

# 未来比拼的将是人才

## ——访中复电讯董事长邵武淳



### 商业服务不能唯结果论

邵武淳日前对记者表示,中复电讯连续五年荣获“北京市十大商业品牌”不是偶然,而是用服务赢得了客户的心。面临建设国际商贸中心城市的服务升级需求,再用传统的服务模式将很难应对。“我们今年工作的重点就是要加强团队建设,并改变传统商业企业的销售与服务模式,让服务质量与销售业绩脱钩,商业服务不能唯结果论。”

邵武淳表示,服务其实是一种过程管理,不能光卖商品,而是要卖好商品。以前的销售模式是强调把商品卖出去,员工的销售业绩也直接跟薪水挂钩,这样就造成了销售人员的急功近利,服务水平不高,营业员也缺乏学习新技术的动力,造成了企业服务质量开始走下坡路。

他认为,商业的核心就是服务,这既包括对下

随着又一个世界电信日到来,通讯行业20多年的发展可以说是日新月异。而在通讯行业发展的历史中,中复电讯却能紧跟产业发展的风向,在经历了数度市场残酷的洗牌后却一直能健康地发展。中复电讯董事长邵武淳日前接受本报记者采访时表示,手机连锁行业的服务大战已经打响,未来服务业比拼的将是人才。

游消费者与公众的服务,也包括对上生产厂商与运营商的服务。服务决定了每个企业在社会中所扮演的角色,企业的真正价值不在于它的规模和财力,也不在于它为多少人做了多少事,而在于许多人共同做事让消费者满意。因此,企业在市场中的生存空间大小、生活环境的好坏、存在的理由都是由它所扮演的角色得到消费者的认可作为标尺。“如果公众认为有你没你都无所谓,那这个企业也就没有存在价值,消费者不会找你,运营商和厂家也不会找你。”

### 机遇更是一种严峻挑战

据悉,从1987年第一部移动电话落户中国,到2010年中国手机用户达7.4亿,手机正逐渐普及并大众化。权威调研机构的数据预计,2011年,国内手机市场零售总额预计增长10%以上。其中,智能手机销量将达4700万部,比2010年增长70%。未来5年,中国手机市场零售总额预计将增至2500亿元以上。市场技术和需求的双增,对手机零售业的机遇

不言而喻。

但机遇出现的同时,也是更严峻的挑战。有关专家表示,尽管现在买手机的地方有很多选择,可以上连锁卖场,可以去专卖店,还可以上网“淘宝”,然而中国的手机消费者仅享受到了科技带来的沟通便利,却没有享受更多人性化的服务。因此,手机零售企业的角色从卖产品到卖服务的过渡已成为必然。

邵武淳表示,流通领域是受限于生产领域的改变而改变的,手机零售商发挥的功能绝不仅仅是将产品传递到消费者手中,尤其是智能机崛起、3G应用扩张、三网融合的背景下,它应该担负其消费者使用及信息顾问的角色,这也正是传统手机零售商的软肋之处。“以往的零售商不论是营销理念还是专业技巧几乎没有。在这个变革期,谁能够及时地转变角色,调整思路谁就胜出,优胜劣汰,这只是时间问题。”

### 未来比拼的将是人才

中复电讯在20年的运营中,正在健康地进行扩

张,如今其中更多的网点正在向社区挺进。同时各种各样的特色店,如外语店、折扣店、真机体验店等将给用户带来最人性化、最方便的服务。

邵武淳认为,未来服务业比拼的将是人才,手机连锁行业的服务大战已经打响。因此,如何稳住现有的骨干员工,如何吸引更优秀的人才也就是中复未来几年发展的重点。

他提出的商业服务不能“唯结果论”,本身就代表了中复电讯未来的思维与运作模式,如何提高员工的保障性收入,如何让员工的收入与服务挂钩正成为这个健康成长企业的新课题。

邵武淳最后表示,只有积累大量的服务性人才,中复电讯才能继续提高服务水准,拓宽经营领域,形成一个规模更大、覆盖更广、系统更完善的专业化零售网络。同时中复电讯未来将进一步向社区深入,向郊区辐射,以便更多的消费者能就近购买所需商品,并享受到中复电讯的高品质服务。

本报记者 金朝力/文中复电讯供图

· 资讯 ·

## IBM 首席执行官彭明盛清华大学演讲

IBM公司董事长、总裁及首席执行官彭明盛日前做客清华大学,发表了主题演讲。2011年是IBM诞生100周年,其将与世界各地著名的大学举办一系列讲座和对话活动,共同探讨在过去的100年中世界发生了怎样的变化,以及未来世界的发展趋势。清华大学是IBM在中国重要的一站。

回顾这家世界百年老店和中国百年名校的历程,不难发现其中的相似之处,特别是它们都专注于对核心价值的秉承和坚持、对人才培养的重视和投入。

## 华为与英国最大移动运营商签约

华为近日宣布与英国最大移动运营商——Everything Everywhere(以下简称“EE”)签署SingleRAN GSM全网网改合同。该解决方案将助力EE全面升级其在英国的GSM网络。网络建成后将覆盖英国全境,为EE用户提供高质量的通信服务。

华为SingleRAN GSM解决方案,能够使EE的GSM网络在现有基础上实现包括容量和覆盖在内的整体网络性能的大幅提升,网络运维效率、TCO(总体拥有成本)也得以显著改善,升级后的GSM网络,不仅能带给EE用户更好的业务体验,同时还具备面向LTE的演进能力。

## 爱佑华夏加入百度公益开放平台

国内首家非公募基金会爱佑华夏慈善基金会日前(以下简称“爱佑华夏基金”)联合百度公司举办了慈善晚宴。较早前,爱佑华夏基金也加入了百度公益开放平台,通过互联网的开放平台,为基金会及旗下爱佑童心等公益项目在全国范围进行免费推广。

据悉,百度公益开放平台旨在为全国公益组织提供免费推广,将公益组织的官方权威信息及资源与公众直接对接,为公众了解公益信息提供便利;目前已有包括中国扶贫基金会等首批公益机构加入。

## 用友畅捷通精英伙伴俱乐部成立

在用友旗下畅捷通软件有限公司(以下简称“畅捷通”)第100万用户诞生之际的同时,畅捷通精英伙伴俱乐部日前正式成立。畅捷通精英伙伴俱乐部的正式成立,表明专注于中小企业信息化服务商的畅捷通,不仅赢得了百万用户的认可,也赢得了业内众多精英伙伴的鼎力支持,奠定了畅捷通在管理软件领域的领导者地位。

据悉,畅捷通精英伙伴俱乐部,是以畅捷通为平台精选全国优秀伙伴代表共同组建。

## 思科推出全新云安全解决方案

思科日前宣布推出全新解决方案,继续增强分支机构的移动性和安全性,同时无需分支机构增加硬件,更不会增加支持负担。借助云部署模式,思科的全新解决方案可带来卓越性能和出色运营效率,能够全面满足依靠现场IT支持的分支机构环境的需求。这些解决方案消除了与分支机构硬件相关的部署、管理和运营负担,可帮助用户显著减少支出。

此次思科推出全新解决方案包括Cisco Flex 7500系列云控制器、ISR(集成业务路由器)云Web安全解决方案。

## 激动网原酷6网营销总经理陈军加盟

原酷6网全国营销总经理陈军于近日正式加盟激动网,全面主管激动网旗下广告业务。陈军于2010年出任酷6网全国营销总经理,负责酷6视频平台广告售卖及新型广告产品开发和销售工作,在此之前,曾任优酷网销售副总裁。

资料显示,陈军毕业于上海复旦大学,曾先后在中央台国际电视总公司、中视金桥国际广告公司等担任要职,在媒体广告发展与营销管理方面有着丰富的经验和独到的见解。陈军加盟激动网后,将发力新型广告产品的开发与销售。

本报记者 吴辰光/整理

## 投影机市场再起波澜

# ASK联姻佳杰科技重返国内市场

沉寂的国内投影机市场迎来新的看点。国内ICT(信息、通信、技术)分销商领军品牌佳杰科技将与来自欧洲的老牌重量级投影机厂商ASK正式签订市场战略合作协议,并在本次发布会推出ASK 2011年8款新品,正式打响进军国内投影市场的枪声。

据悉,ASK作为欧洲投影机品牌,以严谨的态度对待产品各项细节,不论外观、使用体验还是产品质量都为其品牌积累了良好的口碑。虽然因为品牌合并及经济危机等原因近两年在国内市场暂时陷入沉默期,但ASK优质的产品价值已经为其积累了众多忠实客户。

近年来,ASK动作频

繁,首先是全面积极布局投影产品线,推出四大系列投影机产品线,分别是传统商教系列、高亮工程系列、短焦投影机系列以及LED光源投影机系列等。接着是不断加强与合作伙伴的联系,先是与国内知名的IT分销商佳杰科技联手,共同耕耘国内市场;随后是在3月与知名电子白板厂商建立战略合作

伙伴关系,双方就ASK短焦投影机 and 天士博电子白板进行捆绑销售,意图在短焦投影产品线上实行强强结合。

此次ASK再次进驻中国,并瞄准高端市场,选择国内知名分销巨头佳杰科技作为战略合作伙伴,就是希望借助佳杰科技连续九年国内第二的ICT分销商地位,能够迅速帮助

ASK投影机在中国投影市场实现突破,可以说佳杰科技是ASK中国战略的强大后盾。

有关专家表示,ASK此次布局中国市场,为国内用户带来了更多选择,在中国市场原有的良好口碑、完整的产品线和精工制造的传统都将成为其争夺高端投影机市场的有力武器;有实力的投影机代理商佳杰科技拥有强大的渠道分销能力,成为ASK在中国市场的独家渠道商和分销商,二者此次强强联手将有望给中国投影机市场带来一场业界革命。

本报记者 金朝力