

物流案例-----沃尔玛世界第一的四大法宝 PDF转换可能丢失
图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/183/2021_2022__E7_89_A9_E6_B5_81_E6_A1_88_E4_c31_183618.htm 《财富》杂志评选出2002年美国企业500强，零售业巨子沃尔玛连锁店终于将埃克森 - 美孚石油公司拉下马，以2198.1亿美元的营收总额登上了美国乃至世界企业的第一把交椅。这是美国历史上服务公司第一次成为《财富》500强的龙头老大。1955年，《财富》杂志开始给巨型企业排座次时，沃尔玛还根本不存在。1979年，沃尔玛全年销售额才首次达到10亿美元，可到1993年，一周的销售额就达到这个数，2001年更是一天就予以完成。沃尔玛既不经营赚钱快的汽车、石油，更不生产获利丰的飞机、大炮，而是靠出售廉价的零售百货，愣是在40年内“打遍天下无敌手”。正像《财富》杂志记者不无惊叹地写道：“一个卖廉价衬衫和渔杆的摊贩怎么会成为美国最有实力的公司呢？”的确，沃尔玛走向成功的过程的演绎出许许多多令人拍案叫绝的故事。翻开沃尔玛的历史，人们不难发现有四条经验至为关键。第一是薄利多销。沃尔玛创始人山姆沃尔顿1962年在阿肯色州乡村创立第一家连锁店时靠的就是这一条。当年，沃尔顿对其商店的定位就是中下阶层，经营服装、饮食以及各种日常杂用，最重要的是以低出别家商店的价格出售，因而吸引了众多顾客，连锁店越开越多，但“天天低价”的法则始终没有变。沃尔顿有句名言：“不管我们付出的代价多大，如果我们赚了很多，就应当转送给顾客。”如今，沃尔玛旗下在美国拥有连锁店约3500家，其他国家拥用1100家，全球雇员1200多万，是一个实实在在的企

业帝国。但不管你走进哪里的沃尔玛，“天天低价”仍然是最为醒目的标志。为了实现低价，沃尔玛想尽了招数，其中重要的一法就是大力节约开支，绕开中间商，直接从工厂进货。统一订购的商品送到配送中心后，配送中心根据每个分店的需求对商品就地筛选、重新打包。这种类似网络零售商“零库存”的做法使沃尔玛每年都可节省数百万美元的仓储费用。第二是服务至上。除了低价，沃尔玛再一个引人注目的特点就是良好的服务。从1962年到1992年退休，沃尔顿引领公司飞速发展30年中，格外强调要提供“可能的最佳服务”。为了实现这一点，沃尔顿编制了一套又一套的管理规则。他曾要求职员做出保证：“当顾客走到距离你10英尺的范围内时，你要温和地看着顾客的眼睛，向他打招呼并询问是否需要帮助。”这有名的“十英尺态度”至今是沃尔玛职员奉为圭臬的守则。对于职员的微笑，沃尔顿还有个量化的标准：“请对顾客露出你的八颗牙。”此外，什么“太阳下山”原则、“超越顾客的期望”等等都是沃尔玛吸引顾客的致胜法宝。第三是团队精神。沃尔玛企业文化中崇尚的三个基本原则的第一条是：“尊重个人”。沃尔玛不只强调尊重顾客，提供一流的服务，而且还强调尊重公司的每一个人。在沃尔玛内部，虽然各级职员分工明确，但少有歧视现象。该公司一位前副董事长曾经说，“我们是由具有奉献精神、辛勤工作的普通人组成的群体，来到一起为的是实现杰出的目标。我们虽然有不同的背景、肤色、信仰，但坚信每一个人都应受到尊重和尊严的待遇”。第四是力争完美。沃尔玛从20世纪60年代初的一家片店到90年代已发展成为世界十大公司之一，可“力争完美”的雄心依然未变。沃尔玛吸纳新

的经营理念和创意的同时，还迅速跟上时代步伐，利用新技术为自身发展服务。它曾投入4亿美元巨资，委托休斯公司发射商用卫星，实现了全球联网，为其高效的配送系统提供保证。据报道，通过全球网络，沃尔玛总部可在1小时内对全球4000多家分店每种商品的库存量、上架量和销售量全部盘点一遍。近两年，美国网络业普遍不景气，沃尔玛网站虽然也受到影响，但该网站的经营也是越来越好。综上所述，沃尔玛的成功经验对于今天的企业家来说似乎并没有多少新鲜之处，可值得注意的是，山姆沃尔顿领导下创就的种种经营法则坚持几十年不变，说到做到。这不只令人叹服，而且应当成为万千企业效法的蓝本。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com