

定襄太钢销售公司“定制”销售赢市场

■通讯员 张晋川 报道

本报讯 随着国内多家钢铁企业的钢坯产品通过多种渠道流入定襄市场,使得钢坯产品同质化竞争日益加剧。定襄太钢销售公司根据目前产品的实际现状,一方面协调相关部门进行产品质量攻关,另一方面服务好老用户减少客户的流失,对企业、经销商采取一对一销售模式,尝试为锻造企业进行“定制”服务。

采取“协商价格+先期预约+收取少量货款+安排尽快生产+货到办理入库+根据日价格敦促用户付款提货”的方式,并与几家企业签订库存现货供货协议,确保采购太钢产品享受当期最大优惠。截至目前,该公司圆满完成销售指标,使得太钢产品在定襄市场基本保持一定比例的份额。为锻造企业进行“定制”服务,类似期货销售,这就要求每个员工熟悉市场和终端用户,否则会失去下期订单。因

此,根据实际情况开展期货业务,担当好中介的服务角色,为用户提供未来报价,选择合适的参照物预测价格是进行未来期货报价的基础。目前,定襄市场钢坯需求量较大,因而受到国内各大钢铁企业的青睐,而作为该区域唯一一家钢铁行业的直销企业,该公司以先行探路者的角色,无疑会遇到内部和外部的多重困难。面对当前的市场形势,该公司凝心聚力、攻坚克难,向着更高的目标迈进。

随着服务经济的迅猛发展,竞争越来越激烈,客户对服务的需求也变得越来越细致和多样化。这就要求我们及时发现客户想什么、需要什么和用户服务如何适应这些想法和需求,在开发一项满足客户需求的业务时,我们应该学习新的产品设计思路、新产品的特性,从而确定新的用户服务模式。市场是能动的,客户的选择是多样化的,这就要求我们用客户的眼光对待用户服务。

以前为人们所称道的服务水准,今天可能变成了客户抱怨的原因;那些现在被认为是提供深层次的用户服务,几年后可能被认为仅仅是提供了一种低水准的服务。因此,我们不可避免地关注这种无形产品营销服务,用户服务人员给用户提供更高层次的技术服务的同时,应紧密结合营销的产品,推介产品的适用性;用客户的眼光,应有独特的视角捕捉用户的潜在需求。在给用户的接触中,在更深层次提供延伸服务的同时,要与营销形成互动,并形成自身的特色,使用户服务成为产品营销有力的支撑。

激烈的市场竞争,归根到底是产品和服务的竞争。在建设全球最具竞争力的不锈钢企业进程中,用户服务变得越来越重要,甚至超过产品本身,这对服务人员提出了更高的要求。良好的服务需站在客户的角度,赢得用户满意的同时,也为太钢赢得了用户心,这才是太钢核心竞争力所在。让我们都用客户的眼光对待用户服务,让我们在售后服务中大力推进个性化服务,提高售后服务的生机和活力,进而提高企业的竞争力,让太钢不锈钢品牌持续彰显不锈的生命力。



营销心语

用客户的眼光对待用户服务

■郝克卿



型材厂进一步完善“双职双岗双通道”评价机制,鼓励专业技术人员、管理人员及重点岗位操作人员深入市场,提高服务意识和能力,为合同到位、产品开发奠定了扎实基础。图为径锻作业区生产现场。

刘君 摄
侯海芸 文



■通讯员 丁晓虹 报道

本报讯 近日,营销部认真贯彻落实公司档案管理部下发的《关于加强和改进新形势下档案工作的实施意见》文件精神,以“服务大局、服务营销”为中心,积极加强管理,努力提升

创档案工作新格局。加大宣传力度,提高员工对档案工作的认识,不断改进和完善档案工作程序,简化工作流程,细化提供利用过程中的监督履职机制,健全档案工作制度体系。不断修改和完善各科(室)文件归档范围和保管期限,对新

营销部强化档案管理

档案管理水平。组织全体员工认真学习《关于加强和改进新形势下档案工作的实施意见》(以下简称《意见》),并将《意见》作为改善档案自身状况的目标指导和做好档案工作的根本依据,努力开

型载体档案要增强专业管理知识并及时归档,不断完善库存档案结构。抓好队伍建设。加强兼职档案人员的专业素质,为档案工作的开展提供有力支持,不断提升档案管理水平。



西安太钢销售公司积极服务并参与由营销部组织的“西洽会——太钢品牌中国行”活动,展示太钢大力投身国家“一带一路”发展战略和在新常态下最具竞争力的不锈精神和不锈品质。图为工作人员向来宾热情推广和宣传太钢产品现场。

王晓强 摄

夯实平安太钢的根基

(上接第一版)
不锈钢热轧厂:活动效果要评价

在不锈钢热轧厂,记者了解到,为了进一步规范班组周三安全活动,确保其质量和效果,该厂导入了制度约束,将班组周三安全活动的内容、人员参加情况和效果与奖金分配挂钩。他们的一个显著特点是,将过去以罚为主调整为目前的以奖引导,这也就意味着,只要班组周三安全活动开展得好,达到了厂里规定的标准要求,才能拿到奖金。不符合要求的或者周三活动质量不高的班组,将拿不回这部分奖金。

他们从2014年开始,激活了一部分绩效工资作为班组周三安全活动的专项奖金。用打分的方式,把公司要求的各项内容以及标准化建设的相关条款纳入考评标准,制定了专门的班组周三安全活动考评办法。同时,该厂要求机关管理人员从厂长到科员都必须按照指定分工参加班组周三安全活动,督查和指导班组或作业区的周三安全活动。

他们坚持每周由厂安全管理科对班组周三安全活动方案进行审查,并下发本阶段周三活动重点内容。这些内容与公司“0123”安全管控模式相吻合,包括了近阶

段公司安排部署的各项重点工作及相关要求。从这项制度开始执行后的情况看,作业区和班组认真思考周三安全活动日如何开展的多了,主动参加班组周三活动学习交流的人多了,随着时间的推移,更多的职工习惯了带着问题来到周三活动现场,共同寻找解决的办法。

更重要的是,班组的周三安全活动有厂级领导,有作业区领导,还有安全专业管理人员参加,应该说,这每周一次的沟通交流,为解决基层班组职工工作中遇到的实际问题提供了一个非常好的条件。前来参加班组活动的管理人员对这一点也深有感触,他们普遍认为,在新的制度激励之下,班组周三安全工作有了很大进步,向更加贴合生产实际迈进了一大步。

炼钢二厂成品作业区:把简单小事重复做好

炼钢二厂成品北区乙班班长边峰山的一句话代表了很多基层班组长的心声,他说:“对班组而言,安全工作最重要的不是变出更多的花样,而是把简单的小事重复做好。”

在成品作业区,他们的班组周三安全活动,紧密结合了吊运、水爆、修磨等岗位特点进行讨论。活动中,班

组要求从下至上、每个成员都要积极发言,提意见、提建议,谈打算、谈措施。

说到班组周三安全活动,边峰山认为,基层安全管理要落地见效,必须始终紧紧围绕人的因素去做工作。这是因为,在他们这个班有四个工种四班两运转,全部都不在一个地点,互相很难照应上。作为班长,他的一项重要职责就是凭着多年的经验,细致观察掌握车间各岗位工作的情况,同时,注重通过组织开展的班组周三安全活动,重点关注班组的每一个人的发言,关注他们所提出的每一个具体的改善提案。在边峰山看来,这才是真正体现对人的高度关注,体现以人为本的核心价值观。

由此可见,把班组周三安全活动做实,关键在于内容;不在于有多少新花样,而在于真正从“我的实际工作中有什么问题需要解决”出发,让班组的周三安全活动真正生动活泼、卓有成效地开展起来,让职工从中真正实实在实在在受益,不断得到启发,在潜移默化中不断提升安全意识和安全能力,公司安全生产的根基就更加牢固,建设法治太钢、平安太钢的目标就不再遥远。