

6 经营故事 Business Story

星客多快剪店的定位是,不做洗烫染护、专注剪发,满足顾客最基本需求。

星客多:让剪发变“减”法

■ 冯晓霞

周末,小潘和朋友到北京未来汇商场闲逛,地下一层一家装饰干净整洁的特色“快剪”店吸引了她们的注意。

“只需15分钟,花20元就可以剪一次发。”经过服务员的简单介绍,小潘决定尝试一下。

操作简单 专注剪发

在服务员的带领下,小潘来到自动售票机前,页面显示前面有8位等待的顾客。顾客在拿号的同时可以选择现金或微信支付,但现金支付只支持5元、10元和20元,且没有找零功能,小潘选择了微信支付。

小潘在商场逛了半小时,回到快剪店刚好轮到她。小潘发现,这里的工作台极其简单,理发师没有为小潘洗头,简单地询问了小潘上次理发的时间,对发型的要求后,在她头发上喷了点水,然后从工作台的消毒柜里拿出理发器、剪刀、梳子等工具后,开始剪发。

剪发结束后,理发师拿出星客多“快剪”的秘密武器——毛发收集器在小潘的头上和脖颈间来回移动,一分钟左右就将碎发全部处理干净。据理发师介绍,这个毛发收集器其实是一个小型吸尘器,在吸入口上做了一些改造,使得它与头皮更贴合,顾客体验更为舒适。剪完头发,理发师只需简单地把工具清理一下,重新放回消毒柜,然后将地上的碎发扫至工作台下方的洞口,碎发就会被全部吸进去。

对于此次剪发体验,小潘表示:“如果只是简单的剪发,可以选择这里,但烫直、烫卷之类的服务在这里就无法得到满足。”

对于小潘的疑问,星客多店长表示,星客多“快剪”店的定位是,不做洗烫染护、专注剪发,满足顾客最基本的需求。“星客多的店面大都开在地铁附近、商场、超市甚至写字楼等人流量大的地方,店面不超过30平方米,有3至4个工作台,工作台上只有一些简单的剪发工具”。

目前,“快剪”模式刚刚在北京兴起,很多人并不了解,认为它是一种全新的剪发体验,其实“快剪”模式在我国台湾已经经历了从风靡一时到没落的发展历程。“快剪”的盛行与当时我国台湾经济停滞不前、消费者变得更实际有关。

一些“快剪”理发店与大润发、家乐福等大卖场合作设店,每次只需100元新台币,理发快速,不含奉茶、洗头、按摩、吹造型等附加环节。但后来,随着我国台湾经济的复苏,人们需求开始旺盛,这种剪发模式逐渐退出台湾美发舞台。

试水北京市场

来自我国台湾“美发世家”的庄威大胆地将“快剪”模式带入北京市场。星客多创始人庄威表示,经过对北京市场的调查,星客多在北京市的店面不再只是单一复制台湾的“快剪”模式,而是要将其打造成一家“互联



网+美发”的“潮牌”公司。

星客多的发展速度令人惊讶。2015年1月,星客多公司正式成立,2月第一家实体店落地,3月获得由创新工场李开复、明势资本黄明明和天使基金三方达数百万美元之多的天使轮融资,4月线下服务累计超2万单,5月实现门店全面升级改造,7月成功入驻上海。目前,平台有50多名全职发型师和一批正在接受培训待上岗的发型师,每日每店平均接单量超过140单。

“快剪”模式为什么在北京市场刚刚试水就获得如此大的成功?记者在采访中发现,大约有90%的男性和60%的女性都表示非常反感传统理发店里理发师为其推荐各种产品的行为。而星客多的出现刚好解决了这些客户群的痛点。

对于很多人关注的星客多开店模式,庄威表示,为了保证星客多“快剪”店的质量,星客多将不设加盟店,只做直营店。

人才成标准化关键

一家新成立的公司,一种新的剪发模式,星客多要想实现快速扩张并获得成功一定要有自己的秘诀。庄威表示,选址、资金以及服务的标准化是星客多成功的三大法宝。星客多开设一家店只配备两名员工,选址的工作主要交给链家地产等第三方地产中介,自己的团队只做配合。店面设计、装修的标准化也非常简单,店面所有的货架等用品都是在工厂定制,到店直接拼装即可,单店两周内便可完成全部装修。资金方面有天使投资人的支持,目前,星客多只需要解决服务标准化就可以了。

但在美发行业,最难实现的就是服务标准化,因为它没有一个严格的标准。每个人的头形各异、审美各异,让发型师剪出顾客喜欢的发型并不容易。现在星客多有50名发型师,但是按照其扩张计划,未来可能需要1000名发型师,星客多的培训体系能否承受这个扩张节奏或许将决定他们的成败。

据星客多国展店店长王继成介绍,星客多快剪研修学院是星客多网络科技有限公司的培训发展中心,旨在为员工提供系统的剪发、造型设计培训,拥有控制手艺人质量

及快速培训的能力,并且还有稳定的手艺人来源。

为了保证服务的标准化,星客多会根据每一位发型师的现状,提供不同的培训课程,像王继成这样已有10多年经验的理发师,到公司后不需要进行技术培训,只需简单了解“快剪”的工作流程就可以直接上岗了。

如何留住有经验的理发师也是星客多快速扩张过程中急需解决的问题。

与传统的理发店相比,星客多的提升空间更大。在传统的美发店,一般会分为洗头工——发型师——高级发型师——发型总监——店长等职位,想要成为店长要经过一层层的晋级。而星客多一个店面一般仅有4个人,分设正、副店长两名,店长负责日常运营,晋升机会很大,王继成就是从另外一家店直接调入国展店担任店长一职的。

在收入方面,据王继成介绍,目前的收入与他传统店差不多。虽然工作强度会稍微大一些,但由于不需要进行会员卡销售、护发产品销售等考核,因此没有任何心理压力,干起活来觉得非常轻松自在。

盈利前景如何

在繁华商业区剪一次头发只需20元,没有任何附加服务,理发师的收入与传统店差不多,这样一家理发店能赚钱吗?

据庄威介绍,以未来汇的店面为例,虽然在商业区,但店面位于商场的地下一层,租金相对便宜。20平方米的店铺租金加管理费目前不超过8000元,该分店需要4名员工,目前的平均薪资水平约为6300元,外加500元电费,一间店面的每月现金支出约为3.5万元左右。而该店开业的第二个月平均每天客单量为82单,第二个月的营收为4.8万元。不考虑折旧,仅从现金流的角度考虑,实现收支平衡压力不大。

如果不能保证大量的客流,“快剪”这种模式就很难继续。创新工场负责星客多项目投资的冯经理表示,虽然星客多在单店盈利层面的确有着明显的“天花板”,但其在开店标准化方面做得很出色,店面可复制性强,有快速扩张的潜力。此外,由于星客多快剪从一开始就使用微信支付,可以收集到用户

的数据资料,给以后的发展提供了很多很好的空间。

衍生造型店与电商

对于庄威来说,星客多快剪只是一个入门级的产品,未来他希望将客户转移至更多的衍生产品中。据庄威介绍,星客多第一个想衍生的产品是造型店。

他想将剪发和造型区分开,剪发只管剪刀上的工夫,而造型店则负责造型。

庄威表示,造型店的附加值更高。目前快剪的用户群并不是按年龄或者性别进行的分类,而是主要是按爱美程度进行的分类。目前男女比例大约是6:4,而快剪几乎永远做不到金字塔顶端爱美女性用户的生意,长发、卷发的客人很难走进快剪店。

据庄威介绍,星客多第一家造型店很快就会和北京市民见面了。造型店计划只洗头、造型,不剪发,面积大约与快剪店相似,其中造型由人力完成,而洗头的工作交给机器。定价会比剪发稍高,分为30元与50元两种档次,提供不同的造型服务。

除了在线下快速扩张店面,庄威也将目光瞄向线上。

目前庄威设想中的相关IOS版本开发已经在筹备之中,而对于上线时机,庄威表示希望在星客多微信用户达到10万的时候开始进行。在他的计划中,初期版本主要以服务客户为中心,例如剪发五次送一次、抽奖、发红包等,但计划在线下店面超过100家店之后在App上推出自主的产品。

“现在美发产品的毛利超过80%是很正常的,但是利润被层级分销、营销剥夺了很多。我们没有分销,也没有营销成本,将性价比高的产品卖给自己的用户。”庄威表示:“我们的电商基础就是用户基础,网上卖、配送到家,店里不提价,但是店里会营造一个场景,通过样品展示和小屏幕里发型师的口述营销。”美发产品需要多次使用才能感受到区别,所以需要一定的教育和疏导才能得到顾客的信任,星客多希望在线下的店面能做出这种营销场景。“和传统的理发店的推销不同,星客多会根据消费者的需求,找一种让消费者舒服和容易接受的方式。”庄威说。

用真诚去做事,以友情来滋养心灵,并且先付出,应该是我们精神生命最好的保健品,也是事业成功最好的助推器。

(中外管理)

六安石油:“放心厨吧”营造舌尖销售

“李站长,上次购买的泰国香米受到全家人的好评,这次准备再买两袋。”

“好的,店内‘放心厨吧’还有很多商品值得选购,当前正在做活动,非常优惠。”六安石油三里桥站长李旭东介绍着。

当前,六安石油分析顾客消费动态及群体特征,在全区35座加油站增设“放心厨吧”专柜,将米、油、调味品等粮油副食集中展示,并大力宣传电子券“满100减30”优惠活动,让客户在加油的同时也享受到省时、省钱、省力的购物体验。为聚拢易捷人气,各站因地制宜提供各类优质服务,如在加油站周边小区张贴海报,提供免费送货上门服务;通过客户微信群,展示促销活动和家庭食品;根据客户资料,定期开展电话回访,收集建议等。

“‘放心厨吧’真是名符其实,不仅商品品质优,价格也平民。看到店外宣传海报,这不,正准备买两桶调和油。”客户笑着说。

据悉,“放心厨吧”专柜受到许多客户喜爱,不仅培养了大批易捷“粉丝”,也取得了不错的销售成绩。

(王群)

“黑脸”与笑容

——川庆物探第四测量工程队推行最小作业单元全要素承包小记

■ 通讯员 张野 特约记者 屈永志

“我的愿望就是希望与季节性用工抢饭吃,更多的员工把核心技术与技能掌握在自己手中。”被戏称为“虎口夺食”的第四测量工程队03班班长黄彬,号召班组成员主动承担本职工作,能够员工自己干的绝不再使用民工,问起他这么拼命的原因,这个一脸黧黑的汉子腼腆地说道。

“工序组长承诺高陡地区点位按浮动计算,我算了算,并和兄弟们商量了下,凭我们这么强的班组实力,肯定不会吃亏,何况还立下保证每日完成基础工作量的‘军令状’,你说组长不给我们给谁?”第四测量工程队07班班长胡文华一脸的笑意。

确实,他们的脸被晒黑了,笑容却更多了。黑是因为在野外超长时间的日晒雨淋,每个人每天都恨不得出去早一点、干得快一点、多一点;笑是因为在新疆准噶尔盆地南缘齐古西三维项目中,川庆物探第四测量工程队最小作业单元内部承包责任制,全面落实并付诸实施后,每天在统计工作量,进行的质量安全分析会上,都会惊喜的发现承包责任制实施后,自己的效益确实提高了。

随着物探公司采集板块专业化改革的推广和落实,四测的领导班子深刻意识到,面对近年来物探市场量价双降的严峻局面,要切实让员工感受到紧迫感与危机感,就必须坚定不移地按照公司领导顶层设计的精神和要求执行;必须让游离在岗位外的员工回归到岗位上来,取代少部分人潜意识里员工就是管理民工的人这一错误认识,更加自觉的积极认清形势、有所作为;必须真正让员工参与进来,有一个明确的奋斗目标。因此在对上半年昌吉三维项目班组成员费用支出充分调研的基础上,在齐古西项目实行了内部承包。

8月6日,四测主要负责人分别与参与齐古西三维项目工序组长、6个最小作业单元班长,在阿西图村签订了测量内部承包责任书。从责任书签订的那一刻开始,第一次需要参与项目的员工自负盈亏、自我管理;第一次将项目考核、结算、选择的权利交给员工操作运转;第一次让参与项目的员工真正领会“多劳多得、降本增效、节约归己、风险共担”带来的新变化,同时让他们明白这将成为四测的新常态,达到每个人都在算时间、算成本、算速度与安全的目的。

“变则通,通则达”,在确定工序组长统筹款项划拨、最小作业单元可支配费用预算的两种方式后,涵盖利益分配、管理职责、质量安全、结算处理等方面内容的承包书,得到了上下一致的认可。这种透明性、互动性、开放性的管理方式,让员工爱岗敬业的热情高涨,每个最小作业单元都迸发出新的生命力和凝聚力。

通过最小作业单元全要素费用承包,员工真正体验到了“收入凭奉献、爱岗在岗位、履职得提高”带来的实实在在好处。装备和人力资源的集约化综合利用,使员工在施工过程中更加注重挖潜创收,化被动为主动的积极性蔚然成风;严格的质量、安全、进度考核办法,使员工更加重视合理选点、劳动保护监督等各项量化指标,让每个人心中都有一本“明白账”。

最小作业单元内部承包责任制,犹如投进水潭的一颗石子,让四测所有人都活跃起来,大伙在签订责任书的那一刻就承诺了3个保证:保证齐古西三维测量施工安全、高效、优质完成,保证为后续施工队伍提供高品质、高精度测绘成果,保证按项目部要求限期完工。齐古西三维项目自8月1日开始施工,已完成点位40940个,6个最小作业单元平均日工作量达到了1100个,在甲方监督、内部监督的多次检查下无一例质量安全问题。

“我们班组经员工讨论通过,分成两个单元承包了4条测线,从8月1号到8月7号,按承包书规定,差不多就可以挣到班组3名员工半个月的工资了。”01班班长唐勇说起内部承包责任制就忍不住一脸兴奋,根据他的测算,他们班组较2015年日工作效率提高了9%。

(曾小凤 董严军)

李嘉诚的财富密码

李嘉诚早年是从小小的塑胶花开始创业的。有一次,一位需要大量塑胶花的订货商找到他,但对方要求他提供具有实力人士的亲笔担保书。

那时的李嘉诚谁也不认识,但他没有放

弃,连夜设计了9款样品送到了订货商面前,并坦诚地说:“我实在找不到殷实的厂商为我担保,十分抱歉。”这时,对方却笑着说:“李先生,你不必担心,我已经为你找好了担保人。”

李嘉诚愣住了,订货商接着说:“这个担保人就是你,是你的真诚。”

正是这次成功的合作,让李嘉诚创办的长江公司站稳了脚跟。“真诚”也由此成了李嘉诚的“财富密码”。

喜多多:突破技术门槛 实现椰果王产品自动填充

余长发,福建省泉州喜多多食品有限公司生产中心副总兼工厂厂长,进入喜多多之前,做过酱油、糖果等,但从未离开过罐头食品行业,在罐头食品行业有着近30年的经验。他坦言,这个行业很辛苦,但自己从未想过转型,工作之余,他积极参加各种培训,秉承精益求精的工匠精神,在该行业不断进行多种探索和尝试。

2010年加入喜多多的团队之后,他结合自己多年的行业经验,助力喜多多从人工向半自动及自动化转型,不仅车间减少了大量人工,更重要的是提高了产品的品质及质量的稳定性。

据悉,在余长发的牵头下,喜多多小果系列已经基本形成自动化,自动清洗机、自动解冻机、连续油炸机等设备也在不断改造升级。

2010年,余长发加入喜多多的时候,喜多多椰果王做的并不多,原本是在二车间靠人工打罐,于是,余长发带领团队开发了自动填充的生产模式,虽然在当时并不是很成功,但随着与厂家配合地不断深入及反复测试,使得现在喜多多所有椰果王的充填实现了自动化。这样一来不仅节省了人工,减少了人为的失误,更是大大提高了产品质量的



稳定性,这几年来,喜多多公司在这方面进行持续地摸索,并一直在调整和改中。据介绍,椰果王原来大概一个班做25万罐,现在一个班可以做到42万罐。

可以说,余长发身上所体现出的工匠精

神,只是喜多多公司的一个缩影,正是因为团队一丝不苟、一步一个脚印、精益求精的精神,推动着喜多多不断向更高的山峰攀登。2015年12月,该公司三车间被泉州市经济和信息化委员会授予“泉州市智能制造示