

招聘启事满大街

鹰城商场、店铺用人紧缺

本报讯 春节前后,随着外来务工人员返乡,鹰城各大商家纷纷出现了用人紧缺的情况。近日,笔者从我市多处繁华地段的店铺与市区几家大型商场了解到,虽然已到4月份,但商家显然还没有“缓过来劲”,缺人问题依然存在。

**人手紧缺,服务质量降低
顾客抱怨、店员叫苦**

市民陈女士在和平路步行街一家服装店看中了一件衣服,由于号码不合适,她打算让销售人员拿一件她穿的号码,但等了很久才有销售人员上前为她服务,这让陈女士很不高兴。

面对顾客的抱怨,销售人员也纷纷叫苦,一家服装店的销售人员告诉笔者,原本她只用应对1名顾客,但现在由于销售人员不够,她有时要同时应对3至4名顾客,工作量比之前增加了好几倍。“有时候冷落顾客也是没办法的事,的确抽不出身。”销售人员说。

在和平路步行街经营服装店的张女士在接受笔者采访时表示出了无奈。她说,每个商家都不愿意看到顾客被冷落,但人手不够的确没有办法,现在只求能留住现有的员工,减少人员的继续流失,尽量提高对顾客的服务质量。

招聘启事满大街

商场、商铺招人标准降低

“急聘:招销售人员2名,店长1名,待遇优厚”“招聘:销售人员3名,工资面议,奖金、提成另算”……3月29日下午,在市区和平路步行街,笔者发现几乎每家店铺门前都摆着“招聘”的信息牌。在招聘的信息中,笔者留意到,不少店铺放宽了招人标准,大多店铺只要了招聘人员的性别与年龄,应聘者的身高与有无销售经验等不再成为“标配”。



不少商家在显眼位置打出招聘广告。 本报记者 李英平摄

在和平路步行街的一家服装店内,店老板王先生正与销售人员一同招呼进店顾客,虽然进店的顾客并不多,但王先生仍忙得满头大汗。据王先生介绍,原本该店内有6名销售人员,应对顾客绰绰有余,他平时只需要时不时进店看看就行。过完年,有3名销售人员辞职。虽然他也想了很多办法招人,但至今仍没有人来应聘,为了填补空缺,无奈之下他只好也来店里凑个数。

在另一家服装店,店老板李先生告诉笔者,虽然他店里人手刚刚够用,但为了避免突发员工辞职的情况,未雨绸缪,他也打出了招聘启事。李先生说:“如今的年轻人比较浮躁,动不动就喜欢跳槽,员工辞职后,招人比较困难,不敢再要求身高、年龄、有销售经验,现在只要有人来应聘就行了。”

与街边店铺一样,我市的各大商场也成了人手紧缺的“重灾区”。笔者从双丰商城、鹰城世贸广场、丹尼斯百货等几家大型商场内了解到,有30%至40%以上的专柜都打出了招聘启事,其中销售人员占招聘类别的80%以上,招聘条件同样比较宽松。

一位商场有关人士告诉笔者,销售行业人员的流动性比较大,容易出现人员的流失。再有就是销售员工资待遇与业绩挂钩,在销售行业整体不景气的情况下,员工工资增幅范围受局限,也会使部分人员脱离销售行业。目前大多商场能做的就是打出“感情牌”,加速对新员工的培训,同时提高老员工的福利待遇,留住员工。

用人紧缺有望5月缓解

工资待遇将成留人关键

那么究竟如何才能缓解用

人紧缺的现状?行业有关人士告诉笔者,一般情况下,销售行业用人紧缺在5月份有望缓解。因为这个时间错开了1至3月的春节返乡高峰,也错开了3月至4月的各大企业、学校等大型招聘时间段,加上5月时,整个销售行业会逐渐“回暖”,不少待业者的目光会转向销售行业。而商家也在经历了之前几个月的“淡季”后,薪水待遇等方面也会有所变动,招聘新人员也就相比之下容易一些。

有关人士说,在没有选择跳出行业的情况下,多数销售人员会选择在同行业之间流动,只是会不断地参考、选择适合自己的商家,这样做无非是想让待遇更好些。因此,工资待遇、商品市场前景等因素将成留人关键。

(张五阳)

参与“3·15嘉年华商超调查”问卷的市民:
**请抓紧时间
领取礼品**

本报讯 自上期本报刊登“3·15嘉年华商超调查”问卷领奖信息后,不少参与问卷调查的市民已经领到了礼品。近日,笔者通过工作人员了解到,领奖将于4月17日截止,请没有领取礼品的市民抓紧时间。

据了解,此次领取礼品活动将于4月17日截止。到目前为止,已有超过半数的参与者领到了礼品。礼品的领取方式比较简单,凭参与调查者本人身份证,周一至周五的上午9点至12点,下午2点30分至5点30分到平顶山日报社院内后4楼408室登记领取,希望参与商超问卷调查的市民千万不要错过。
(张五阳)

**“3·15嘉年华商超调查”回访
双丰商城、双丰百货中心店:**

**全面提升市民
购物舒适度**

本报讯 自本报推出“3·15嘉年华商超调查”问卷后,共有近700名市民参与了此次问卷调查。众多市民不仅选出了心中最满意的商场与超市,也给出了不少好的改进建议。4月1日,针对市民所提出的建议,排在“市民最喜欢去的商场”前两位的双丰商城与双丰百货中心店表示:接受市民建议,并将全面提升市民购物舒适度。

据该公司商场副总经理赵西霞介绍,双丰公司旗下的双丰商城、双丰百货中心店始终坚持让顾客“舒心、放心”的原则,在服务上让顾客舒心,在经营上让顾客放心。为了能贴近消费者,该公司经常进行市场调研,通过消费者的建议使商场文化氛围、商场促销活动深入人心;在商品种类与价格上,也引进了许多最符合市民消费水平的商品,赢得了不少市民的赞誉。因此,双丰公司的两大商场才广受市民青睐。

在应对市民所提出的改进建议时,赵西霞表示接受。她告诉笔者,在如今电商泛滥的情况下,市民所提出的建议,无疑是为了让商场更加具有竞争力,也为实体店今后的发展指明了道路。双丰公司将针对市民建议进行改进:增添顾客免费服务,如免费为顾客鞋子上油、维护等内容。同时还将增设儿童游乐专区,并提供更多的市民休息区。在商品的种类上,也会引进市民所需求的品牌,并且积极改进内部装饰等购物环境,营造节日文化氛围,提高市民购物舒适度。

(张五阳)

户外骑行、出国旅游、野外踏青、风筝手绘 鹰城商场热衷互动式营销

本报讯 如今,在电商迅猛发展的情况下,商场传统的“打折、特价、积分”已经不足以吸引更多消费者的目光。近日,笔者从我市多家大型商场了解到,为了应对电商的冲击,并在同行业竞争中占据优势,不少商场创新营销手段,从传统促销改成更注重体验和互动性的活动,以此来拉拢人气。

线上召集,线下参与

鹰城各大商场互动性活动增多

虽然天才是清明节,但市区几大商场早已“硝烟四起”,除了固有的“价格战”,今年的商场促销活动在内容及方式上也出现了变化。3月30日,笔者通过走访市区丹尼斯百货开源店、双丰商城、鹰城世贸广场等几大商场

了解到,为更具竞争力与吸引力,各大商场纷纷跳出了“老掉牙”的促销模式,改为通过商场微信公众平台与实体店共同配合,线上召集、线下参与,一系列参与性、互动性较强的活动出现在市民的眼前。

其中鹰城世贸广场清明节时将为市民举办第二届风筝节,现场不仅有风筝协会的风筝展示,市民还可参与现场风筝手绘比赛。除此之外,该商场还会组织VIP会员进行省内踏青一日游等诸多参与性活动;丹尼斯百货开源店在清明节时将举办“预防雾霾,绿色出行”的百人骑行活动;双丰商城则是顾客购物满一定金额后,可参与“泰国曼谷加芭提雅5晚6日游”的豪华大抽奖。这些或免费参与或购物附送的商场活

动,给足了市民优惠。

商场卖力想点子

消费者买不买账?

“俺来报名参加现场风筝手绘比赛,现在还可以报名吧?”3月31日中午,在鹰城世贸广场活动报名处,市民李先生报名参与了该商场组织的现场风筝手绘比赛。而在丹尼斯百货开源店一楼“骑行报名”服务台,市民陈先生也报名参与了该活动。陈先生说,如今商场的活动越来越有特色,现在进商场不仅是购物,各类活动也让老百姓乐于参与。

据商场报名处的工作人员介绍,商场所开展的一系列参与性活动,市民报名热情很高,有不少报名者是以家庭为单位报名的,而从接受报名开始,每天进店的市民也明显增多。

体验式、参与互动性促销

将成为今后商场的发展方向

“现在消费者对商场打折等促销方式越来越厌倦,举办这类参与性、互动性强的活动可以有效增加顾客的新鲜感。”3月31日,鹰城世贸广场企划部郭先生表示,顾客参与到活动中,对商场的认同感就会增强,通过给予顾客更多的福利性内容,使顾客的购物心态产生良性变化,会提高顾客对商场的忠诚度。

郭先生说,与电商不同,实体商场的优势在于能够与顾客面对面沟通。实体商场有电商所没有的购物体验,通过互动式营销,增加顾客的购物体验,也是今后面对电商冲击,实体商场的主要应对措施。

(张五阳)

语言作为当今社会人与人沟通、交流的重要桥梁,作用不可小觑。如何把孩子培养成语言优美、气质优雅、逻辑顺畅的人,让他在以后的学习、生活和工作中拥有更强的竞争力,在人群中出类拔萃?这是家长们尤为重视的事情。

苗青语言艺术培训中心是由汉语语言文学副教授、国家级普通话测试员、全国朗诵骨干教师苗

苗青语言艺术培训中心:

专业语言培训,让你能说会写

青创办,是全国语言艺术考级定点单位。十一年来,为社会培养了大批汉语语言专业人才,很多学员在该中心学习后,口头表达能力、播音主持能力、写作能力等有了长足的进步。

今年该中心为适应国家语文教学改革的需要,特别开设了国学经典诵读、少儿口才主持、演讲与口才集训、中高考播音主持、“一对一”赛前提高、阅读理解与作文等课程,使学员全方位地掌

握汉语,提高汉语语言的综合运用能力。

该中心的宗旨是让孩子从小接受专业、正规、全面的汉语言艺术学习。为保证教学质量,让每个孩子课堂上都能有单独练习时

间,该中心实行小班化教学,每班不超过12人。教学中,老师针对每个孩子的特点因材施教,使学生在最短的时间内发挥无限的潜力。

招生范围:5周岁以上小朋友、在校生及成人。上课时间:周六、周日上午,每周一次,一次两个小时。上课地点:平顶山教育学院园丁校区。欢迎各位学生、家长试听。电话:13849583001。

(邢晓蕊)