

寻找“短板”箍紧“桶” 百尺竿头再攀新高度

勇夺桂冠的百姓装潢瞄准新的“第一”

透 视 镜

金牌顾客，日暮不息——上海家装行业首度推出的“上海市家庭装潢行业2009~2010年度五星级企业客户满意度前十名”评比刚刚排座次，百姓装潢从全市29家企业脱颖而出获评为五星级的家庭装潢服务企业，跻身“前十”。最终又力克群雄，在“前十”的非非们逐上扳得头筹。向“客户满意度”榜首，无疑更可归功百姓。

好汉不提当年勇，成績只能说归过去。早在年初召开的百姓装潢公司年度会议上，总经理李永海就向与会的公司领导班子及全体员工隆重宣誓重申下达新的动员令，且看其报告的粗口就很有意思——“重塑形象，内强品质，和衷共济，再创辉煌”，百姓装潢从上海家装行业到今非一家由匡正集团控股的家装公司，差还是老东家，此番夺魁，无疑再度证实匡正的雄风犹在。形势上望，品居已臻，深谋远虑的李永海，较有洞见的东“声闻”。

“长子”里再找“矮子”
同样需要执着与真诚

日月从公司召开年度会议的1月做到而今的5月底，有关“创”的动员和誓师，虽然只从公司领

导干部层日常使用最为频繁的那个用词里，即百姓装潢房顶已早有成效。对这个原本在美日留学专家彼得提出的“短板理论”，亦称“木桶定律”，正如人有自身的最长与最短。所谓“短板”，对已经夺得“第一”的百姓装潢来讲，如今要上了竿头再攀新高，或者说要迈向新的“第一”，那就必须“长子”找出矮子”。

就“矮子”，对“谈笑凯歌还”的成功者来讲，无疑更是有“众生平等”的美名乃至真诚，才让首次进行的家装行业“客户满意度”测评，主席测评的是公正的第三方权威机构，测评项目涉及量达二、三十个方方面面，最终还要经受专家组等多关层层的检查验证。百姓的夺魁，归因在施工质量、企业诚信、服务质量和人员素质的测评等级上为成功突出，“连市晋级”让百姓装潢跃然——相对薄弱的项目和测评数据，就是企业的短板：

争创诸多新的“第一”
重中之重是协力同心

百姓装潢不屑“欠薪”，力求百姓第一的百姓人，三不足，永不屈，如今为老百姓和市民群众而寻找的“短板”，首先管恭心交中。本版今天适时刊出的《打铁还需自身硬》，对现场施工人员、对施工机械设备的完好率、对监督检查，以及施工现场管理和安全文明施工的检查。

【配套供应商】百姓装潢对“配套供应商”，无疑是此渠道的供货厂商几乎均属百姓装潢的“嫡系”机构和人员，但在百姓人看来，却并非“一荣俱荣、一损俱损”，因为任何环节质量的瑕疵和服务态度的闪失，都可能给“百姓装潢”品牌形象竖立上半块污点。为此，由百姓装潢采购部主持，分别就百姓装潢采购部的“采购部门”和“服务理念”两大方面，严于律己，挑机找茬，寻“短板”，也有了百姓装潢的“约法三章”——

■令行禁止出台配套供应商的入选“门槛”和评价标准

【选择标准】须经过质量管理体系第三方认证：价格优势须包含满足顾客要求的质量能力，以及满足合同工期的能力；采购部门：采购部门分值，乍考核累计计分达到一定值者，将被取消合作出离而终。

【评价标准】须具有有效营业执照、资质证书及施工许可证；能通过百姓装潢对更多的承诺：能满足配套工程要求的归类技术力量；承担责任并具备工程上质量服务达标；顾客有要求时，可提供相关产品有效资料；配套商家有健全的机制和机构、配套施工队伍及较专业的专业施工队伍。

■从难从严三令五申配套供应商的工程和服务质量要求

【配套工程施工现场管理要求】须不打不打地完成对材料、半成品、设备；对施工工

之贯彻《磨刀不误砍柴工》两篇文章，其实则是百姓装潢为提高以片瓦一线麻，队伍为上精养修整体的“大客户服务意识，以及提高配套供应商产品和施工质量、量化其服务质量而制定出台的“约法三章”。

阅读一下就不难从这些规则、规定、制定的字里行间，深感到百姓装潢为百姓而本雨绸缪穷极机智的拳拳之心。就百姓装潢的公司六面倒制而言，不过二、三十号员工，但涉及的项目施工二层而，仅和相关的分包人员就达2000多人，而相关的配套供应商则不下几百家，涉及的方方面面而施工人员也逾千人以上，如“天罗地网”，但均属“编外”，如何才能“集众与共”，以共同的价值观去协力同心地争创新的“第一”？无疑可归其中之工

“体制内”牵手“编制外”
全凭自身独特企业文化

纲举目张，如何才能不致让“体制内”员工上下同心聚精会神地打造“家装服务第一品牌”，同时又让“编制外”的劳务施工队、北京供应商、施工人员也能与百姓装潢同心同德，心往一处想，劲往一处使，达成“责任共担、损益同利”的共识，秉承共同发展的宗旨，恪守顾客的利益、百姓的利益高于一切的企业信

念呢？百姓装潢当家人如此信心满满，是因为历经18年艰苦创业的风雨历程，公司已根深蒂固地打造了自己独创企业文化。

百姓装潢的“企业文化”，本报今天专门予以介绍。相信市场经营商业意在欲横流，但无论是一家企业还是一个社会自然人，都需要有一点精神的。百姓人的“建党”中生扎根于对“百姓第一”的不懈努力和追求之中。巨变也体现在其“企业文化”说“约定俗成”的企业哲学（“把百姓作为‘百姓’的一切出发点和归宿，在为百姓中创造出‘百姓’的辉煌”）；企业宗旨（“为民办实事，让民得实惠”）、企业使命（“与您共创美好家居生活”）。企业理念（“有限空间，无限关怀，百姓装潢，服务到家”）之中。

不管是夺金奖还是摘银奖
顾客满意就能获企业重奖

“会杯银杯最佳，田径金牌，会奖银奖追求百姓金奖”，相信了解百姓装潢，抑或曾牵手百姓装潢的广大小业主以及装饰业者，自然不对百姓人的这句座右铭一触即发，然而司空见惯一提的是，除了社会效益和行业质量标准的金杯银杯，百姓装潢内部分许为百姓颁发的“金奖银奖”同样让人感慨也发人深省。例如

公司设立的“追求百姓第一金奖”奖项，每份奖金须捐善款5000元，然而得以来自此项大奖的，竟然是然只一项小小的“合理化建议”。

但此项建议却关乎于家的施工班组。某些施工班组在施工现场容易发生松懈，若想防止就得关进施工现场，但一来一去往往得耗时半个工日，虽然要简施工后延。有施工队为之琢磨出十制火炮，顺利解决了这个现场切割的难题。公司领导获悉后，决定授予金奖，奖的就是员工能吃透了并很好地贯彻了百姓装潢的“追求百姓第一”的企业精神——“顾客的满意就是我们‘百姓人’的第一追求，在为顾客的服务中，不断创新，实现企业自身价值”。

苦练内功壮志为水，除却巫山不是云。百姓装潢已一年多前创业伊始，百姓装潢所肯定过年服齐且余，即“百姓装潢为百姓，给我一杆新枪，还你一身好武”，其后又不断夯实和发展，先后推出过“为民办实事，让民得实惠”、“用心、省心、放心、舒心”的“百姓第一”等内核口号，最终确立起“追求百姓第一”的企业精神。回首企业义无反顾的闯关夺隘之举，完全有理由相信，百姓装潢内部分许为百姓颁发的“金奖银奖”同样让人感慨也发人深省。例如

百姓装潢
内攀新高

百姓装潢总
经理李永海经常
发动公司干部和
员工在成绩
面前找差距，严
格企业督军，“短
板”外修形象，
内钻品质，礼表
经济，再塑辉煌，
不断夺得新的
“百姓第一”。

图为座谈会
现场喝茶
申榕 摄

百姓装潢采购部强化配套供应监管措施纪实

打铁还得自身过硬

【不合格品的处分】出现一次不会容忍的，进行整改及教育；两次出现不合格品的将要经济处罚；凡出现三次以上，直至不合格品的，取消合格配套供应商资格。

【配套工程工期要求】由于配套商的原因造成工期拖延必须由配套商承担；连续几个工程不能按期完成计划或者影响总工期不能抢回的，取消合格配套供应商资格。

【配套工程出现不合格品的处分】出现一次不会容忍的，进行整改及教育；两次出现不合格品的将要经济处罚；凡出现三次以上，直至不合格品的，取消合格配套供应商资格。

此外，但凡不服从百姓装潢有关指令有造成损失的，均由配套供应商承担全部责任，后果严重者追究刑事责任。

■未雨绸缪防微杜渐全方位强化配套供应商服务理念

要求能以“百姓人”为本，以“百姓人”为荣，与百姓装潢步调一致地提供优质好服务，共同提高市场份额占有率。全体配套供应商均为客户提供全方位的计划、预算、制造、送货、安装、保养、维修的全流程技术支持与咨询服务，一级服务体系，以“4S”服务模式为榜样，让客户的车当成自己的车去开。

海伦

本版主持 傅鼎雄
美术设计 杨睿涵



磨刀不误砍柴工 “百姓人”谈“文化”百姓的服务理念

家装奇葩

●企业精神:追求百姓第一
顾客的满意就是我们“百姓人”的第一追求，在为顾客的服务中，不断创新，实现企业自身价值。

●企业理念:有限空间，无限关怀，百姓装潢，服务到家

在家居装潢的有限空间中，以“服务到家”的理念为顾客提供无限的关怀。

●企业宗旨:为民办实事，让民得实惠

●企业使命:与您共创良好家居生活

●企业哲学:把百姓作为“百姓”的一切出发点和归宿，在为百姓中创造出“百姓”的辉煌。

达人

热点追踪

●21世纪即“三C”时代:竞争(competition)、变化(change)、顾客(customer)

●顾客永远是对的:顾客对我们爱之至，失去顾客=失去一切；不是顾客依赖我们，而是我们依赖顾客；

顾客是公司存在的目的和意义所在；顾客为我们提供了服务和生产机会；顾客理应得到自己想要得到的。

●你这一行就是为顾客服务的：将此信念付诸行动，顾客必将给你回报。

●服务过程中的不同角色:为顾客服务时，你总在担任不同的角色。你必须掌握服务技能，及时调整心态，以适应不同的服务角色。

“短板”及其内涵

相 关 链 接

盈水柱是由许多块木板锯成的，这些木板也叫作这些木板共同决定，因为其中若有块木板很短，它就成了盈水柱的“限制因素”，亦称“短板效应”。只要把这块木板锯长，则准有损坏短板或将其板加长才成。这现常被称为“木桶原理”或“木桶定律”，又称“短板理论”，由此通常被延伸扩展——

●最低的木板即其中的部分是没用的

义的，高出越多，浪费越大；

●要热爱写小节的卒士，加高最短的那块木板是最有效也是唯一的方法。

这个门类生物学学家达尔文提出的木桶理论现广泛应用于还有更多启发和延伸。形象的比喻，深蕴智慧和启迪，且许多块木板连成的“水桶”不仅象征一个企业、一个部门、一个企业，也可象征一个以上，而“水桶”的最大容量则象征着整体的实力和竞争力。

动一发而全身，不能以轻心，否则就可能被商场“一票否决”。

紫微

装潢服务轻松网购
主流媒体全程跟踪

62981135
www.zhmpsc.com

上海装潢名牌网上商城

刚德、统力、佳昌、申远、

百姓、云兰、荣欣、聚通、

欧丰和九鼎等多家沪上名牌

家装企业已经加盟网站