

奥康玩转移动互联网 三亿红包打造O2O营销新玩法

陈瑞仪

4月23日,奥康国际迎来上市3周年庆典,为回馈广大消费者的支持与厚爱,奥康携手支付宝,于奥康瓯北总店举行“战略合作发布会”及“奥康上市3周年,礼献3亿大红包”活动仪式。此次活动,支付宝红包不仅可在天猫奥康购买商品,还于奥康全国各专卖店同步使用。这意味着,支付宝与奥康的O2O战略合作又迈出了崭新的一步。

此次奥康在上市三周年之际,携手支付宝送出三亿红包,并再次同支付宝签署O2O战略合作活动协议,打通线上线下红包使用界限,这是奥康运用移动互联网思维在营销方式上的一次重大创新。

在红包发放仪式现场,浙江奥康鞋业股份有限公司总裁王振权先生与支付宝国内事业群商户事业部总监薛涛女士一同为巨型红包二维码揭幕,并签署双方战略合作协议。紧接着,由王振权总裁现场体验门店红包使用功能:只需在手机上打开支付宝软件,扫描二维码领取奥康红包,然后点击“付款码”选项,由店内工作人员通过扫码枪



在活动推出后,奥康各官方网络平台将第一时间发布红包二维码信息。同时,奥康全国各自营专卖店也将放置红包二维码

海报,以供进店顾客扫描领取红包,并在店内直接使用。另外,此次活动所发放的红包可与线上线下其他优惠活动同步进行。

据了解,自去年3月份奥康全国5000家专卖店全面开通支付宝支付业务以来,奥康便一直策划和尝试着打通更多线上线下购物界限。为实现集团O2O战略,奥康旗下官方网络商城更是首次实现与线下门店互通产品。特设O2O专题页面,同步展示线下热销商品。预计在不久的将来,用户便可直接在O2O专题板块中挑选购买线下门店的心仪款式,奥康通过后台系统将订单直接分配给各实体店完成订单,顾客可在任何一家终端试鞋并取走订单商品。

“把移动红包推广至全国终端,只是奥康整个O2O战略中的一小步。”奥康鞋业股份有限公司总裁王振权在仪式上表示,对于传统鞋服零售业来讲,O2O的本质其实还是在线下,我们与支付宝的合作不仅可以提升用户的消费便捷程度,而且还拥有支付宝巨大的用户基础,可以促进更多的线上消费者转移线下。这次奥康打通线上线下红包界限的活动,其主要目的也是为了吸引更多的消费者能够前往终端门店进行购物体验。

羚锐制药:善用新媒体 讲明小道理

汤兴

“没想到安全、优质生产的教育宣传能如此精彩,而且能讲明道理,让人更易接受。”近日,河南羚锐制药股份有限公司贴膏剂事业部动力维修车间主管杨文武只要打开企业QQ群和微信群,就能看到事业部QQ、微信平台推出以“安全、优质生产”为主题的宣教信息。

新《安全生产法》和新《药品生产管理法》相继实施,加强监管、严肃问责已然成为企业安全、优质生产面临的新常态。近年来,羚锐制药在药品安全生产和质量管理方面下足功夫,花费了巨大力气,并取得了良好成效,公司所有生产车间及生产线均顺利通过了新修订的GMP认证;推行卓越绩效管理获质量、环境和职业健康“三标一体化”认证。同时,大力宣传贯彻新《安全生产法》,及时启动安全生产标准化审核认证活动,并以此为契机,完善安全管理制度并不断强化落实:编制《员工安全手册》和购买《安全生产管理知识百问百答》、《消防安全知识百问百答》,组织员工开展安全、消防知识培训学习与考试,提高安全技能,强化安全举措落实;通过安全板报、安全QQ群、微信群、电子屏等有效载体,组织员工开展安全警示教育,强化其对安全生产理念的认识、认知和认同;事业部设立专职安全工程师岗位,由专人负责安全生产工作,并组建设备设施安全、安全生产、消防与食品安全和质量(含GMP认证)安全等多个安全检查小组,坚持周检查制度,定期开展活动,并根据季节性特点,组织开展了季节性安全生产专项检查,员工安全意识和安全责任进一步增强。不仅如此,企业顺利通过安全生产标准化三级达标现场验收,获得了安全生产标准化企业证书。由此,羚锐制药成为河南省首家获得安全生产标准化证书的医药企业和信阳市首家非高危行业安全生产标准化认证企业。

“安全、优质生产教育宣传说大道理,我们见多了。以网络形象和语言来诠释这些道理还是首次见到,感到很亲切。我们会学习这种方式,让自身的安全、优质生产教育也更加生动。”作为通络祛痛膏等系列产品生产的主体组织者,羚锐制药贴膏剂事业部生产部经理邱正广看完10余条信息和幅漫画后说。

连日来,羚锐制药贴膏剂事业部安全生产部门在集中学习相关安全与质量理论的基础上,创新安全、优质生产教育载体和形式,将安全、优质生产教育与娱乐形式结合,用QQ、微博和微信以网络化的画面和语言,向企业经理人或企业管理者及普通员工广泛宣传安全、优质生产理念和知识,增强他们的安全、优质生产意识。

“安全信息,特别是漫画形象传神生动,耐人寻味,这样才能收到实效。同时,我们多措并举开展廉政文化建设,力求安全与质量文化与员工的生活水乳交融。”安全生产部专职安全工程师祝跃兵说。

今年以来,该事业部紧紧围绕安全、优质生产教育这条主线,积极创新安全与质量文化建设,在内容与形式上不断推陈出新,采取员工喜闻乐见、容易接受的形式,推进企业安全与质量文化建设。除了漫画宣传,他们还采取短信提醒、故事宣讲、警示教育等多种形式进行经常性安全、优质生产教育。同时,他们还通过与各部门和生产车间及责任主体签订年度安全、优质生产责任书、聘请专家学者来企业检查指导并组织员工开展知识讲座等形式,强化监督,营造出了良好的安全生产氛围。

东风德纳车桥襄阳工厂启动关键岗位人才技能提升活动

4月份,东风德纳车桥襄阳工厂启动了关键岗位人才技能提升活动。

关键岗位人才技能提升活动分两大类,一是管理、技术类的主任师、工程师、主管工程师,以课题管理的方式对其工作进行评价。每年度每个主任师自选2个课题,主管师自选1个课题,由其本人亲自负责课题的推进工作。二是技能类的主管工师种,以小改善和导师带徒的方式对其工作进行评价。每年度每个工师种完成4个以上小改善,带2-3个技能评定为L级的徒弟。活动共收集44个课题,导师带徒共30对,该厂成立专项评审小组,并邀请关键岗位人员直属领导共同参与课题内容点评和指导,为关键岗位人员技能提升搭建平台,同时为关键岗位人员在工作推进中提供全方位的支持。(宋慧萍 朱婕)

提振地方经济 致富一方百姓 贵州省发改委研究员吴晓军到习酒调研



日前,贵州省发展和改革委员会研究员、省管专家、省城规委专家委员吴晓军率调研组到习酒公司调研。县发改局、经济开发区等相关部门人员陪同。

在阳雀岩观景台,习酒公司总工程师承举向调研组一行介绍了习酒公司的发展历史、厂区建设、环境保护、生产经营及“十三五”规划等情况。

听取介绍后,吴晓军表示:习酒是省优质名酒企业,习酒窖藏1988、金质习酒在全国有着较好的口碑,在省内外更是一款老百姓喜欢消费、能消费的知名产品。希望习酒努力完成好各项规划建设目标,努力实现百亿习酒梦;同时经开区应将习酒的发展作为重点项目,帮助习酒解决发展难题,以习酒的发展来带动经开区的发展,提振地方经济,致富一方百姓。 通讯员 刘勇 陈华 摄影报道

东风德纳车桥公司党委开展“讲责任、比担当、提质量”活动

在当前市场下行压力下,为充分发挥企业党组织及党员在质量提升方面的先行及带动作用,实现全员质量意识、行为养成性、产品实物质量及客户满意度四个提升,促进企业发展提质增效,近日,东风德纳车桥有限公司党委启动了“讲责任、比担当、提质量”主题实践活动。

活动紧扣该公司质量改善计划的推进实施,分宣传教育、质量改善、总结固化三个阶段。

在宣传教育阶段,重点通过加大质量形势及质量改善计划的宣讲,组织开展质量知识竞赛、质量文化案例征集、质量征文、规范质量宣传语等活动,深化质量教育,引导全员把思想和行动统一到“以市场为中心”、“品质至上”上来。

在质量改善阶段,严格对照行业标准、客户要求,分析本单位质量管理体系运行过程中存在的薄弱环节,认真查找管理及岗位实

际操作中存在的不足,从主观上找原因、查不足,分层次实施改善。一是组织党支部结合年度降赔改善重点项目,改善重点课题的推进,组织开展党支部立项攻关,鼓励跨党支部联合立项攻关。二是在党员中开展质量承诺、亮诺、践诺、履诺活动,使党员先锋模范作用发挥岗位化、目标化、承诺化、公开化。三是在员工中开展质量“百字谏言”活动,并对有价值的建议和对策分车间(科室)、工厂、公司三级

组织实施。在总结固化阶段,适时召开质量改善成果发布会,交流分享改善成果及经验,共同促进产品质量升级。同时不断总结活动推进中的好经验、好做法,固化为制度保障及流程保障。

该公司党委还将组织评选季度十大质量能手、年度十大质量明星及年度十大质量改善成果等活动,调动全员参与活动的积极性、创造性,推进活动深入有效开展。(韩世永)

华为格力的科技强企奥秘

蒲心文

笔者经过一段时间的调查研究发现,华为科技公司和格力电器公司在本世纪初,都在世界上赶超了美、日同行的世界企业巨头。华为和格力成为世界企业巨头其强企之路的奥秘有两条:

第一,是以不断创新高科技产品为方向

和本,从而走上了强企之路。

华为科技公司和格力电器公司都是在本世纪初,依靠自主研发电子电信高科技技术获得成功。在本世纪初叶,因为在电信科技尖端技术领域自主创新数量和水平均赶超了美国和瑞典同行业世界巨头,美国的《时代周刊》和《新闻周刊》将华为公司的创始人、总裁任正非列入世界企业100强巨人排行榜的前列。并在文中论述说:“华为公司已与美国的世界企业巨头电讯公司、北方电讯、朗讯科技、阿尔卡特、思科系统及瑞典的爱立信等公司并驾齐驱,在网络领域的客户甚至超过了美国和瑞典的世界名牌”;美国国会甚至叫喊“华为公司已危及到美国国家安全”,要道查任正非的军人出身,并采取不允许华为公司在美国经营的政策。虽然任正非为了中美关系放弃了美国市场,但至今仍世界电信巨头。

格力电器公司亦是在空调变频科技上不断创新获得了重大突破,赶超了原世界空调之父日本大金公司而震动了日本公司;到2011年格力公司又攻克了离心机技术制造出了中国自主知识产权的第一台离心机。打破了在这个领域美国长期的垄断,并且把中央空调技术从过去的1拖8,提升到1拖30,现在已达到1拖200水平。极大地震动了日本和美国公司;特别是过去格力去学习的日本大金公司等五家公司都返回来到珠海格力电器总部要求并购合作学习。而美国也有若干家离心机公司召开紧急会议如何应对格力公司的自主创新重大突破和赶超行为,并且格力总裁董明珠在2012年第七次上榜美



国《财富》杂志,称她为:全球最具影响力的商界女性,所以格力公司也是靠自主知识产权的高科技领域创新赶超了本行业的世界名牌,而成为世界名牌世界巨头的。可见技术上不断创新,是其成功的根本

第二,是以整体建设企业文化为动力,从而推动企业管理不断创新,成为世界强企。

无论是格力还是华为公司,她们自主创新尖端科技,成为世界名牌,其深层次的强大动力或秘密,均来源于这两个公司,能从整体上实施企业精神文化建设、企业制度文化建设和企业物质文化建设。

如华为科技公司总裁任正非,他在上世纪八十年代创立华为科技公司时,他提出的首先一条治企理念,即企业精神文化建设理念是“全员分担、全员分享”,即公司技术自强的责任全员自觉分担;公司获得的盈利全员分享。这一建设企业理念一提出,使全体员工立刻产生一种自己是华为公司的主人翁感;与老板任正非一样,全心分担公司发展自强的责任。华为员工主人翁地位的心理满足,对员工自主自觉为华为在科技创新上努力奋斗,注入了最强大的动力、活力;紧跟着华为制定了全员分担和全员分享的具体实施的全员配股制度计划。凡在科技创新上作出贡献

者,按贡献大小配以不同股份。这就更进一步把治企理念变成了治企制度文化;员工创造尖端科技的动力自然更大。上世纪九十年代报纸上曾报道过,华为员工每人都有一个“卷床”;当夜以继日的在工作台上做技术创造开发很疲乏时,晚上就打开“卷床”在工作台下休息片刻。华为员工自觉攻克电讯尖端科技精神与毅力之强大,是其它任何企业员工所不具有的。任正非总裁还不仅停留在精神文化、制度文化建设上,还从物质文化建设上具体让员工都获得巨大物质利益的满足;最早获得此满足的是一位有七年工龄的员工,他提出辞职,当他正式写出辞职报告,交到人力资源部后,人力资源部很快就按照他七年为华为科技创新作出的贡献应得的企业股份报酬,为一千万人民币。他大为震惊,感叹:能有如此巨额收入。我为什么还要离开华为呢?任正非为了让全体员工都切身从物质利益上感到自己的主人翁地位。华为的成功既是自主创新尖端科技的成功,更是走文化强企之路的成功。而且是中国企业创新与文化强企的典范和先趋。

再看格力电器公司,格力电器董事长朱江洪就是一位科技之迷;他本人就有20项专利技术,也十分重视科技创新;他本人一再强



调“科技救企,而创立新科技的人就是企业的救世主”。

朱江洪提出的治企理念核心就两句话,一、“公司是我家,员工是我亲人”,二、“员工幸福感与产品质量成正比”,这两句话在精神上对员工的鼓舞作用,是其它企业员工根本没法体验的。格力公司同时又制定了体现员工是亲人、及幸福感的一系列制度文化,与华为公司所不同的是这些制度文化建设举措和政策是分为三个层次分别制定的。自然也是根据这三个层次人员对企业的不同贡献水平而制定的。比如管理层次,其责任更为重大;所以制定了配企业股权的制度;对科技人才,又制定了科技奖励制度,对生产一线的年轻员工也制定了培训制度,这些制度自然更进一步让员工体现亲人感和幸福感。格力在住房和奖励上是很厚道的,已专门为科技人员修了科技楼和花园洋房。花园洋房的房顶上还可以种树,足见其有多么讲究,都提供给科技上有贡献的科技人才。科技奖兑现更多,单项奖最多一次达百万。所以格力科技人员有巨大的动力去攻克空调的变频学科技术和离心机技术,而赶超了日本和美国。(作者系中企盟信息科学研究院副院长研究员)

各类大小项目投资借款, 两百万起贷地域不限, 个人、企业均可 金融世家豪丰投资 手续简单 利率低 放款快 代打全国各类保证金 咨询电话: 028-68807888