

太原品牌 品牌强市



文化惠民

货比三家

心有所属

精挑细选

摄影 米国伟
文字 齐向真

腊月廿六一大早,阳光正好。山姆士超市建南店内外挂满了灯笼、彩旗、福字,到处充盈着春节元素。

家住曙光苑小区的董大爷拉着小推车,早早来到山姆士,准备置办点儿年货。他在超市选了米面油等“大件儿”,正发愁怎么运回家里,店长刘春兰看见了,赶忙上前,问清了董大爷的家庭住址,扶着董大爷出了超市,让店员随后把商品送到家中。“我家就住附近,是山姆士的常客。他家商品质量好,还能送货到家,购物我就认山姆士。”

山姆士超市成立于1999年,是由太原洪达集团控股的一家集超市运营、服务咨询、管理输出为一体的大型连锁零售企业,至今已有20多年的发展历史,是我省创立最早、最有影响的品牌超市之一。目前在太原市拥有建南店、朝阳店、兴华店、学府店、国际金融中心店五家大型连锁超市。



年味十足

山姆士超市 以品质创品牌

规范化管理

多年来,山姆士超市以打造最优购物体验为目标,努力提升顾客满意度和门店竞争力,成为顾客心目中最喜爱的购物场所。公司员工始终秉承“令顾客满意,使员工自豪,让社会敬仰”的文化理念,在“创知名品

牌,做百年企业”的发展道路上砥砺前行。经过20多年的发展,山姆士在财务管理、信息化建设、人力资源管理、合同管理、质量监督、顾客服务、卖场管理规范等方面已建立了比较完善的规章制度。

多举措惠民

作为太原本土企业,山姆士超市积极承担企业的社会责任。多年来,在稳价保供、应急救灾、公益事业上发挥带头、骨干示范作用。2020年,新冠疫情期间,山姆士超市向社会承诺民生必需品毛利不高于10%,每月推出平价菜、平价肉。

今年1月,河北石家庄、我省晋中地区相继发生疫情,菜价、鸡蛋价格疯涨。在此期间,山姆士超市推出“百万补贴惠民生,物价

再回一元时代”惠民活动,推出蔬菜类土豆、白菜、红萝卜、葱头、西红柿等单品每500克0.99元销售,鸡蛋售价低于市场平均价格1元。

食品安全是关系国计民生的“民心工程”。一直以来,山姆士超市严格执行进货查验制度和自检制度,审核供应商的经营资格,保证不合格产品不入超市。对不合格产品采取下架退市、食品召回。完善服务体系,妥善处理消费者投诉,接受消费者及社会的监督。

广渠道运营

多年来,山姆士坚持打造持续型增长型企业,伴随着现代人群消费购物习惯及形态的变化。

今年,山姆士将进一步推进信息化进程及提高线上运营能力,依托三大外卖平台及山姆士自有生活圈及直播平台打造适合消费者、便利消费者、惠及消费者的营销模式,强化线上线下一体化,同步提升线上线下运营能力,深挖方便服务顾客潜力,打造出人们心中熟悉亲切又崭新的山姆士超市。

依托线下实体店,山姆士将根据市场变化,同步搭建外卖平台、商城平台及直播平台,同时联合微信、支付宝两大支付运营商共同打造线上线下联动营销,一方面借助线上运营扩大销售,同步再借助线上推广宣传。

山姆士超市现有三大外卖平台:美团外卖、京东到家、饿了么;通过支

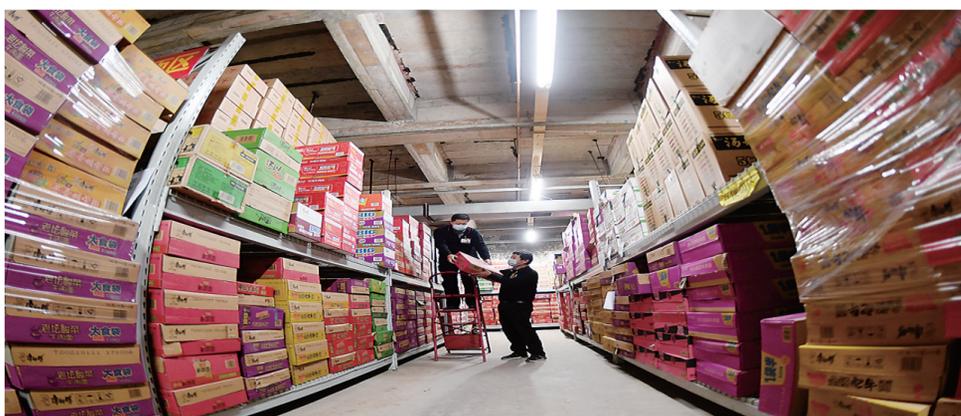
付宝、微信支付运营商在每年的电商网络节点打造;目前自有平台—山姆士生活圈+山姆士直播平台,主要作用是品牌推广、产品惠民。这些平台可以给市民提供更丰富的购物通道。

今年是山姆士线上推广线下验收成果的一年。山姆士将完成所有外卖平台商品优化,顾客购物习惯的培养以及重大互动活动的交流,明年的所有外卖平台销售目标翻倍;山姆士小程序商城也将上线,所有顾客在超市看到的商品、活动及社群拼团、社群秒杀等在商城会更劲爆、更便利;所有商品门店自提、配送到家,顾客任选;同时将打造千人千面的营销模式,根据不同顾客的购物需求,定向推广。今年,所有线上平台及线上线下联动营销力争迈上新台阶。

对未来,山姆士人信心满满。



年货大街



积极备货



防疫安全



定时消杀



严把质量