

伊利让消费者足不出户享用健康乳品

文/北方新报正北方网记者 郑慧英

新年伊始,一场突如其来的新冠肺炎疫情打破了人们的生活节奏,许多城市按下暂停键、社区封闭或半封闭,人们的出行受到限制。新冠病毒没有特效药物,增强免疫力成为疫情防控期间居民的重中之重,而牛奶是提升免疫力的佳品。

为了满足消费者对牛奶产品的需求,为全国人民提供充足的营养物资保障,伊利集团上万名员工坚守岗位,坚持“疫情防控”和“供应保障”两手抓。同时,伊利积极转变营销模式,消费者在哪儿服务就在哪儿,顺应消费者的需求变化,迅速制定线上订服务,为减少外出采购的消费者提供免费送货上门服务,还将产品投放到小区门店,让居民在家门口买到安全健康的产品。

牛奶送到家门口

“2月25日,我从微信群接龙上订购了两件安慕希香草酸奶、两件金典有机高端畅饮纯牛奶、两件QQ星KHA纯牛奶,第二天伊利的工作人员就把产品送到了小区门口,服务真的很棒,也让我感受到了浓浓的暖意。”2月26日,呼和浩特市赛罕区富恒花园的郝女士告诉记者,家里人多,每天都有喝牛奶的习惯,但是由于疫情受限,她们家半个月才去一趟超市,因为要买的

东西多,加上牛奶又重,所以很发愁。前几天,她在微信朋友圈看到了这个微信群接龙可以订购伊利牛奶,不仅有买一赠一的优惠活动,还免费送货上门,所以她就用手机下了单,没想到这么方便。

2月27日9时许,呼和浩特市大学东街维多利超市的伊利产品售卖区,4名伊利导购人员各自忙碌着,他们有的打电话核对订单,有的正在打包订单中的产品……这里是伊利线上订购服务的其中一个产品配送点。“每天上班后,我们会第一时间把前一天微信群接龙派给我们的订单打印出来,然后挨个打电话核对,核对完后配货打包。等一切准备就绪,其中3个导购员就出发开始为消费者送货,近一点的小区骑电动车,远一点的小区开车送货。”该超市的伊利导购员赵彩虹在接受记者采访时说,她是骑自己的电动车送货,电动车最多能放2家订单的产品,也就是至少12件产品,她将产品送到消费者手中后,会返回超市取货后继续送货,一天来来回回要跑好多趟,经常忙完已到深夜。但是毕竟人手有限,一旦订单量大了就送不过来。家人看到她们实在辛苦,于是义务加入配送队伍,大大提升了送货效率和消费者满意度。

据了解,在疫情防控期间,消费者线上购物意

愿增加,为了更便捷地满足居民对牛奶产品的需求,2月8日,伊利液态奶事业部、酸奶事业部、冷饮事业部、奶粉事业部、健康饮品事业部与经销商合作,灵活推出线上订服务,通过微信群接龙、扫码下单等多种方式进行销售,为减少外出采购的消费者提供免费送货上门服务。消费者宅在家里不用去超市,就可以通过手机一键下单、送货上门、货到付款,享用营养又健康的伊利牛奶了。

产品覆盖小区门店

此次疫情,大量线下商家停业,商超也控制人流,压缩营业时间,每个小区内或小区附近只有个别蔬菜水果店正常营业,用来满足人们的日常生活需求,然而这些门店多数没有奶制品。为了让居民在家门口也能买到奶制品,伊利科学规划、快速决策,根据市场变化制定了新的销售方案,增加社区零售业务,就是将产品投放到小区内或小区附近的蔬菜水果店,这样居民在买菜的同时就能把牛奶提回家。

2月27日上午,记者在呼和浩特市赛罕区巨海城小区附近的食全食美店内看到,水果、蔬菜、牛奶、酸奶等一应俱全,陆续有居民前来购买。“我家就住在附近,经常到这个店里

买菜,这段时间我发现店里的酸奶种类特别多,也很新鲜,多数都是家里人喜欢喝的口味,每次来买菜我都要买些酸奶回去,很方便。”当日,刚刚结账的李先生提了两个袋子准备回家。

据伊利集团酸奶呼市区域销售人员田毅介绍,疫情发生后,销售部第一时间针对市场现状,制定生鲜、蔬菜等渠道开发专案。然而,这个看似简单的方案执行起来却是困难重重,很多店主担心疫情期间的安全问题,拒绝接受店内入驻新品牌。不过销售人员并没有退缩,而是迎难而上,积极沟通协调,最终经过10多天的努力,成功把伊利产品投放到所有小区及附近的门店。现在,销售人员每天会根据销量进行配货,保证各个门店的产品供应充足。

解决“最后一公里”

“大家有需求,我们就想办法满足大家的需求,大家不方便外出,我们就主动把伊利牛奶送到大家手中”,伊利人是这么说的,也是这么做的。

疫情爆发初期,很多地方封村封路。伊利西安区域咸阳市场的业务员张志强往村镇送货的道路上遇到路卡,为了满足消费者在疫情期间的营养摄入需求,他从村里借来小推车,硬是把一箱箱牛奶送

达了销售终端。2月中旬,伊利奶粉事业部四川雅安甘孜州的城市经理钟璐接到藏族宝妈的一个“求救”信息:因为物流不便,这位宝妈买不到急需的奶粉。了解到宝妈的需求后,钟璐开着车翻越几十公里的盘山路,穿越人烟稀少的地区,最终将宝宝急需的奶粉送到宝妈手中。看到宝妈脸上露出满意的笑容,钟璐觉得自己的辛苦付出很值得。

出于疫情防控需要,很多城市、农村实行封闭或半封闭管理,造成物流不便,各地不同程度出现了牛奶、奶粉暂时性短缺。为了打通最后一公里,伊利一线销售、业务员、奶粉营养师,靠双腿、自行车、电动车、私家车,免费将伊利产品送到社区,送到消费者家门口。

此外,伊利还携手美团,宣传了“伊利即品质,为健康加油”主题活动,结合彼此在市场上的优势,为消费者提供不间断的牛奶供应,保障消费者的营养来源。经过销售部的努力,伊利在美团的销售额及品类份额大幅提升,1~2月,美团点评平台上伊利液奶销售同比增长近400%,伊利液奶在常温品类中的占比也从2019年的48%提升至2020年的80%,跃居美团第一大品牌。

伊利敏锐的市场洞察力、快速的应变能力及高效的执行力是赢得市场及

推动业绩发展的关键,用爱和责任,与全国人民共克时艰。

全力保障物资充足供应

凌晨5点,疫情下的城市尚未苏醒,宅家抗“疫”的人们还在梦乡,印有醒目“伊利”字样的运奶车已经行驶在收奶路上,全自动生产线上的机械手运转不停,遍布全国的一线业务人员也在为配送货物开启准备工作……

早在1月29日,伊利作为首批响应国家市场监督管理总局“保价格、保质量、保供应”行动的企业,就作出庄严承诺:确保价格不涨、质量不降、供应不断,让老百姓在疫情防控时期放心、便捷地享受奶制品。

在做好自身安全防护的基础上,从春节至今,上万名伊利员工坚守岗位,确保原奶收购、加工、质检、物流等各个环节有序进行,全力保障物资的充足供应。

正如伊利董事长潘刚所说,“任何时候,办法总比困难多,越是困难的时候,越是考验我们担当精神、拼搏劲头和创新意识的时候,在这个关键时期,需要全体伊利人着眼大局、万众一心、拼搏进取,一起去克服困难,共同推动行业实现更好的发展。”

列车员张玮晨:我也害怕,但不能退缩!

文/北方新报正北方网首席记者 张弓长

“90”后张玮晨是呼和浩特铁路集团公司包头客运段天津车队乌海四组乘务员,她在T6037次直达特快列车上工作。这趟列车从呼和浩特始发,终到乌海西站,途经包头、临河等站,是内蒙古西部通向蒙东、北京的重要班次列车。

“今年是我在岗位上度过的第八个春节。面对疫情,我和全体乘务组人

员始终值守在一线,为南来北往的旅客提供乘务服务。”张玮晨告诉记者。

轮值时,乘务员的工作是从发车前一日就开始了。她们要提前参加安全会议、到站台列队接车,并跟车入库。等到发车当日早晨,她们早已经投入到紧张有序的列车库内整备工作中。

张玮晨负责3号硬卧车厢,既要检查车厢门窗、

设备设施等硬件,也要叠被子、理窗帘,为旅客创造整洁的旅行环境。等到列车出库,则要投放车内垃圾,整理仪容仪表,做好迎接旅客上车的准备工作。

非常时期,为做好疫情的防控,张玮晨和同事们一起,根据安排部署,平均每隔6~8小时就对列车进行一次全面消毒,力求无死角,不遗漏。列车运行期间,还要对洗手池、电茶

炉、扶手、卫生间等关键部位进行重点消毒。

工作中,张玮晨时刻谨记:乘务中必须戴口罩,查验车票戴手套,勤洗手,登记好职工和旅客发热台账,同时熟知处置流程早发现、早报告、早隔离、早诊治,及时上报信息,保持信息畅通。她随身携带测温仪,随时对旅客进行体温检测。

列车行驶途中,张玮

晨要按时核验车票,提醒中途到站乘客下车,并定期进行安全检查。今年春运期间,张玮晨也加强了个人防护工作。“列车乘务员与乘客接触最多,假若感染而不自知,那就太危险了。做好个人防护,我们必须对广大乘客负责。”这是列车长近期经常强调的话,张玮晨时时刻刻记在心上。

张玮晨说:“我的小孩还小,父母年纪大了,抵抗

力也差,万一没有保护好自己,传染给家人怎么办呢?面对疫情,我也害怕,但是我不能退缩,因为这是我们的使命。我们多消一次毒、多问询一句、多监测一次,旅客就更加平安。”

列车每次平安抵达终点站,张玮晨完成工作后就摘下口罩,深深地呼吸一下清新的空气。短暂的休息之后,她又登上列车,开始了新的征程……