



国誉家具(中国)有限公司以“不是出售家具、而是创造空间”为宗旨,不断地向客户提供办公环境的设计、规划、内部装修、办公家具的服务。受新冠疫情的影响,人们的工作方式改变了,办公环境正在发生巨大的变化。在这样的环境中,国誉家具(中国)有限公司正在不断地快速发展。本期我们就请副总经理村田先生谈一谈公司的发展秘诀。

① 请谈一下当前的市场环境。

对国誉的业务来说是一个良好的市场环境。

如今受疫情的影响,办公方式正在发生改变。我们向客户提供了适应当前工作方式的办公空间方案。主要包括办公环境的设计、规划、内部装修、提供办公家具。

整个市场中存在许多低价的办公家具,过去这些产品在中占有很大份额。但是近年来,我们看到中资企业客户的想法发生了变化。他们希望使用质量好且功能强的产品。这对我们的产品领域来说是一个风向标。

同时,外资企业与中资企业的竞争越发激烈也是不争的事实。

KOKUYO

国誉家具(中国)有限公司

副总经理 村田浩幸



② 贵司的战略理念是什么?

我们的理念是“不是出售家具、而是创造空间”。

为了将其落实,必须以客户为中心、提供相应的服务。

比如最近有许多客户来咨询搬家的业务。客户想搬家是有原因的,通常是为了削减经费、改善部门间沟通等。为了实现客户搬家的目的,我们要提供以客户为中心的方案以及细致入微的服务,并且要让全体员工理解与贯彻执行。这样的做法正是我们的优势之一。

③ 您提到中资企业客户的想法正在改变,那贵司是否扩大了对中资企业的业务?

是的。过去的客户基本上是日资企业。如今有一半是中资企业。预计今后中资企业的客户占比将达到70%左右。



④ 贵司是如何加强与中资企业的合作呢?很多日企想做却实现不了。

首先,市场很重要。很关键的是要确定哪些行业需要我们的服务。

其次,要投入时间。我们用了几年时间来开拓市场。

此外,关键是我们需要有一个产品或服务来作为“切入点”。例如,我们首先会向客户介绍折叠桌,它是我们非常实用的一个产品。以此为中心,我们向客户介绍更多的产品,提供更广泛的服务。目前,与我们有广泛业务往来的中资企业几乎都是通过这种模式扩大交易的。拥有大量自己的办公家具,可以作为一个切入点来为客户提供方案,这也是我们的优势之一。

⑤ 能从办公家具扩展到其他业务,这也是贵司的优势吧?

的确如此。有些欧美企业在办公家具方面是我们的竞争对手,但他们只能负责家具业务。没有一家公司能像我们这样,业务全面覆盖办公环境的设计、规划、内部装修、提供办公家具。随着我们与中资企业的业务扩展,知名度也得到了提升。

⑥ 伴随市场变化,贵司的组织也要发生改变吧?

中国市场变化快且具有多样性。身处这样的环境中,培养出勇于挑战、敢于改变的人与组织是非常重要的。换言之,希望我们的组织对于挑战失败的员工也能给予表扬。

组织往往会变得很保守。我们公司亦是如此,员工大多是等待上司的指示,很少会提出自己的想法。

为了解决这个问题,我们为员工准备了能够充分发挥自主性的环境。

其中之一就是“内部招聘讲师”。例如,我们的内部培训课程是由申请参加培训的员工负责的。培训的主题也由员工来决定。我们还努力创造条件,使尽可能多的员工能够出现在全体会议上,以鼓励员工发挥自主性。



⑦ 听说贵司还调整了人事评价制度的运用方式?

是的。过去是直属上司进行主观评价,现在改为客观评价了。

现在我们的考评方法是上司提交了评价结果后,由人事再进行客观的评价。

我们向全体员工导入了这个评价方法。我相信评价的公平性因此得到了显著的提升。

除了评价、目标设定也用了同样的方法,因此从目标设定到整个评价周期的运用,形成了一种良好的紧张感。我本人也将继续加强对那些努力工作的员工进行评价。

~~ 采访的最后 ~~

国誉基于自身优势制定企业战略、从而开拓了与中资企业的合作,这一点给我留下了深刻印象。带着“一定有切入点”的想法,实现其他日企想做却做不到的事情,找到了打入新市场的方法,这是非常了不起的事情。此外,通过对人和组织采取各种措施,我认为国誉已经打破了因其悠久历史而产生的保守倾向。