

去年“双11”卖的照片长度顶30个马拉松

这家专做印刷的电商今年又摩拳擦掌,350多设计师“转着圈忙”

□生活日报首席记者 王健

“我哄别的女人花钱的时候,我的女人也被别人哄着花钱。”“双11”临近,印刷互联网品牌冠军企业世纪开元已开始摩拳擦掌,各种有趣的宣传标语也开始张贴。去年世纪开元荣膺

“天猫双11个性定制类目第一名”,不出意外的话,这家济南本土企业今年将获得八连冠。

而这一切都离不开背后的设计师团队,“双11”的订单量是平时的四五倍,设计师们需要同时和十几个客户沟通,有人夜里就在躺椅上眯一会儿。

去年“双11”每秒销售601件

5日9点多,济南高新区海信创智谷25楼,“双11”的气氛日渐浓郁,已经有工作人员在张贴有趣的宣传标语。

23岁的季雪是世纪开元设计团队中的一员,现在,她正跟踪之前做的订单。“如果客户满意就抓紧生产,别拖到‘双11’。”她的工作量按页计算,“双11”当天得设计上百页。

她自己本身就是个“网购达人”,目前购物车里已经有四五千元商品,包括衣服、鞋子、化妆品、书等。“每年我都会定闹钟,起来抢购。”季雪说,虽然之前要准备长达半个月的时间,但抢购大战从开始到结束,也就10分钟的时间。

过完了自己的“双11”,一大早就要去准备别人的“双11”。季雪2016年入职,经历的每一个“双11”都让她无比兴

奋。“虽然活儿多,但是公司也准备了各种活动和小惊喜。”因为工作强度大,食堂工作人员会特意把饭菜送上来,但尽管如此,还是有人忙得顾不上吃饭。

据悉,世纪开元设计团队有350多人,还有设计众包平台以及合作的院校、培训机构等。尽管这样,“双11”激增的订单量还是让所有人的工作吃紧。

去年“双11”当天,世纪开元共销售影像、印刷、定制等各类产品5193万件,相当于每秒销售601件。当天售出的照片总长度达到了1278公里,相当于30.28个马拉松的距离。

季雪说,一般12月展会多,有些企业会选择“双11”提前做画册,每年这时候都会“转着圈忙”。尤其是遇到挑剔的顾客,虽然自己在电脑前比较着急,但是打字时语气也要很平和。



世纪开元的设计师们已经在为“双11”做准备。

首席记者 王健 摄

有时要同时和十几个顾客沟通

“当天纸杯、名片、优惠券、宣传单的订单量都很大。”世纪开元设计中心副总监李冠楠介绍,设计纸杯相对简单,但是订单量大,一个人一天要处理100多个单子。

沟通是非常耗时的,他们有时要同时和十几个顾客沟通。更多的时候是在网上沟通,打电话都比较奢侈。“他们从早忙到晚,中午,14点半至15点半,17点至19点会更忙。”李冠楠说,设计师们一般11点半至下午1点集中聊天,

之后集中做稿。“这是大家多年总结的规律,这样效率最高。”他说,去年“双11”,晚上12点以后,还有20%左右的人在岗。有些人会熬通宵,累了就在躺椅上眯一会儿。

其实,他们的业务季节性比较强,三四月份上海、北京、广东等地有很多展会,需要大量画册;六月份学生毕业,照片书业务很多;九、十月份,学生开学、展会增加,订单量也很大;“双11”优惠大,“双12”是台历季。

世纪开元副总裁胡永庆说,“双11”的订单量是日常的四五倍,为了提高效率,新建的占地130多亩的智能工厂今年9月底正式启用。

据悉,自成立以来,世纪开元始终保持稳健快速发展,连续多年实现用户数量和营业额翻番增长,实现了2016-2019中国印刷互联网品牌四连冠,2012-2018“天猫双11个性定制类目”七连冠,2017年被评为“国家电子商务示范企业”,获得印刷行业最高奖项——毕昇奖。

苏宁易购 suning.com 全民嘉年华

11.11 上网上街上苏宁



贾玲
苏宁易购代言人

扫码苏宁云店小程序
到店到家一键下单

沈腾
苏宁易购代言人

杨洋
苏宁易购代言人

江疏影
苏宁易购代言人

11.11 山东苏宁
全民嘉年华
活动时间: 11.08-11.11

印象城
8米苏格拉宁巨型形象
与脸脸互动大屏
活动时间: 11.09-11.11

喜马拉雅
硬核买手团
活动时间: 11.09 下午4:00-6:00

Red Day 山东苏宁11月会员周
November 11月9日 10:00
苏鲜生答蟹宴
蟹天蟹地您来啦!



扫码即可报名