

商务员辅导：从沃尔玛网页看人性化营销 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/61/2021\\_2022\\_\\_E5\\_95\\_86\\_E5\\_8A\\_A1\\_E5\\_91\\_98\\_E8\\_c40\\_61799.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/61/2021_2022__E5_95_86_E5_8A_A1_E5_91_98_E8_c40_61799.htm) 沃尔玛的创始人山姆沃尔顿曾经说过：“卓越的顾客服务是我们区别于所有其他公司的特色所在。向顾客提供他们需要的东西并且再多一点服务，让他们知道你重视他们。”纵观国内超市大军，真正将商业经营以公益、文化等形式融入社区生活、融入百姓心里的企业少之又少，真正将经营的高度上升到“文化营销，人文关怀”的企业恐怕更没有几家了。然而，全球财富500强沃尔玛却在包括中国在内的每一个国家都实施着不间断地便民服务 and 公益服务。在“沃尔玛中国”网站，我们可以真真正正地领略到什么是超市经营中的人文关怀。“顾客服务”的网页中，透过“儿童的奇迹”、“关爱100test”、“儿童绘画比赛”、“快乐小天使”等沃尔玛在中国儿童中实施的公益行为，我们可以体会到沃尔玛所持的帮助儿童的理由：儿童是我们社会的未来，为了让儿童生活得更健康、幸福，沃尔玛中国开展一系列以儿童为中心的社区公益计划。儿童是社会、国家的未来，他们的人生道路才刚刚开始，沃尔玛中国将竭尽所能帮助我们的儿童拥有一个健康、幸福充实的生活。在“帮助邻居”的链接页面中，我们会看到沃尔玛在中国实施的好邻居计划，他们鼓励员工当义工，抽出一些业余时间义务帮助当地社区。他们在每年的新年、中秋等节日都会和商店所在地的孤儿院里的孩子们及老人院中的老人们联欢，并进行慈善捐赠，以鼓励商店和员工在当地的社区建设中发挥作用。也许我们这才真正意识到超市在当地社区建设

中所能发挥的重要作用。正如沃尔玛网站所言：“好邻居计划是我们社区公益活动的核心。通过该项计划，我们将鼓励我们的商店和我们的员工在他们当地的社区建设中发挥重要的作用。”不仅如此，他们甚至制定了“三米微笑原则”，教导员工于三米外向顾客致意。而我们国内的超市却好像总是喜欢在顾客走近跟前的时候微笑，或者在顾客“临门”的刹那，就有店员尾随其后，毫不作声地看着顾客实施购物行为了。在商品同质又同价的时代，在超市无差异、恶性化竞争不断明显的今天，除了卓越的顾客服务，经营者还有什么铸就特色的机会？有的超市，虽然是当地数一数二、叱咤风云之辈，却经常犯一些让人难以理解的常识性错误：洗化品与食品同装一袋，形影不离地窥视顾客，生怕会丢了商品，甚至于在众目睽睽的卖场内公然对客人搜身、实施“非分之礼”，如此等等。人文关怀，并非要投入巨资和众多的人力，不会过度地消耗超市掌门人的宝贵精力和时间。人文关怀，也许就是一月四期的DM单的印刷费(还抵不过为了一次促销活动所支出的媒体广告费)。作为顾客，当听到自己经常购物的超市拿出赢利的千分之几捐建了一座希望小学、福利院，在春节给孤苦伶仃的幼儿和步履蹒跚的老人送去了节日的温暖，他们肯定是乐于接受并为此而感动的。也许有的超市人会说：现在的竞争是差异化的竞争，这些沃尔玛已经做了，我们就没有实施的价值了。其实，人文关怀的层面是很广的，能横向拓展也能纵向延伸，可做大也可做小，比如，在孕、产妇高峰期义务在社区组织举办一场“育儿教育”咨询讲座，或者是在孩子刚开学的时候向他们限量赠送一些铅笔、橡皮之类的学习小用品，都会让消费者对你的超市有所记

忆。人文关怀，并非只有投入没有产出。沃尔玛的“平价”经营有目共睹，从办公环境到日常消耗，都是能省就省，这与他们每年在公益行为上的大笔投入形成很大对比。沃尔玛相信，自己对所在社区的付出，一定能得到意想不到的回报。沃尔玛介绍：时下的不少厂家和商家为了展现自己企业的实力和良好的经营状况，往往把办公场所、办公设施、交通工具及其他办公用品设置配备得豪华、高级、气派，似乎不如此就显得落伍和没有经营“眼光”，生意就没法做了。其实企业的发展和经营状况与办公场所之类的豪华与否没有多少联系，关键还是管理得好与坏。“沃尔跃”是世界闻名的以零售业为主的商业集团，在沃尔玛，消费者可以买到日常生活所用的所有物品，大到家用电梯，小到针头线脑。其所售的商品价格合理甚至低廉，很少发现有超过其他商场的商品，因此利润极低。想赚大钱之人很少涉足零售业，因为干这一行根本不可能在短时间实现赚钱的目标。但是，沃尔玛却给了世人一个奇迹，它所拥有的财富已远远超过了世界首富比尔盖茨。在著名的《福布斯》杂志上，沃尔玛出人意料地排在了第一位。许多经济学家都想解开沃尔玛的成功之道，但结果却平淡无奇。沃尔玛的成功归结到一点就是：“吝啬”。有一位记者曾经隐身于沃尔玛作过一个蹲点调查。他看到沃尔玛商场富丽堂皇，但是记者没法找到沃尔玛管理层办公室，发现办公室十分简陋，而且空间狭小，光线也不好。他认为这可能是个别现象，他没法找到沃尔玛在城市中的总部，总部的办公室简陋得更令他惊讶，这间只有十几平方米的办公室，挤在许多商铺之中，如果没有招牌的提醒，很难让人相信这是堂堂“沃尔玛”的办公室。除了办公谢谢简

陋外，记者还发现“沃尔玛”的办公室里使用的纸都是双面使用的，在其他公司里是极其罕见的。记者在调查中还发现一个奇怪的现象，就是一旦商场进入销售旺季，办公室里的从经理到所有的管理人员全部到了销售一线，他们担当起搬运工、安装工、营业员、收银员等角色。这样的场景一般只会发生在一些小公司里，而且其行为常常被人视为“不规范管理模式”，但在沃尔玛这样的大集团中却司空见惯。沃尔玛赢在节约和“吝啬”。许多经营者也许都知道节约可以创造财富，但是很少有人像沃尔玛那样一以贯之，并且让“吝啬”成为公司一种经营理念。在创富的道路上，我们听到过许多理念，但沃尔玛创造的巨大财富告诉我们，创富有时不需要太多太复杂的理念和模式，创富的道理和途径其实很简单。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](http://www.100test.com)