

高校教育超市的发展浅析

◆张恒

(浙江农林大学后勤集团 浙江杭州 311300)

摘要:十九大报告中,习总书记明确作出了“我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”的重要论断。目前,大学校园消费群体趋于多元化,服务需求呈现多样化、个性化,高校教育超市面临的主要矛盾是:“师生日益增长的美好校园生活的需要与教育超市不平衡不充分的发展之间的矛盾”。

关键词:教育超市;高校;新零售

学校教育超市受体制、软硬件、观念等因素的制约,发展不平衡不充分,优质服务供给力日益不足,需要不断地改革创新,要依靠科技进步,积极引入新模式、新业态,促进传统超市向新零售转变,才能为学校师生提供优质的服务。

一、全国零售业大环境

2018年11月11日,天猫双11全球狂欢节全天交易额达到2135亿元,再次创下全球零售史上的奇迹。

在电商横行的零售3.0时代,线下零售业虽在逆势中举步维艰,唯有创新和突破。各大零售巨头感到了巨大的压力,2018年,沃尔玛计划投入3亿升级门店;永辉超市拟新开1235家店;大润发,天猫超市商品已在华东地区167家大润发上架。

二、教育超市目前存在问题

1、线上冲击:2017年我校包裹量比2016年上涨64.3%,达89.7万包裹,人均3.75个包裹/月,可见师生购买力惊人;

2、校内外竞争:学校周边商业区不断繁荣,以我校西大门商业区为例,区内有商业网点近70家,涉及超市、小吃、奶茶等业态,校外商业区环境脏、乱、差,但商品品种丰富,价格低廉,深受学生喜爱;

3、自身:

①体制的束缚:学校对自营超市的定位是保障为要,提出校园里应该是书声、琴声、朗读声,不能有叫卖声,限制了教育超市的主动性;

②程序的繁杂:零售市场如战场,战机稍纵即逝,在新增服务或产品时,需要各级审批,错过了最佳时期;

③思路的守旧:教育超市的管理者的思路还停留在传统超市的概念,很难有大胆创新突破的勇气和作为。

矛盾主要聚焦在三点:眼前利益与长远利益、规范管理与灵活经营、对外承包与自己经营。

三、高校教育超市的优势和出路:

(一)高校市场的优势:

地势优势:地理位置优越,处于校园内的生活区及教学区,在校师生是校内超市稳定的顾客来源。

资源优势:调查显示98%消费者是师生,师生所需商品特点明显,便于商品结构的优化配置。

(二)教育超市的出路:

教育超市要围绕教育属性下如何增加营业额、提升毛利率、降低成本等来思考。围绕以下几个方面来展开:

1、理顺各方关系

(1)第一个要化解的就是如何在规范管理下灵活经营:

①建章立制,将权利关在制度的笼子里,使过程有据可循;

②符合流程,严格按照招标流程引进供应商、产品和服务;

③接受监督,将流程公开透明,接受纪委、财务等职能部门的监督,在阳光下经营。

(2)第二个是要明确长远发展的眼问题:

学校自营,不存在经营期限的问题,必须立足长远,心怀未来,要制定中长期发展规划;在所创利润中,提取发展金;部门对门店的设施设备投入需纳入考核,保证教育超市健康发展。

(3)第三个要解决的是经营属性的矛盾:

前段时间,我校召集了学生干部座谈会,会上提出这一个命

题,各方马上在网上开展调查,几个不同学生组织不同渠道调研,数据惊人一致,近七成的学生认为要学校自营。同样,对后勤来说,教育超市的创收用来弥补学校所拨付经费的不足,来维持后勤的正常运行。

2、准确门店定位

门店应根据所在区域的人群结构等因素,优化商品结构,并以特色为延伸达到一门店一特色。例如某区超市,地处女生聚集区,多陈列女性用品、小零食、化妆品等。

3、合理服务配比

(1)人员配比:按照服务面积、客单价等参数来合理配备服务人员;

(2)专业提升:各种方式提升员工服务水平和专业素质,增强凝聚力;

(3)激励机制:以绩效为分配导向,重效益,提高员工积极性和责任心。

4、提升营销手段

我们习惯了守株待兔,等着上门,我们要走出去,店内营销、店外促销,用新奇特的方式吸引消费者。关注学生活动节点,针对性开展促销活动,重视团购业务,拉动校内供需。

5、强化顾客粘度

向顾客提供尽可能全面的服务:不仅卖商品,还和餐饮等业态结合,都是为了粘住顾客,增加他们到店频次和店内逗留时间。可以采用完善会员制度、提高售后服务、定期的福利的方式,同时必须提高门店产品质量,提高一二线品牌的占比,才能更好的服务我们的顾客,才会有一个好口碑。

6、借力线上突破

对学生来说,不喜欢上下楼,晚上购物不方便;门店购物时间集中,排队等待时间长,学生产生厌恶感;对门店来说,要将商品拿到寝室,搬运不方便,增加人员成本。超市无学生个人消费数据,无法预测消费规律进行合理的配货;传统超市无场景,商品与用户无交互,消费欲望低。

电商对传统门店来说,是狼,与其怕狼来了,不如与狼共舞。

利用微信平台,打造O2O市场,组建学生配送队伍,由某个部门专门管理,参照包裹侠运作,有偿配送后勤各部门外卖,实现学校共享经济生态。

7、尝试新型零售

教育超市中,我们能否探索此类模式,从而节省人力成本,给顾客革命性的便捷体验?

能不能尝试新的模式,拿出一两个门店,激发鲶鱼效应:

(1)是否能与B2B开展深度融合

全国首个天猫校园店落地四川师范大学,利用B2B供应链,及通过数据了解消费者对商品的喜爱,将货品陈列进行及时调整。目前,全国第一家二代天猫校园店和天猫无人超市落户马云母校——杭州师范大学。

(2)是否能与品牌连锁联手合作

引入优质零售品牌,例如全家等24小时便利店,例如B区超市,满足留学生、研究生晚上需求,提高服务满意度。

参考文献:

[1]李雯.跨境电商电子商务B2B发展模式分析[J],《吉林大学》2017

[2]便利店面临五大挑战[OL],微口网,2017

[3]赵树梅.徐晓红.“新零售”的含义、模式及发展路径[J],《中国流通经济》2017年5月,12-14

作者简介:张恒,男,汉族,籍贯:浙江嵊州,生于:1981-10,职称:工程师,学历:硕士。