



九鼎装饰的“最低”和“最高”

——访浙江九鼎装饰公司董事长周国洪



装饰公司这个行业形成时间不是很长，目前行业内尚没有非常规范的标准。因此，客户的口碑显得尤为重要，无形中成了家装行业的一种标尺。初见九鼎的董事长周国洪就听他非常实在地说了这么一番话：“我们为客户服务有一个‘最低’和‘最高’纲领，‘最低’纲领是，客户对我们公司的产品必须是交付使用时，说一句‘把装修交给你们做的决定是正确的’；而‘最高’纲领是把一个产品做成一件10到15年的艺术品（因目前市场上的一些装饰材料保质期只有10到15年）。”从周董的话里我们不难发现九鼎长盛不衰的原因，那就是事事以客户的满意和工作的努力极限为目标。

客户满意了，市场就认可了

为了创建九鼎的金字招牌，公司一直来十分注重企业的文化建设。公司自1997年成立以来在全国各地的分公司已有

70多家，公司员工近8000名。随着老客户的口碑相传，公司的业务量近年来成倍增长。比如在现在的杭州市场上，他们的工程已安排到了明年下半年，那么在如此火爆的市场中，九鼎如何来保证自己的质量和口碑呢？面对客户信任的目光，公司领导人的头脑非常清醒，员工上岗前必须培训在前，宁缺勿烂，始终把培训放在首位。

每月的5号，是九鼎装饰的全员培训日，九鼎的工地班组长、施工员、设计师都聚集一堂，接受有计划有针对性的培训；他们除了系统性的理论学习外，还根据各工种的不同，把每月的11、13、15、16、18、20号定为水电、泥工、木工、油漆、设计师、施工员的固定培训日，进行技术和业务上的切磋。现在，九鼎装饰的服务网络已遍及半个中国，但是每个月的3日，各地的分公司经理都必须回到杭州总部参加由总公司安排的正规专业的经理培训。对员工的培训，九鼎公司在全中国也是走在同行业的前列的，他们总结了十个字

“提升是目标、培训是护航”，从员工到老总，他们奉行的一句话是“惟学习才能成就一切”。只有学习，才能明理；只有明理，才能自信。因此，在前不久刚刚落幕的杭州市首届家庭装饰大赛中九鼎荣获“最佳施工奖”也就自然变得顺理成章了。

挑选九鼎作为新家装饰的客户，最终都会由衷地说：“我把家交给你们做的决定是正确的。太谢谢你们了！”

标准定高了，目标就远大了

周国洪经常告诫员工：“质量是我们的生命，只有抓好了细致入微的细节管理，我们的质量才能得到有效提升。”为此，九鼎对客户推出了九大承诺：一是上门咨询，满意答复，并专人陪同参观样板房；二是代客办理装修审批手续；三是提供电脑彩色效果图，事先感受装修后的真实效果；四是明明白白消费，造价一视同仁，付清设计费后预算图纸可外带；五是推出文明施工举措，现场不住人，不烧饭，每天清理施工现场卫生；六是专业施工员、质检员、巡查对装修实行全程监督；七是做环保卫士，全力使用绿色建材，杜绝对健康的污染；八是设计师从设计、施工到软装饰全程服务；九是免费保修二年，分时段定期回访。

九鼎公司的视质量如生命还体现在不仅重视施工环节上，还不惜一切代价建立家装配套材料的生产企业上。由于目前市场上家具企业的质量还

不稳定，早在2002年他们就投资3000多万元，自己成立了一个标准化的家具生产企业——奥丽家具厂，随后还将兴建一个高标准的涂料企业，从而为施工确保的原料关，也无形中为客户挑选高质量的原材料提供了更便捷的途径。虽然一开始有很多人对此不太理解，一个装饰公司成立什么生产企业，那不是不务正业吗，然而事实证明他们决策和经营理念是超前和有成效的。

2005年，由中国社科院工业经济研究所、中国经济分析与预测中心、中国发展研究院、中国工业报社和中国行政管理科学学会联合主办的“2005年中国企业发展论坛暨第二届中国企业改革先进集体先进个人评选活动”中，经过全国范围的层层筛选，九鼎公司终于荣获“2005年改革全国先进示范单位”，董事长周国洪也获得了“第二届中国企业改革十大风云人物”的称号。他们用自己的实际行动向着“打造中国装饰行业的第一品牌”的目标又扎实地迈进了一步。

周国洪对九鼎公司这些年走过的风风雨雨深有感触地说：“对于同行业的竞争，我们不想打价格战，因为这样最终受害的肯定是广大消费者。家装业和其他行业不同，你如果要偷工减料、诱骗消费者是比较容易的，有时客户是发现不了的。但是这种自掘坟墓的事我们是不做的，希望我们的新老客户来监督、帮助我们。”

