

企业楷模

“每一位成功男人的背后都站着一位伟大的女性。”日本麦当劳汉堡店总裁藤田田就懂得如何帮助员工塑造“伟大”的女性,从而使自己的员工成为成功的男人。

■ 张永才

每一位员工的太太过生日时,一定会收到总裁藤田田让花店礼仪小姐送来的鲜花。“连我先生都忘了我的生日,想不到董事长却惦记着送鲜花给我。”总裁藤田田经常会收到类似的感谢函或接到类似的感谢电话。

日本的麦当劳汉堡店除了6月底和年底发放奖金外,每年4月还加发一次奖金。4月份的这次奖金并不给员,而是发给员工的太太们,且绝不让先生们经手。

除此之外,日本麦当劳汉堡店每年都在大饭店举行一次联欢会,所有已婚员工都必须带着“另一半”出席。席间,除了表彰优秀员工外,总裁藤田田还郑重其事地对太太们说:“各位太太,你们的先生为公司做了很大的贡献,我已经做了各方面的奖励。但有一件事我还要请各位太太帮忙,那就是好好照顾先生的健康。我希望把你



们的先生培养成一流的人才,帮助他们实现人生的梦想,可是我无法更多地、更细致

地兼顾他们的健康,因此我把照顾先生们身体健康的重任交给了你们。”

听了这番话,哪一位太太不心存感激呢?而这种感激对一个家庭又意味深长。

巧付薪酬稳“军”心

领导团队从服务开始

■ 杨毅

一天,一位员工胆战心惊地走进主管的办公室,看到桌上放着两份有关自己业绩的报表。一份是前一年的报表,主管在报表上用笔笔记了这位员工过去的好表现;另一份是前两个月的报表,上面一样用笔笔记了一些缺失。

这时,主管对这位员工说:“你前两年的绩效表现得都不错,但前两个月的绩效

却跟过去有些落差,而我的工作就是服务所有像你一样在工作上遇到困难的团队

成员,有什么地方是我帮得上忙的?”我相信所有的员工都希望自己遇见这样的主管。当一位主管不滥用自己的管理权,而是真诚地以服务团队成员的心态来对待员工时,员工们才会吐露自己更多内心深层的想法,而这些想法里往往藏着那些可以解决问题的最根本资讯。作为管理者,管理团队,更要领导团队;而领导团队,就从服务开始。

用好员工的“私心”

■ 张鹰

一家大型装修公司的管理层在管理中碰到了一个头疼的问题:公司原本配备了充足的工具,但是没过多长时间,由于丢失或损坏就不够用了,以至于不得不临时购置新工具,这既耽误了施工进度,也让公司遭受了巨大的损失。

工具丢失往往是因为员工在离开工作现场时粗心给落下了,而损坏很多时候是因为员工没有按照规范的流程来操作,说到底都是员工责任心缺失所致。

公司的管理者希望通过严格的监督程序来端正员工的态度,曾尝试过很多办法来解决这个问题,包括采取工具借用登

记、检查和维修等制度。可是每次总是没什么明显的效果,还浪费了不少人力、物力,以至于不了了之。

在老板的倡议下,这家公司采取了一套新的工具管理制度:工具由公司和员工共同购买,各分担一半的费用,但工具的所有权归员工,而公司还会每天对员工进行一定的补贴,补贴直到与员工购买工具所花的钱持平为止。

新的制度施行后取得了立竿见影的效果,工具丢失和损坏的情况得到了根本的改善。

人的“私心”并非总是带来坏的影响,若能够对其巧妙地利用,就可以产生积极的结果。

非凡创想

在屋顶上开咖啡馆



■ 苏洁

26岁的艾茵是立陶宛首都维尔纽斯市的一名大学生,她的父母在家门口附近的街道上经营着一家面积不大的咖啡馆。一次,父母有事外出,艾茵就到咖啡馆里来帮忙。

那天,邻居家的两个小朋友来喝咖啡,后来他们就缠着艾茵给他们讲故事。于是,艾茵向两个孩子讲述了这样一个童话故事。从前,森林里有一只长颈鹿伯伯,在自家的屋顶上建了一家咖啡馆。一天,一只小猴子来到了长颈鹿伯伯家喝咖啡,可不巧的是长颈鹿伯伯不在家。这只淘气的小猴子顺着房檐下的梯子悄悄地爬上了屋顶,刚好有一杯热咖啡放在桌子上,小猴子很开心,它一点点地喝了起来。等咖啡喝光了,小猴子想从屋顶上下来,可梯子却不见了。小猴子急得大哭了起来,幸好,这时长颈鹿伯伯回来了,就用长脖子把小猴子驮了下来。故事讲完了,两个孩子开心地问:“真好玩!真好玩!”然后,他们又不解地问:“姐姐,你家的咖啡馆为什么不建在屋顶上呢?我们也想去屋顶上喝咖啡。”

是啊,为什么不把咖啡馆建在屋顶呢?那样一定既新奇又有趣。艾茵突然间有了个绝妙的创意。

于是,艾茵在和父母商议后,便决定在自家的红瓦房屋上建一间咖啡馆。虽然叫咖啡馆,但它其实只有一张桌子,仅供两个人使用。整套用具耗资250美元,采用了胶合板和塑料制成,并被稳稳地固定在了屋顶上。艾茵最初的设计是人们来这里喝咖啡,必须先借助一架梯子爬到屋顶,然后再踏着倾斜的瓦片走到座位处。可还是有一些胆小的顾客在爬梯子时吓得两腿发抖,这引起了她深深的思索。如何才能消除顾客的恐惧心理呢?她想到了一个好主意,租了一台升降机,这样顾客就可以轻松到达屋顶,既安全又有趣。

很快,艾茵的屋顶咖啡馆就因为别具一格,引起了不小的轰动。大批记者纷纷前来采访,连维尔纽斯市的市长都亲自来这里喝咖啡,并对她的创新设计理念大为赞赏,甚至还主动帮助她举办专场推介会,邀请了社会名流和娱乐明星前来助阵宣传。尽管这里每杯咖啡的价格不菲,而且每次只能有两个人在屋顶咖啡馆上悠闲地喝咖啡,但每天还是有一大批的人愿意排队等候,他们说,这样的咖啡馆给了他们不一样的感觉,人们非常喜欢在屋顶上边喝咖啡,边享受不一样的城市风光。

半年后,艾茵的屋顶咖啡馆就赚了个盆满钵满。当屋顶咖啡馆名声新起之后,维尔纽斯市不少居民都开始计划在自家红瓦房屋上修建咖啡馆。艾茵眼下则正忙着为屋顶咖啡馆申请专利,她希望能把屋顶咖啡馆推广到世界上更多的地方。

每位员工都是一颗“种子”



■ 王国雄

一位朋友抱怨他的企业没有人才,来问我该怎么办。我告诉他,每个人都是一颗种子,企业是土地,种子掉到这块土地上,最后会长成什么样子,当农夫的老板有很大的责任。如果尊重每颗种子的特性,提供肥沃的土地,适时地灌溉除草,每颗种子都

有其基因、天命,自然各有发展,自会茁壮成长。

在王品集团,我们只让每个下属依各自的特性来发展,我们则负责鼓励,提供空间给他们表现。下属只要扮演好自己的角色,就有相对的位置、发展和红利。所谓空间,指的是公司的各种制度乃至文化,也就是适当的土壤、阳光和水分,这很重要。如果没有这些空间与养分,下属会成长得很慢,因为不知道自己为什么要长那么快,为什么要做那么多事。

很多企业绝非没有人才,而是败在管理者太英明,所谓“管理者英明,部属庸庸;部属庸庸,管理者庸”。管理者太能干,往往会剥夺下属成长的空间。“做的‘零零落落’,还不如我自己来!”有这种想法的管理者,大概就不容易培养出人才来。所以,如果没有人才,问题往往出在上司身上,您的企业有人才吗?

经营方法

“如果买回去后发现不合适或不喜欢了别勉强,15天之内来退换。”

给顾客15天的充足“后悔期”

■ 东烟

对消费者来说,退换货是一件让人忐忑的事情。因为,心甘情愿给退换货的并不是很多,有的商家爱答不理,态度不好;有的商家找各种理由不给退换,时常让人难堪。或许商家觉得,做成了的买卖又被退回来,就等于挣到手的钱又从口袋里被掏回去了吧;或者,他们觉得当着其他顾客的面退货会影响生意,所以总是极不情愿。

但山东省桓台县的信誉楼商厦却反其道而行之,给顾客15天的充足“后悔期”,并且服务员会当面提醒顾客:“如果买回去后发现不合适或不喜欢了别勉强,15天之内来退换。”退换货的程序和购买时一样,服务员不但问理由,还就自己的商品没有满足顾客的要求而表示歉意:“不好意思,大老远地又麻烦您再跑一趟。”这样的做法非但没有影响生意,反而从一定程度上刺激了顾客的购买欲望,让大家形成了这样的消费心理——看到喜欢的就先买下来再说,实在不行回头再退。

该买的买了,本没打算买的也捎带着买了,还让大家都成了“回头客”,这是一种大度,是一种聪明,也不失为一种营销手段。顾客是因为喜欢才买,再回来退换的毕



竟是极少数,而且,回来退换的,总免不了再买些别的商品。在信誉楼商厦,退和买享受到的是一样的服务,这样,留住了顾客的心,也就为以后的买卖续写了无限的可能。

相反,如果商家退换不畅通,或者发生不愉快,不管这笔买卖能不能做成,基本上以后都没有什么可能性了。这种一锤子买卖做得多了,对店铺的影响会是“致命”的。

所以,退换货时,别太较真于眼前的一桩买卖,把眼光放长远些,只要不妨碍再次出售,愉快地该退退、改换换,散买卖不散交情,留得交情在,何愁顾客不再来?

筑巢鑫和 引凤来栖 成就您创业的梦想

邛崃鑫和中微创业园欢迎您

四川·邛崃鑫和中微创业园 地址:四川省邛崃市临邛工业园司马大道D段 邮编:611930 网址:www.xinhesy.cn 全国招商电话:4008326898

中国惟一满族传统酿酒工艺品牌

道光廿五

辽宁·沈阳 鑫和满族传统酿酒有限公司 网址:www.daoguang.com.cn 销售热线:0416-3883835

管理之道

我做主管的时候,有一次,一位下属找到我要求加薪20%。我考虑了一下,公司最近几个月业务的确非常繁忙,这位员工经常加班加点,工作认真负责,我对他的业绩也相当认同。而且关键是,根据我们公司的薪酬制度,他的这种繁忙并不能拿到更多的奖金。所以,我基本认同给他加薪。

只是,我没有马上答应,而是这样跟他说:“这几个月你的确表现很好,大家都看在眼里,所以我认为你提出加薪的要求是合理的。但是,一旦你以后的工作表现不尽如人意,出现情绪懈怠,你会主动提出减薪吗?这样才公平。”

听完我的问题,他愣住了,大概没想到我会这样问,但又无法反驳我的话。看他无话可说,我接着说:“我可以答应给你加薪。但是,假如加薪之后你变得松懈,工作没有现在这样认真负责,你会主动提出减薪吗?如果你能做到,那么现在加薪就没问题。”他一脸沉思地答应了。

就这次加薪来说,处理结果是皆大欢喜的。他满足了自己的愿望,我也达到了自己的目的,让他明白薪酬与工作表现存在一种公平合理的关系,而且是动态的,并非一劳永逸。所以,他就不至于因愿望达成而工作懈怠,而是会努力让自己的表现与收入相匹配,同时争取更好的表现与更高的待遇,从而实现我为其加薪的真正目的。员工的待遇要求如果合理,不是不可以给他们加薪。但绝对不能“无条件”地满足其请求,一定要有正当的理由,并且加上合理的要求与期望。

“xx系列饮料,100%鲜榨果汁,畅销欧美30多个国家,东南亚第一果汁品牌,生产过程中不添加甜蜜素、防腐剂、香料、色素等,是来自东南亚的无公害绿色饮料。”不久前的一天,笔者到一家超市购物时,一进门就看到这样一则“友情提示”。该“友情提示”字号较大,写在一个较高的指示牌上,放在摆成独特造型的饮料旁边,四周还装饰着具有热带风情的花朵、叶子等。一个具备这些因素的进口饮料摆放区设置在超市入口的显眼位置,不但引人注目,还给人赏心悦目的感觉。

不少顾客被这则内容详尽的“友情提示”所吸引,仔细看着上面的描述后,一副恍然大悟的神情,并露出会心的微笑。这样一则“友情提示”,让不了解这种饮料的顾客有了更加深入的认识,而且因为提示内容的专业、到位,使那些喜欢“尝鲜”的顾客产生了好感,进而促进了销售。

在日常经营中,很多零售客户会采用“友情提示”的方法来推介商品,但不少提示内容比较单一、雷同,只是一两句话,比如只是简单地提示打几折、降价几元、买一赠一……针对商品的专业化介绍却很少;即便有,也只是些相对表面化的信息,引不起顾客的兴趣和关注。

所以,零售客户朋友不妨借鉴该超市的“友情提示”思路,对近期所售的重点商品进行更为专业、深入、全面的介绍,让顾客在关注商品的同时学到更多知识,不但对商品,更对经营者产生好感和信赖。

如何让重点商品、特色商品“脱颖而出”,不埋没于货架之上?一则专业、醒目、可信度高的“友情提示”是解决这一问题的有效方法。那么,如何使自己店里的“友情提示”吸引眼球并令人信服?这就需要经营者做个有心人,时刻留意重点商品的有用信息。

要注意的是,“友情提示”不应只是放在纸面上,还包括销售者面对消费者的直接陈述。当“友情提示”指示牌吸引顾客驻足后,就要看销售者的口才及自身素养了。若能就指示牌上的“友情提示”内容,自然而然地与消费者作进一步交流,使其了解到更多关于该商品的知识,为其提供更为专业、周到的阐释和建议,双方形成一种融洽的互动,最后何愁生意不成?

是让原本无意买东西的人轻轻地留下,变成实实在在的购买者,还是静静地走开,成为一闪而过的过客,就要看你的“友情提示”是专业还是粗浅、是足够吸引人还是寡淡无味。

给下属加薪别忘了提出期望

■ 许明

友情提示不妨更专业些

■ 单晓雯