

记录。同时,完善VIP卡积分、兑换积分、消费统计和网上查询积分等功能,加强与VIP客户的沟通,通过开展高品位的客户专场活动,增强VIP客户对解百集团的忠诚度,锁定目标消费群。

目前,解百集团的消费结构发生了明显变化。在有消费记录的6.2万名VIP客户中,25岁以下的客户占14%,26~35岁的客户占33%,36~45岁的客户占30%,46~59岁的客户占17%。2009年VIP客户平均客单消费为658.90元,比上年同期增长11.4%;信用卡消费占商场销售比重50%以上,VIP客户消费占商场销售比重的35%,比上年同期上升15个百分点。

三、营销系统

为适合多变的营销方式,提高市场占有率,公司采用灵活多样的促销方式:“满送满减”营销随意组合、VIP卡积分随结随兑、换卡积分直接转换新卡、促销时段双倍积分、积分送礼、积分抽奖等,开展个性化、有针对性的营销。公司开发了新系统支持完成繁杂计算模型,提高营销的精确性。

四、POS-MS系统软件功能的开发与完善

1. 在财务管理方面,建立“进价管理,一级核算”的管理模式,更直接、客观地反映商品经营的真实状况,达到库存、进价、单品的实时管理,销售、盈利的实时反应,规范财务管理流程、节约管理成本的目的。此外,还专门增加了预算管理系统,满足对费用预算进行控制和管理的需要。

2. 在对各部门进行经济指标考核的同时,建立相配套的考核体系,细化各项管理指标,使各项管理制度得到贯彻落实,充分体现了精细化管理的理念。

3. 对前台收款系统及时做了软件调整,如对VIP客户的升级满减、打印停车费、增加收款机统计顾客信息等功能,及时满足营销活动不断变化的需要。

4. 在合同管理系统中,对供应商的资质、合同进行有序管理,提高了监控和管理力度。公司通过先进适用的计算机系统,为供应商提供便捷的网上结算和信息化服务,使供应商可以随时查

询自己的产品在解百集团的销售情况,提高其对市场的应变能力。同时,该系统也为公司带来了一定的收益。

五、开辟电子商务领域

2000年11月,解百集团率先在浙江省开设企业网站,开始向电子商务领域进军。解百网站在运营中不断完善,于2005年11月完成改版和升级,建立起一套以企业形象宣传为载体,以营销信息发布为中心,以网上客户服务系统为辅助的企业综合类时尚网站。该网站已经成为传递公司各类时尚信息和对外展示形象的窗口,较有效地实现了网络这一第四媒体的功效。同时,公司以在线服务和论坛互动为手段,建立网上客户服务系统,接待并处理各类咨询及售后服务,与客户进行多渠道的沟通,提供更到位的个性化服务。未来公司将对解百网上商城系统进行改版,增加网上支付功能,使之符合“金鼎百货”的申报标准。■

(作者系杭州解百集团股份有限公司副总经理)

责任编辑 李斐然

● 词条

BPM

BPM (Business Process Management), 即业务流程管理,是一套达成企业各种业务环节整合的全面管理模式。BPM涵盖了人员、设备、桌面应用系统、企业级Backoffice应用等内容的优化组合,从而实现跨应用、跨部门、跨合作伙伴与客户的企业运作。BPM通常以Internet方式实现信息传递、数据同步、业务监控和企业业务流程的持续升级优化。业务流程管理的方法包括:①面向工作流的BPM,旨在优化业务流程中以人为本的活动,包括活动监控和流程治理。②面向文档的BPM,当文件穿过工作流时,追踪文件的去向及其变动,维护文档记录的可靠性、安全性、可用性。③面向业务规则的BPM。④面向企业应用集成的BPM。BPM的实施策略是:①确定BPM项目的轻重缓急。IT组织以及来自每个业务部门重要的利益相关者应当就项目的轻重缓急达成一致,所选项目不仅能给单个部门直接带来好处,还能给多个部门或者整个组织直接带来好处。②确认BPM试点项目。所选择的试点应当直接支持企业最紧迫的战略目标,无论是提高客户服务、更快地推出新品,还是缩短流程时间以获得竞争优势。③成立亲合团体。亲合团体是指共享流程、文档/文件和数据的部门,譬如有着共同管理职能的几个部门,如财会、营销和客户服务部门。这些部门或者业务单位可以重复使用流程的相同部分,从而能够获得跨部门的流程效率,降低实施、支持及培训成本。④进行必要的组织变化。⑤赢得企业上下的广泛支持。