友的关注。接近自然,亲近 自然,跟自然对话,离现代生活一段时间, 无疑那些木屋是最好的选择。还未开业, 12个木屋被网友一抢而空。

正式开业后, 那些体验者拽着行李, 住进了小木屋。这里远离城市,没有汽车 的鸣笛声,没有电视,更没有网络。游客可 以去森林打柴,到池塘垂钓。到做饭时,由 旅馆提供食材,自己砍木材生火,动手淘 菜。每天日出而作,日落而息,没有了来自 工作上的压力,身心得到释放,首批游客 体验后,都是好评。靠着游客的口碑,安德 烈亚斯的旅馆不愁没有客源,也找到了创

其实,无论是原始森林还是偏远的乡 村,古老的建筑,等待的不应该是被拆除 的命运。好好的利用起来,保留原始古朴 的生活方式,将生态当成一种卖点,也许 就是你坐等的下一个商机。

多卖出一副眼镜

不久前的一天,笔者来到福建省安溪县 新安路一家眼镜店,恰逢一对夫妇带着女儿 来配眼镜。

"有什么可以帮到你们的?"配镜师陈师

"孩子把眼镜弄丢了。快要开学了,过来 配一副。"女孩的妈妈说。

"那就先验视力吧!"陈师傅微笑着说。 从聊天中得知,这家人是朋友介绍过来 的,因为该店的验光师受过专业培训,而且 验视力时非常有耐心,直到顾客满意才确定 眼镜的度数。

可见,经营中,专业和耐心是建立顾客 信任的第一步。

接下来,女孩的妈妈拿出一副旧眼镜请 陈师傅帮忙验一下度数。据孩子说,戴这副眼 镜看电视非常清楚,看黑板则不能完全看清。

陈师傅看了看孩子,个头挺高,应该是 坐在教室靠后的位置,于是建议顾客先配-副能看清黑板的眼镜,再配一副度数较低的 眼镜日常用。对于"能看清黑板的眼镜",陈 师傅推荐了一种功能镜片, 既可以远看黑 板,也可以近看书本。

在取得顾客前期的信任后,这一步推荐 几乎没有任何难度。

可见,解决问题可以有多种方法,其中

又有优劣之分,而顾客想到的方法可能不是 最好的。店里若有多种产品可供选择,或许 可以让顾客心生惊喜。

最后,陈师傅又推荐了令顾客满意的优 惠套餐组合,成交后递上自己的名片,告诉 顾客戴眼镜后有什么不适可以打电话给他。 看得出来,这一家人非常满意。

"别的店里都没想到卖给我们两副眼镜, 这位陈师傅却懂得卖给我们两副……"女孩 的爸爸小声对妻子说。

"其实你们有这样的潜在需求,只是没 有意识到……"陈师傅听到后笑着解释道。

顾客的需求一般分为具体需求和潜在 需求。具体需求是顾客明确知道自己想要什 么,看上去似乎很难继续挖掘了,但其实还 有进一步挖掘的潜力。比如,上文所述的陈 师傅就成功了。顾客的潜在需求则比较抽 象,或许只是一种意识,或许是顾客解决某 一问题时需要的方法,看上去比较模糊,却 也是销售人员推介的好时机。

对于潜在需求的挖掘,或许可以抓住以

通过提问等方式,了解顾客的真实需

在聊天中获取有用信息,深入挖掘顾客 的潜在需求。

销售过程中,利用自身优势合理引导顾 客的潜在需求,实现双赢。



最好的证书不是学校 发的毕业证, 最好的介 绍信不是别家公司帮他 写的评价, 而是一个人 自身的素养。

很久以前,我在纽约一家矿业公 司担任总监助理。一次,总监需要给办 公室增加一个文秘, 就在报纸上刊登 了一则招聘广告。

面试那天,大约有20个人来应 聘,最后,总监选定了一个名叫艾文的 男孩。他只有中学毕业证,没有任何工 作经历,更没有别家公司写的推荐信。 但大多数应聘者都是大学毕业。 我好奇地问总监:"你为什么要聘

用艾文呢? 我觉得来这里应聘的每个 人都比他更适合。'

"你错了,艾文身上有许多证书和 介绍信。"总监笑着说。 "是吗?我怎么什么也没看见,我

只看见了他的中学毕业证。"我纳闷地

"是的,我没有看错。"总监微笑着 说:"我亲眼看到,他在大门口蹭掉了 脚下的土,进来后随手关上了门,这说 明他是一个做事小心谨慎、有自我要 求的人;在大厅时,有一个脚受伤的年 轻人进来等候面试,只有他一人起身 让座,这说明他心地善良、体贴别人; 进入办公室后,他先脱去帽子,回答问 题也干脆果断, 这说明他既懂礼貌又 有教养,有不错的专业素养;还有,所 有人进入办公室时,都会从我故意放 在地上的那本书上迈过去, 只有他俯 身拾起并放回桌上;当我和他交谈时, 我发现他衣着整洁, 头发梳得整整齐 齐,指甲也修得干干净净……所以,这 一切都是他最好的证书和介绍信。"

我这才恍然大悟, 总监则接着对 我说:"你要记住,最好的证书不是学 校发的毕业证,最好的介绍信不是别 家公司帮他写的评价,而是一个人自 身的素养。"

习酒炫亮贵州酒博会名酒馆,省委书记孙志刚亲临关怀

■ 本报记者 樊瑛 张建忠

9月9日,2017第七届中国(贵州)国际 酒类博览会开幕仪式在筑盛大举行,此次由 中国商务部和贵州省人民政府共同主办的 主题为"展示全球佳酿、促进交流合作"的第 七届酒博会,共设7个展馆,旨在大力弘扬 酒文化,展现醉美多彩贵州新风采。

本届酒博会更加注重弘扬酒文化,更加 注重展商的主体地位,更加注重酒业全产业 链展览展示,吸引了40多个国家及港澳台 地区的 2000 多家酒企共襄盛会展美酒佳 酿,促进交流合作共谋发展,习酒亮相中国 知名白酒馆备受关注。

习酒展厅布局恢弘大气,产品琳琅满 目,尽显习酒良好的品牌形象。贵州省委书 记孙志刚、代省长谌贻琴亲临习酒展厅,听 习酒公司董事长张德芹、总经理钟方达介绍 习酒品牌和工艺,高度赞誉习酒品质和近几 年取得的长足发展。遵义市长魏树旺与张德 芹、钟方达进行交流,详细了解习酒系列产 品和市场销售情况,盛赞习酒发展中取得的

展会期间,习酒因其优异的品质,多元 化的媒介宣传,大气洋溢的展厅布局吸引了 广大消费者驻足观看,详细询问习酒系列产 品情况,同时品鉴样酒,对习酒酒质赞扬有 加。同时习酒极具文化底蕴和内涵的产品包 装引来了众多国外客户和消费者前来展厅 参观、品尝习酒,表现出浓厚兴趣和好感,并 和公司总经理钟方达深入交流共谋合作和 发展新机遇。厅内人头攒动,笑语喧哗。在和 工作人员对话了解后,众多意向消费者前往 习酒销售区购买系列产品,习酒参展第一天 就掀起了销售热潮。



●遵义市委副书记,市长魏树旺品尝习酒。



●贵州省委书记孙志刚,贵州省代省长谌贻琴莅临习酒展馆,亲切关怀



●习酒销售区人头攒动,热闹非凡。



●习酒展厅前人们观展、咨询。



●展厅中的习酒广告。