

营销部加强人才队伍建设拓市场

■通讯员 袁璐 报道

本报讯 近日,营销部为15位新入职大学生举行了隆重的“师带徒”签字仪式。师傅们表示,要竭尽全力引导徒弟在工作中学习、在学习中工作,悉心教导,让徒弟们更快地熟悉业务,更好地进入角色;徒弟们表示,一定珍惜机会,拓宽视野,脚踏实地,做出优异的成绩。

该部在“师带徒”协议中要求:师傅要发挥榜样模范作用,从思想上、工作上对徒弟严格要求,把自己的工作经验无私地传授给徒弟,使

徒弟尽快进入角色;在生活上关心徒弟,时刻关注徒弟的成长和工作进展情况,发挥“传、帮、带”作用。徒弟则必须尊敬师傅,在思想、专业技能等方面主动向师傅求教,除了学习业务知识外,还要自觉认真地学习师傅好的工作方法、工作作风,勤学苦练,努力工作,在师傅的指导下积极完成承担的工作任务,早日成为营销工作的中坚力量。

近年来,为加速营销人才队伍建设,营销部从各大高校吸纳了一批批年轻优秀的大学生充实到营销战线上。针对新进人员个人素质

高、学习能力强的特点,该部结合公司战略发展要求、新进人员所学专业、未来的发展规划等,指派一部分具有良好职业道德、精湛业务技能、丰富工作经验和突出岗位业绩的员工担任师傅,指导新进人员在营销岗位上树立理想、讲道德、学本领、长才干,更快地适应营销工作。

经过近两年的时间,116名新进员工已经成为“师带徒”活动的受益者。他们中有的已经成为所属部门的管理者,有的成长为品种钢的负责人,还有的在重要的岗位上工作,为公司发展贡献力量。

营销速速

连铸圆坯调研组走访市场

■通讯员 周俊华 报道

本报讯 11月中旬,营销部碳素型材业务部带领由技术中心、炼钢一厂、型材厂等有关部门组成的连铸圆坯调研组走访市场,调研主要连铸圆坯终端用户,为公司连铸圆坯项目投产做好用户摸底和市场产品开发。

调研组与企业负责人面对面交谈,深入了解其生产经营情况,详细介绍了我公司连铸圆坯项目的总体情况并认真听取了终端企业对我公司连铸圆坯的意见和建议,调研组负责人表示一定会将客户的建议及时反馈到生产厂。

设备物资采购部开展环保设备抵免税工作

■通讯员 赵永星 报道

本报讯 近日,设备物资采购部根据财政部、国家税务总局、国家发展和改革委员会、安全监管总局下发的“节能节水专用设备企业所得税优惠目录”“环境保护专用设备企业所得税优惠目录”“安全生产专用设备企业所得税优惠目录”对2014年采购的工程设备开展环保设备抵免税的工作,对符合名录且到货入库、挂账的设备按要求进行整理。

定襄太钢销售公司开发法兰用中板

■通讯员 祁学军 报道

本报讯 近日,定襄太钢销售公司与某加工企业签订首批法兰用中板合同。从技术评审、合同签订、排产、发运、用户使用情况,该公司密切跟踪。

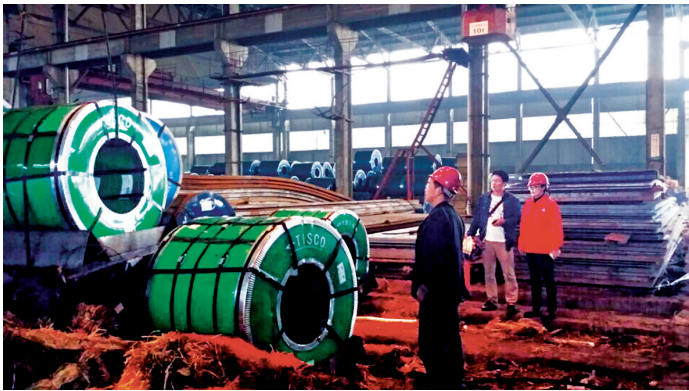
为确保最终产品质量稳定,定襄太钢销售公司与用户认真落实加工设备情况,通过优化现有设备,改善工艺,经过1个多月的努力,使用户认可太钢产品,现又签订第二批订单。

福利总厂洁美分公司开发市场取得进展

■通讯员 贾振华 报道

本报讯 福利总厂洁美分公司坚持不懈拓展外部市场取得了可喜成绩,目前,他们已与几十个商家建立了业务往来关系,并开始为这些商家提供系列涂料产品。

洁美分公司不仅注重职工队伍建设,而且建立起了一套营销网格化管理体系和严格的质量检验体系。该公司研发生产的内墙涂料有8个系列多个品种,产品质量、环保指标等均可与国内知名涂料品牌媲美,而且在同类产品中还具有价格优势,受到了用户的青睐。



今日图闻

成都太钢销售公司加强存货管理,保证货物安全,货物到站后,安排专人负责监督检查货物包装。图为该公司人员在库房现场检查货物卸车情况。 孟军 摄

西安太钢销售公司坚持廉洁营销

■通讯员 王晓强 报道

本报讯 为建设牢固的反腐败廉政防控堡垒,并积极贯彻公司企业文化廉洁文化和对应的落地措施,西安太钢销售公司立足于经营与廉洁两手抓、两手都硬,在目前各项任务全力向年末冲刺的关键阶段,认真策划了“德才并举、廉洁营销”的行动部署。

第一,西安太钢销售公司在日常的培训计划中,增设了“311每月

倡廉讲谈”的科目,即每月通过自查自纠、案例警示和述廉述职三种形式的教培训训,做一件工作或生活中的廉洁实事,提出一项清廉自律的改进建议,把反腐学习教育上升为常态化的廉洁管理制度。第二,

开展“杜绝浪费,我要节约”主题践行活动,从珍惜一张纸、一度电和一滴水到降低费用、扩大销售,以小积大,竭力挖潜,为公司的增利增效添砖加瓦。第三,建立廉洁营销落实到人问责机制,把前期所拟定的“学

习心得”和“承诺书”等向具体行动的落实引深和转化,其中包括规定员工出差食宿从简,不准接受客户招待;制作《西安太钢销售公司廉洁问卷调查表》,听取用户对该公司员工在走访和业务洽谈中廉洁表现的评价和建议。

西安太钢销售公司在一步步提高员工廉洁修养的同时,也一步步赢得了用户的尊重和经营合作,进而也正是由此悟出“打铁先得自身硬”的道理和由此所激发出健康向上的正能量,使该公司信心倍增,面对未来更为困难的市场形势和严峻的挑战,再接再厉,奋勇争先。

从用户的抱怨中寻找创新点



海尔电脑公司的三名85后员工,从网络上搜集了3万多条游戏用户对游戏笔记本的牢骚,总结梳理出包括“屏幕上有亮点、分辨率低”等13条核心“吐槽点”,然后和一家游戏本知名代工厂共同研究,注意改进产品性能,最终研发出一款高性能游戏笔记本——雷神。这款产品一经发售便凭借逼真的图像、极具震撼的操作体验、完善的售后服务等亮点遭到客户的疯抢。尽管“雷神”的价格比普通笔记本电脑价格高出一倍,却在京东商城创造了20分钟销售3000台的佳绩。仅5个月,“雷神”在京东商城的销售量便名列前茅。

客户才是真正的创意大师,只有将客户对产品和服务的需求及抱怨作为创新的起点,企业才能生产出客户满意的产品,提供

被客户广泛接受认可的服务。这就要求我们,要潜心挖掘、虚心听取、认真对待每一位客户在使用产品和接受服务过程中的意见、建议甚至是牢骚,从中找出改善产品和服务质量、改进生产工艺、改进质量控制标准等方面的新思路和新举措,不断创新,从而使产品和服务更加符合市场及用户的需要,进而创造新的利润增长点,进一步提升品牌竞争力。



峨口铁矿优化生产组织、严格安全管理、强化设备点检维护、严肃工艺纪律,攻坚克难,奋力冲刺,确保圆满完成全年各项目标任务。图为该矿职工正在精细点检高压泵。 王振华 摄

营销案例

羊和狼

编者的话 <<<

他山之石,可以攻玉。本版开设“营销案例”专栏,希望能对打开后门、走向市场的相关单位部门以启迪,希望能对干部职工有帮助。同时邀请您的参与,凡有意义的营销案例,尽可荐之,来稿请注明“营销案例”投稿,发送至 tqr@tisco.com.cn 或新闻中心总编辑室陈强 OA。

一只羊被狼吃掉了,到了天堂,羊对上帝抱怨说:“我的头上长着一对角,是攻击敌人和保护自己的武器,但是,我为什么总是被狼吃掉呢?”

上帝说:“虽然你和狼都是哺乳动物,但是你是以草、乔木树叶为食,而狼却以肉类为食。在地球的陆地上,只要有水的地方,野草和乔木遍地都是,你想吃的时候只要张嘴就可以吃到,生存比狼容易得多,而狼的生存必须要战胜对手、吃掉对手,否则生命不保。你们太安于现状了,缺乏自我保护意识和能力,虽

然你们群居,但是没有群体合力。而从狼身上可以看到他们具有敏锐发现猎物的嗅觉,向猎物发起攻击的时候,有那种勇往直前的勇气和不屈不挠的精神,他们把凶残和机警结合起来,提高了战胜猎物的能力,并且狼群有协同对敌的精神和能力,换句话说,你身上只具有羊性,而狼具有狼性,这就是差别呀!”

营销启示:“羊性”其实就是安于现状,缺乏群体协作意愿,而“狼性”则是指积极主动富有竞争力和群体合作精神。在营销中,选择具有“狼性”品格是抵御竞争对手进攻、战胜对手的关键前提。(智喜来 摘)