

奥康“五位一体”打造全渠道零售模式

距离2016“双十一”已过去一个月,但关于“双十一”的报道却不绝于耳。奥康国际“双十一”当天销售再创新高。在赢得行业营销大战的同时,奥康国际更是通过“双十一”首次试水全渠道零售,检验2016年粉丝运营、AOK MART、线上线下系统整合、鞋业全品类建设及供应链提升五大板块工作成效,为接下来全面打造全渠道零售模式厉兵秣马。

于奥康国际而言,“全渠道零售”并不陌生。去年,公司就开始通过着手粉丝运营、布局AOK MART、建设华东物流中心打通线上线下系统、联手斯凯奇打造全品类鞋业王国、强化供应链等五大板块来布局全渠道零售。“随着电子商务的发展,传统零售也正在迅速地脱胎换骨,向‘全渠道零售’转型。”在奥康国际董事长王振滔看来,“全渠道零售”意味着零售商将通过多种渠道与顾客互动,包括网站、实体店、服务终端、呼叫中心、社交媒体、移动设备、上门服务等等。“这些渠道相互整合,相互呼应,成为全方位的营销力量,合成为全渠道的一体化无缝式体验。”

撬动“粉丝经济” 凝聚二次消费群体

“粉丝经济”诞生由来已久,而“互联网+”时代的到来,更将其效应无限放大。作为中国鞋行业标杆的奥康国际同样瞄准了这个契机,并于年初成立了专业团队——“粉丝会员本部”进行会员开发与会员营销,打造二次消费粉丝群体。

“粉丝经济”首先要做的毋庸置疑是“吸粉”。今年“双十一”,奥康打破往年线下活动营销,邀请伊一、何洁、胡兵等十一位明星做客天猫直播厅尝试直播娱乐营销,为“双十一”造势引流。“明星+直播+电商”这种新模式不仅让许多明星自带的粉丝群关注了奥康,也让许多普通观众路转粉,截至目前,公司会员总量增长迅速。

而今年一系列粉丝互动活动也提升了粉丝的“黏着度”。8月份,奥康国际上线了全新的会员管理系统EZR,通过与驿氢科技、微信会员卡、微信支付进行合作,实现了营销导购与会员无缝连接和一对一的服务体系。12月4日,由奥康国际冠名的奥康国际·2016温州马拉松赛场,奥康国际特地邀请会员粉丝组成迷你方阵参赛,带给会员粉丝别样的互动。4月至11月,结合公益、社会活动、区域营销、门店开业等,奥康国际共开展了会员活动23场,总参与超200万人次,其中季度

永城市安全监管局 安全宣传进公园



12月7日,河南省永城市安全监管局安全知识宣讲团联合多名党员志愿者在该市最大的公共聚集场所天香公园开展了安全知识进公共场所宣传活动。

活动过程中,宣讲志愿者向现场群众及过往市民进行了安全知识现场解答,发放了《公共场所逃生常识》《公共场所防火常识》《公共场所安全知识》等宣传资料。赠送了印有厨房安全、用电安全、防火安全等日常安全常识的围裙,深受广大群众尤其是家庭主妇的喜悦。

为进一步强化公众安全意识,宣讲团安全应急专家向围观群众现场演示了液化气灭火、初起火灾扑救、心肺复苏等日常应急救护措施。并通过有奖竞猜活动,大大激发了现场群众关注安全、关爱生命的热情,为确保公共聚集场所安全,打造良好的安全环境和秩序夯实了基础。

(本报记者 任二敏 通讯员 张娟 文/图)

东风德纳客车桥 销售创单月新高

11月份,东风德纳车桥公司客车桥产品再现供不应求场景,客车桥总成配套销售额超过2亿元(不含税),创下近年来单月新高。今年1—11月,东风德纳车桥配套销售额达到去年全年总额,提前1个月完成2016年销售目标。

客车桥产品的畅销,得益于该公司适销对路产品的不断推出。近年来,该公司瞄准在国家产业政策驱动下新能源客车爆发式增长的实情,提前布局新能源客车桥产品,先后开发了S130、P1301、462、416、382、285等系列客车专用桥,这些产品以“高可靠性、高经济性、低噪音”赢得了客户信赖。其中,P1301单月销量相比去年平均增幅达77.3%。在该公司今年全部客车桥销售结构中,新能源产品占75%以上。

(韩世永 李彦来)



会员活跃度达到25%。

布局 AOK-MART 开拓新商业渠道

在吸引粉丝为线上引流的同时,奥康国际也不忘加强线下商业渠道建设让粉丝效应落地。2015年底,奥康国际在温州五马街开出旗下第四代商业渠道AOK MART,目前已经在金华、南昌、福清等地核心商圈开出五家。

AOK MART源于日本ABC MART。2015年奥康思考周,王振滔带队实地走访并调研ABC MART这一世界级零售巨头,学习先进经营理念与商业模式。而ABC MART纯利润率却高达近20%更是让奥康国际决策层所看重。去年年底,奥康国际首家汉化版ABC MART落地温州五马街,并正式命名为AOK MART。

作为奥康国际首家推出的AOK MART,五马街AOK MART以轻装修、工业风为主,店铺营业面积达2000平米,上下两层。除了奥康旗下的奥康、康龙、红火鸟、美丽佳人等自有品牌外,还包括斯凯奇、阿迪达斯、耐克、亚瑟士等国际著名运动休闲品牌进口产品。店铺商品集商务、休闲、运动、时尚等多种风格于一体,囊括鞋、服、皮具、包、袋等多品类产品,为消费者提供一个及青春活力、高性价比、具备国际范儿的“多业态+”一站式购物体验。

第三届中欧校友商道论坛探讨绿色发展责任机遇

12月11日,由中欧环保同学会、中国环境报社联合主办,博天环境集团承办的第三届“商之道 富之德”中欧校友商道论坛在北京举行。这次论坛的主题为“绿色发展:从责任到机遇”,出席的嘉宾从不同的角度对环保产业改革、挑战、机遇阐释和交流。

中欧陆家嘴国际金融研究院原执行副院长刘胜军在题为《环保产业供给侧改革:任务、机遇与挑战》的演讲中谈到了政府补贴、PPP项目、审批等热点问题。对目前环境治理中存在的价格扭曲、政府公司化等现象进行了深度解读。他认为,供给侧改革不是简单地去产能,不是“三去一降一补”这样非常具体的任务。供给侧改革更重要的是体制和观念的变革。希望大家能够关注环保领域中

体制和观念中存在的问题,一起推动这些体制和观念的变革,环保领域的发展才能够有更好的未来。

E20环境平台首席合伙人、E20研究院院长傅涛作为业内资深研究者,分享了他对“两山论”下环保产业如何创新的思考,对环境产业的定位、商业逻辑、发展方向做了独到的阐述。他表示,未来没有孤立的环保产业,也没有孤立的农业、能源、房地产等。未来不存在环境产业的问题,大家做的都跟环保产业相关。相信未来下一代最伟大的公司一定出在环保产业。

环保部环境规划院副院长吴舜泽参与了诸多环保政策的制定,此次演讲着重阐述了生态产品与自然生态的价值,以及他对生

80后上市公司总经理熊伟: 企业“得益于扶贫,回馈于扶贫”

■ 龚莅波

当“上市公司老总”“海归”“高学历”的标签集于一身时,很多人都想不到,身为国内知名医药上市公司——河南羚锐制药股份有限公司总经理的熊伟还是一名80后。

仅用了7年的时间,他就从一名一线销售人员成为上市公司总经理。他在创造了一个个辉煌销售业绩的同时,也先后荣获信阳市劳动模范、河南省青年五四奖章、河南省时代先锋“十大爱心人士”、河南省五一劳动奖章、全国优秀工会积极分子等荣誉。

7年前,从英国拿到硕士学位的熊伟,放弃在上海顶级医药企业的白领生活,选择了回到地处豫南大别山腹地的河南省新县,在羚锐制药当一名带领一线销售团队的蓝领。

这让很多人很不理解。然而,作为土生土长的“红城”新县人,熊伟说,自己很小的时候就一直在想一个问题:革命战争年代,老家新县英雄辈出,43位开国将军;改革开放后,为什么成了贫穷落后的代名词? “所以心里一直有一个情结,希望长大后自己有能力为家乡做些事情,改变革命老区的面貌。”熊伟说。

零下30多摄氏度的白雪皑皑的冰城哈尔滨,高达三十八、九度盛夏酷暑的花城广州,阴雨绵绵的上海,雾都重庆……一年365天,熊伟的出差足迹遍布全国各地。在一线

摸爬滚打积累经验后,他又带领销售团队变革创新,通过实施内部市场承包责任制,充分利用互联网和新媒体包装营销,企业年销售额屡创新高。

走进羚锐制药,总会感到浓浓的情怀:从千方百计解决在岗员工的工作餐,到给一线销售员发放奖励津贴;从节假日的慰问,到对重病员工的关爱……在销售一线的亲身经历让熊伟特别能理解基层职工的付出和不容易。

为了能及时了解基层职工最真实的心声,熊伟还开设了羚锐人信箱、羚锐论坛、QQ群等,及时把握员工动态,营造和谐企业文化氛围,并坚持对员工反映的困难和问题要换位思考、将心比心。

“对待员工要有关爱,对待消费者更要有关爱。”熊伟说,这是羚锐的理念,制药企业面对的消费者很特殊,都是病患,这需要每一位员工拿出自己的关爱去研制和生产良心药、放心药,让老百姓能够拥有健康、远离病痛。

羚锐的理念,根植于它创业的血脉里。20多年前,一群创业者仅仅依靠25.8万元的扶贫贷款起家,硬是凭着拼搏、进取、艰苦创业的革命老区精神,将一家濒临破产的山区小厂一步步发展成为国内知名的上市企业。

“做人不能忘本,做企业也一样。”熊伟

拉松,合作伙伴斯凯奇连续两年为温马提供专业运动装备,并助力多名选手夺得温马单项冠军。

华东物流中心 贯通线上线下系统

打通线上线下系统,一直以来是奥康国际营销渠道革新的重要工作。今年10月,奥康国际位于上海的华东物流中心建成投入使用,其中央物流处理系统彻底解决了奥康国际线下门店和电商难以完全兼容的问题,实现既能为线上发货,也能将线上订单分配到适宜门店发货的门店中。

由此,今年“双十一”奥康国际首次推出“线上接单,线下发货”模式。奥康国际“双十一”当天的订单物流信息统一发送给上海华东物流中心,由该中心自动分析、整理、归类。在自身发货的同时,还能适宜门店发货的订单物流信息发送到离下单客户最近的门店当中,门店接单后,可选择送货上门,也可通知客户门店提货。在实现线上线下的无缝对接的同时,提高了发货效率,为消费者带来更好的消费体验。

供应链系统改革 创新强基固本

对于志在“全渠道零售”的奥康国际而言,打通全产业链,强化供应链系统无疑是为全渠道零售夯实基础。

为此,2016年,奥康国际建立供应商管理部和核价管理部,引入评估及供应商KPI考核指标。同时与原材料供应商深度合作,核心供应商联合研发,大宗材料集中采购招标,强化核心供应商开发与储备。奥康还强化与大型皮革厂的合作,借助大型皮革厂的优势资源进行整合,实行战略采购。

在研发、生产板块,奥康国际从去年底推行“生产智能化+信息化,研发数字化+信息化”战略。奥康计划创建国家级检测实验室,并联合国家各大院校组建奥康博士后站,研究课题涉及工艺创新、功能研究、产业研究、技术研发等多个领域,为企业的产业发展、生产经营提供了有力的支持。而在生产板块,通过智能生产设备的更替,实现了产业数字化、自动化、智能化的控制,生产更加规模化、标准化、连续化,2015年的效能增长明显。

(朱文俊)

茂名石化:“三寻找” 提升精细管理

茂名石化苯乙烯车间是公司树立的“三基”工作示范点。自今年5月份起,车间组织党员、生产技术骨干和全体职工开展“三寻找”专题活动,发挥党员、骨干及广大职工的智慧和能力,寻找最美职工,寻找管理漏洞,寻找安全隐患,持续提升车间管理水平。

寻找最美职工

最近,苯乙烯车间掀起了一股争当最美职工的热潮。

车间每周组织全体职工寻找身边最美职工,把最负责任、最优秀、最亮点的职工寻找出来,对“身边最美职工”进行宣传表彰奖励。由班长推荐到车间进行评选,每周评选出最美职工一名进行宣传表彰,并作为车间每月“最负责任员工”的前提,设立最美职工明星墙和制作图片微信,采用“四个一”(一枚徽章、一张合影、一条微信、一封书信)的奖励办法进行宣传表扬,至11月初,车间已经评选出最美职工21名,极大地鼓舞了全体职工的气。

寻找安全隐患

自开展“寻找安全隐患”活动以来,苯乙烯车间职工共查找安全隐患253项,上报公司和分部级隐患12项。

“发现小安全隐患,也有奖励!职工们寻找安全隐患的积极性大增,个个都争着当‘排查隐患之星!’”苯乙烯车间党支部书记黄武飞说。

车间每月组织党员和职工寻找安全隐患,针对车间装置生产设备的薄弱环节,认真巡检,发现和提出可能存在的风险隐患,并制定了相应的奖励制度。职工提出的隐患问题经过车间核实并评选通过后,车间将按照隐患的等级进行相应的奖励,如:普通隐患,月度绩效加0.1分/条;车间级重大隐患,月度绩效加0.5分/条。

各班组织职工在巡检过程、岗位上、操作中、监护作业下随时随地寻找安全隐患,以任何方式向车间安全组汇报,由车间安全组确认提出奖励,进行实时动态奖励。车间每月评选1名最负责任“排查隐患之星”进行奖励,颁发奖状一张,在主任基金嘉奖100元,并作为车间上报分部各类“安全先进”评选的重要依据。

寻找管理漏洞

苯乙烯车间组织党员和职工寻找管理漏洞,针对车间标准化管理,寻找存在的管理问题,提出改进提升建议。

“提出车间的管理漏洞,不但有加分,而且还能改善车间的管理,我们也受益,真是双赢啊!”看到车间出台“寻找管理漏洞”的活动方案后,职工们感叹地说道。

每位党员和技术骨干针对自己本专业和本岗位工作,每月至少找出一条管理漏洞上报车间,并提出解决问题提升管理的建议。车间对寻找出管理漏洞经车间采纳的奖励,车间将根据寻找出管理漏洞的情况评出一、二、三等在车间经济责任制考核中对每条漏洞加分,一等加0.5分/条,二等加0.2分/条,三等加0.1分/条,每月在车间月度分析会进行通报奖励。

每季度末,将评选1名提出漏洞最多、质量最好、采纳最多“最佳管理好帮手”进行奖励,颁发奖状宣传表扬奖励,在主任基金嘉奖100元。对连续一季没有完成提报寻找管理漏洞任务的在经济责任制考核中的扣1分。截至10月份,苯乙烯车间职工共寻找管理漏洞56项,极大推动了车间管理水平。

(钟大海 陈立新 江行梁)

管理日记

减法的人生哲学

■ 若水国际股份有限公司董事长 王文华

我有一群固定一起爬山的好朋友,他们都是企业家或是职业经理人,从自己和他们身上,我看到了山上和山下生活的不同。

在山上,大家惯用“加法”过日子,事业愈大愈好,人才愈多愈好,业绩要不断增加。但是用这样的加法心态上山,带着一大堆的随身之物,不但很吃力也走不动,还可能根本用不着。

上山,让我和我的企业家朋友学到减法的人生哲学,和轻装简从的奥义。企业家在山下任何事情都可以授权或指派。例如,不用自己去寄信,就不知道邮票一张多少钱,但是在山上,每一步要自己踏出,是很难得的体验机会。

我们应该有这样的体验,把上山的减法哲学用在山下的企业管理中,因为真正实践的人才知道背负的东西有多重,我们试着减轻用不到的装备,才能集体轻装上阵,爬到山的最高峰。