



农工党省委调研组来太钢调研

■记者 薛华 报道

本报讯 9月30日,省政协常委、农工党省委专职副主委张李锁率农工党省委“加快职业教育发展”调研组来公司调研。公司党委副书记王新平,公司统战部、教培中心、人力资源部相关负责人热情接待了张李锁一行。

座谈会上,公司人力资源部和教培中心相关负责人详细介绍了公司人才政策和职业教育现状。

王新平代表公司欢迎农工党民主人士来太钢调研。他说,太钢历来重视统一战线工作。多年来,广大统战人士为太钢作出了突出贡献。当前钢铁行业进入困难期,包括各界人士在内的广大职工没有被动等待,而是千方百计降成本、拓市场,为打赢生存保卫战献计出力。王新平希望调研组给太钢多提宝贵意见,帮助太钢拓宽思路,赢得市场。

张李锁说,“加快职业教育发展”是农工党省委今年重点立项的课题。太钢是省重点企业,各项管理也走在全省前列。虽然钢铁行业不景气,但通过调研可以看出太钢的各项管理非常规范,尤其是职工培训,从理论到实训,自成体系,实用有效,对全省的职业教育有很好的借鉴作用。希望双方进一步加强合作和交流,共同推动我省职业教育发展。

座谈会后,王新平陪同调研组参观了教培中心实训基地。

公司举行氢气泄漏着火事故应急演练

■记者 谢妮 报道

本报讯 近日,由公司能源环保部主办,安全生产管理部、制造与质量管理部、装备部、保卫部、医疗卫生部等14家单位联合组织的氢气泄漏着火事故应急演练在厂区轧钢中路铁路道口举行。

为深入贯彻落实国家及省市关于安全生产的系列会议精神,深刻汲取天津港“8·12”危险化学品重大事故教训,强化公司危险化学品的安全管理,针对氢气高压泄漏能自燃,且燃烧火焰无颜色、肉眼不易察觉、与空气混合易爆等危险性大的特点,公司决定由专业部门组织开展事故应急演练,以提升职工对危险化学品和易燃易爆物品事故应急处置的能力。

“氢气泄漏着火了!”15时,能源动力总厂一名巡检人员在发现“氢气1号管道泄漏着火”的险情后,立即拨打报警电话3019119,迅速汇报能源动力总厂调度,并立即在现场进行警戒。“事故”发生后,能源动力总厂调

度立即启动应急预案,通知相关部门和单位进入紧急状态。各支应急救援队伍接到命令后,火速赶往“事故”地点进行救援。保卫部组织对事故区域实施交通管制,拉起警戒线,组织现场无关人员撤离后,迅速架起水枪灭火;煤气防护站组织对现场氢气浓度进行检测和通报;医疗卫生部对伤员紧急救治。15时30分,在各部门、各单位人员的通力配合下,大火被扑灭,事故管道安全退出运行,演练任务圆满完成。演练结束后,各参演单位人员、观察员召开了总结会,对演练中发现的不足进行了综合分析,并提出了针对性的改进建议。

公司要求,各单位要继续按照“安全第一,预防为主”的方针,强化危险化学品的日常管理,严格落实各项责任和操作标准,全面排查事故隐患。同时,要制订完善的危险化学品安全事故应急预案,建立专业化的应急救援队伍,并经常进行演练,增强事故救援能力。

营销部以客户为中心提升服务水平

■记者 张晓鹏 报道

本报讯 “质量月”活动启动以来,营销部作为公司生产经营的龙头单位,围绕公司“质量月”活动主题,以用户需求为导向,夯实基础管理,提升服务水平,把以客户为中心的理念落到实处,力促公司营销竞争力的持续提升。

结合公司“质量月”活动的主题,该部对内夯实基础管理,提升营销员的专业素质。一方面,通过培训提升营销员的职业素养和业务水平,不断增强其开拓市场、扩大营销范围的能力。以加强生产工艺学习为主的同时,不定期组织市场营销和相关政策等

方面的培训,开展“师带徒”的学习方式,实现营销队伍的职业化、专业化。另一方面,鼓励营销人员积极开辟营销渠道,创新营销模式。推进个人销售向团队营销、产品销售向品牌营销转变,推进网络营销、电商平台等新型营销渠道,开发海外战略用户,扩大海外市场份额。加快推进与客户的战略合作关系建设,突出抓好主体市场,加快航空航天、铁路、军工、船舶等高端市场的开发步伐。

作为用户需求识别的主体责任单位,该部按照“质量月”活动要求,进一步树立以用户为中心的全员营销理念,始终把满足用户需求

放在第一位,致力于为用户提供更全、更好、更快的解决方案,在长期合作中实现共赢。按照用户需求,扩充现有行业办公室的职能,在现有行业的基础上向煤炭、纺织等领域延伸,从行业的角度实现用户需求全覆盖。准确辨识客户需求,虚心听取用户意见,定期召开“双经理”通气会,积极与二级单位沟通配合,及时准确传递用户需求,及时解决用户提出的问题,及时反馈用户异议,实现用户异议管理高效处置,将用户的抱怨和不满作为改进提升的方向,不断改进服务水平,为客户提供满足需求的个性化产品和服务,提高客户忠诚度,从而获得长期稳定的客户关系。

型材厂“质量月”活动招招鲜效果好

■记者 石鹰 通讯员 史蕾 报道

本报讯 “质量月”活动启动以来,型材厂借东风出实招、求实效,全力营造全员重视质量、提升质量的浓厚氛围,积极应对市场竞争,收到良好效果。

设立质量奖。该厂按作业区明确人均奖励额度,同时明确作业区目标,有一次差错人均核减5%。如径锻作业区提出“全月表面漏磨为零、全月标识错误为零、全月锻造缺陷为零”三项活动目标。如果有一人失误导致作业区一项活动目标未完成,整个作业区职工都要被核减5%奖励额度。同样的差错连续出现3次,则质量奖归零。厂相关负责人告诉记者,一人出错全部跟上受罚,这样规定虽然有点不近情理,但其好处也显而易见,目的就是为为了推动大家团结协作、互相帮助、相互监督,形成齐心协力保质量的生动局面。吴一兵是径锻作业区的技术员。他告诉记者,设立质量奖以来,大家重质量的意识更强了,问题整改的速度更快了。在该作业区,有一个名为“管理交流平台”的微信圈,及时发布工作生产和质量相关信息,且图文并茂。有人通过微信提示:标签贴歪了,马上就会有人回复处理。吴一兵说,大家其实都想做好,谁也不愿意看到微信圈里提到的问题总是自己班组的,人都要个脸面。有了

这次的质量奖推动,大家重视质量的积极性明显提高。

班组长5分钟讲质量。在型材厂“质量月”活动中,该厂提出在班前会上,班组长要围绕质量主题讲解5分钟的内容。厂相关负责人解释,以往的班前会也会涉及质量的内容,但有些概念和要求比较模糊,比如提出“按工艺执行”就算说到了,再细的要求就不再涉及了。提出班组长5分钟讲质量活动,就是要面对当前个性化特殊需求越来越多的现状,要求班组长针对每个订单、产品、用户一一讲解,要把对合同的解读传递到每个岗位的关键控制点上,使用户的需求真正落实到生产的每一个细节上。职工们反映,这样做使自己在工作中对每一个订单的具体要求、操作要点更为明确了,更能站在用户的角度替用户着想,这样用户才能满意。

进行用户满意度调查。小龙虎鹰团队是型材厂对接市场的重要举措之一,厂里设立的14个小龙虎鹰团队基本涵盖了该厂当前的重点品种,在开拓市场、服务客户中发挥了重要作用。在“质量月”活动中,该厂以小龙虎鹰团队为主体,由厂级领导带队走访用户、倾听用户心声,并进行用户满意度调查。他们还设计了“用户满意度调查报告”专用表格,与以往的出差报告相比,关注点更为一目了然。这次用户满意度调查结束后,该厂将责成专人对调查中提到的问题、建议进行逐一整理、分析,整改措施由相关责任人提报、落实,厂里限期验收,要让用户真正感受到太钢型材厂的反馈速度与整改决心。

穿孔爆破是峨口铁矿安全生产的第一道工序。该工序作业过程严格遵循“从源头把事情做好”的理念,在提高爆破质量、降低爆破成本的同时,努力为下工序挖掘运输作业提供优质的服务。图为钻机作业现场。 王振华 摄

持续基础管理
聚焦用户服务

