

80后郝嘉掌舵 300亿北京苏宁

“2018年,做好,做第一”

2018年,苏宁要实现新开5000家店目标,交易规模挑战2万亿。作为苏宁在全国交易规模最大的地区,北京成为这场智慧零售攻坚战的“桥头堡”。

1月23日下午,刚刚由苏宁北京易购大区副总经理升任总经理的郝嘉透露,2018年苏宁将在北京地区新开189家门店。“2018年,做好,做第一”,这是出身苏宁“1200工程”的80后新帅提出的新目标。

80后执掌300亿

苏宁北京今年将开189家店

去年12月19日,苏宁智慧零售大开发战略暨合作伙伴签约大会在南京举行,苏宁控股集团董事长张近东正式对外宣布未来3年的门店扩张计划:实现15000家店、2000多万平方米的商业实体落地,苏宁旗下各种业态门店总数将达2万家。其中,2018年将新开各类门店5000家。

近一个多月以来,围绕这一战略目标,全国各地都在不断刷新“苏宁速度”。去年12月29日,苏宁旗下已有100家不同业态的互联网门店在全国各地同时开业;元旦3天假期,苏宁开业门店总数达112家,包括苏宁云店、县镇店、精选店、红孩子母婴店、苏宁小店、苏鲜生精品超市、苏宁体育店等多

个业态。

在苏宁庞大的智慧零售体系内,苏宁易购集团北京大区一年交易规模近300亿元,居于最核心地位。如何力推大开发战略在北京落地,已成为郝嘉2018年的工作重心。

在1月23日下午的媒体见面会上,郝嘉表示,随着苏宁智慧零售大开发战略的推进,北京要在连锁大发展上进行突破。目前,苏宁在北京的店面只有80多家,2018年将在北京地区新开189家门店,涵盖苏鲜生、无人店、苏宁体育店、苏宁影城、红孩子母婴店、苏宁小店、汽车超市等不同业态,通过多业态布局为消费者提供多场景的、触手可及的消费体验。

2018年只有一个目标

用“好”拉高行业标准

在1月15日召开的苏宁控股集团春季工作部署会上,张近东再次对苏宁的品牌定位做出解读。张近东说:我们只要坚持“服务是苏宁唯一产品”的品牌初心,“好”就将成为苏宁永不褪色的品牌定位。

郝嘉表示,“好”是苏宁易购的品牌定位,如何做到“好”是一个细致活。针对新的消费趋势,苏宁北京2018年只有一个目标,那就是“做好”,包括好产品、好服务、好体验以及好生活。

在产品方面,郝嘉表示,苏宁将充分利用互联网大数据实现消费洞察,为消费者提供个性化、品质化的好产品。2018年,苏宁将力争实现超过80%的好产品首销和发布。“酒香也怕巷子深,产品再好,没有好的渠道也无法触达消费者。苏宁的线上、线下渠道优势在业内无可比拟,这也是我们为什么敢承诺80%以上好产品在苏宁首发的原因。”

好体验是苏宁的优势。郝嘉举例说,如今流行的品质家电,100英寸的激光电视、大对开的冰箱、中央空调,价格动辄上万元,消费者在购买前还是希望“看得见和摸得着”,苏宁遍布全国的4000多家线下门店就承载着场景化体验的功

能。2017年“双11”期间,苏宁易购无人店落地北京,所带来的刷脸购物模式已经让消费者智慧零售有了全新认识。“在苏宁转型这几年,我们做了不少工作,目的就是给消费者更好的场景体验。一切没有场景体验的零售都是耍流氓。”

“服务是苏宁唯一的产品,也是苏宁立足之本。经历互联网转型的苏宁,已经成为电商中最懂线下的一个,也是线下实体企业中最懂电商的一个。”据郝嘉介绍,在服务方面,苏宁推出苏宁V购服务,为消费者提供家居家电一站式解决方案。在物流端,苏宁推出“上午买下午送”“急速达”“准时达”“代扔垃圾”“代客检”“贵就赔”等一系列有速度有温度的服务。郝嘉还透露,2018年,苏宁针对生活电器自有品牌家电产品,将在北京地区推出“365天只换不修”的售后服务,再次拉高了行业服务水准。

好产品、好服务、好体验构成了消费者的好生活。郝嘉表示:现在还有不少消费者对苏宁存在一定误解,认为这个“好”仍局限在传统电器品类上。其实,苏宁打造的“好生活”理念,早已通过苏宁全业态布局渗透到消费者身边的每个角落。”

北京晨报记者 刘映花



新帅印象

80后成第二代接班人

郝嘉是个“80后”,生在北京,南京求学,2004年大学毕业后进入苏宁,从一名普通的数码“品管”做起,14年见证了公司一路的发展。

郝嘉身上有一个重要标签:他是苏宁“1200工程”培养的接班人。

2002年底,苏宁正式启动“1200人才工程”,首期在全国范围招聘1200名2003届本科毕业生,

“1200工程”因此得名。从2002年到2017年,“1200工程”已为苏宁引进15批高素质人才。

2017年全集团员工工资待遇年度涨幅达15%,大量提拔了“85后”“90后”的年轻干部,已占到集团经理级以上干部总数的67%。

与苏宁北京换帅几乎同时,地位同等重要的上海、南京两个核心大区也迎

来了新的总经理,三人都是来自苏宁“1200工程”梯队的“80后”,其中郝嘉年龄最小。

这是一个被张近东寄予厚望的群体,郝嘉表示,“今天无论企业如何发展,1200工程的定位始终不会改变,1200工程是集团自主培养人才梯队的标志性工程,是集团事业发展的接班人。”

因为狼性一战成名的1200

郝嘉多年搭档,如今已调任苏宁控股集团品牌部(北京)总经理的苑金香回忆,2007年,苏宁3C品类还属于市场占有率比较低的品类,运营和供应链存在很多困难。时任老总提出3C业绩年内翻番的目标,没人敢接这个军令状,这时候郝嘉站了出来,凭借一种“初生牛犊不怕虎”的精神,带着自己的团队创造了同比增长300%的业绩;郝总

也从那时候一战成名,成为苏宁品类转型时期脱颖而出的代表。”

此后郝嘉见证了3G、4G网络普及和手机智能化浪潮,在苹果上市初期,郝嘉凭借敏锐的市场嗅觉与供应商的紧密合作,保障了苏宁明星产品的首发上市资格及充足的货源。

北京作为苏宁体系中最为核心的战略区域,此前

一直都是苏宁集团从总部委派入司时间长、跟随张近东打江山的元老级人物来主持工作。此次郝嘉升任北京大区总经理,也可以看到苏宁对新一代接班人的用人理念。

苑金香表示,苏宁之所以选择郝嘉等“1200”一期、二期梯队接班核心战略区域,看中的不仅是他们身上的血性和拼劲,更是他们对苏宁文化的认同。

年轻人更了解年轻人

在同事眼里,早已独当一面的郝嘉是个性格鲜明的大男生。“80后”的很多爱好,他都有,比如,玩儿。

打篮球、踢足球、爬长城都是郝嘉工作之余放松和自我调节的一种方式,而卡丁车则是他最喜欢的运动之一;因为不仅可以感受引擎的轰鸣,而且还能体验速度带来的快感。”他甚至把自己以新的身份和媒体的首次见面,安排在京郊的一个卡丁车赛场。

郝嘉的同事说,平易近人的郝嘉平时是“暖男”,但在工作上严格要求;“公司要落地执行的东西,必须100%不打折扣完成。无论是开会还是单独沟通,他都会把要安排的事情一件不落写在本子上,然后把涉及到的同事拉一个微信群,每天跟进推进进度,直到完成为止,结束后在本子上把已完成的工作勾掉。”

年纪轻轻便执掌苏宁

北京300亿元大盘,郝嘉说自己“之前的确没敢想,很意外”,但是对未来充满信心。“与之前三位领导相比,我的确略显年轻,但年轻就是资本。企业管理团队的年轻化,不仅为企业发展带来了新鲜的血液,而且带来了苏宁品牌形象和用户认知的年轻化。年轻人更了解年轻人,这是苏宁管理团队日趋年轻化的一个重要原因。”

(刘映花)