

面对钢铁行业遭遇的困难经营形势,怎样才能突出重围,占领市场制高点?公司在全力提升产品质量的同时,狠抓产品售后服务工作,并把满足用户各种各样的需求放在突出位置来抓。大浪淘沙,适者生存。用户到底需要我们做什么?公司二级单位又是怎样做的?本报就此展开宣传报道。——编者

不说「合格」说「合用」

冷轧硅钢厂2300作业区转观念求生存记事

■通讯员 岳九成

随着市场竞争日趋激烈和用户要求的不断提高,冷轧硅钢厂2300作业区沉下心来苦练内功,以提高稳定产品质量积极应对市场竞争。不说“合格”说“合用”,千方百计满足用户要求已成为2300作业区职工的共识。

上半年以来,2300作业区接到用户反馈,供河北用户的碳板整张钢板测量板形合格,但用户切开使用时发现部分钢板板形超标,这就出现钢板“合格”不“合用”的情况,用户很不满意,明确提出“再出现这样的情况,我们就不再订货了”。

为消除和防止类似质量问题的发生,2300作业区主动走访上工序不锈钢热轧厂和热连轧厂,主要就如何确保坯料质量细节展开全面沟通;组织全作业区职工学习贯彻公司和厂质量工作精神,让处理质量异议人员讲述用户的要求和心声,讲述自身存在的质量缺陷给用户生产造成的困难以及用户的抱怨;让生产职工体验“假如我是用户”的感受。针对用户反馈的板形问题,成立专业攻关小组,查找内因制定改善措施。

为稳定产品质量,作业区集中停车处理轧机设备功能精度问题;投料之初根据用户的具体用途制定产品“关键质量项目”加强管控;组织司炉工、轧钢工岗位员工进行技能培训等,切实将每一项措施落实到岗位,严格把好每道质量关,努力改变产品质量波动的被动局面,不断提高产品实物质量、服务用户质量。



也谈“客户至上”

■ 程文牛

对于产品制造者来说,“客户至上”是毋庸置疑的。然而,在实际工作中,制造者往往强调了太多的客观,诸如新设备调试、首次生产经验不足、不影响使用等等,从而为产品的瑕疵作辩护。一味原谅自己,怎能再去考虑客户感受?而客户会怎样想呢?

华东一个客户,一直对太钢的产品留有好的印象。近期,客户接到一批订单,正好可以用太钢产品做原材料,就立刻与我方取得联系,订了两个车皮120吨钢材。客户一直以来在关注太钢发展,这次更是满怀信心等待钢

材到货。不出所料,钢材按期到货了,客户备感欣慰,按计划组织投料了。可质检人员为验货犯了愁,所到钢卷从外包装标识无法确认是毛边还是切边卷,特别是外包装上一大一小两个标签让验收人员一头雾水,心生抱怨。还好,太钢客服人员正好赶到现场进行技术服务。得知客户的困惑,客服人员马上打电话与生产车间取得联系,为客户分清钢卷状况,顺利验收入库。

一个小小的标签,看似无关大局,但它代表的是太钢品牌形象。

象。从这件小事可以看出,我们还远没有做到完美,远没有达到客户要求得那么精细,从而给客户留下了不太完美的第一印象。

庆幸的是,我们的客服人员及时地做了补缺工作,并以职业的敏感和高度负责的态度将信息反馈到相关工序,引起了这一工序对标识这一小小细节的重视。

所以说,“客户至上”归根结底就是要把客户的需求当作我们的追求,换句话说“客户的需求就是我们的工作”。有这样的理念和行动,比喊一百句口号和找一万个借口不知重要多少倍。



营销速递

不锈钢体用钢 市场开发取得新进展

■通讯员 徐光明 报道

本报讯 近日,根据公司向国内某大型锻造企业提供的AISI410SS样料,营销部组织技术中心和型材厂热处理专家从初期的退火到最终的拉伸与低温冲击检验的全过程跟踪、指导,使产品远远超出国标,满足了用户的要求。

目前,该企业已正式向公司询价,进入订货流程。

海洋工程用双相不锈钢 出口认证顺利推进

■通讯员 安柏林 报道

本报讯 10月中旬,公司举办了双相不锈钢M-650(挪威石油标准化组织标准)出口认证咨询交流会,营销部、制造与质量管理部、技术中心、热连轧厂、不锈钢冷轧厂等单位相关人员参加了会议,TUV(中国)公司专家进行了现场指导交流。此次交流标志着公司双相不锈钢M-650认证工作进入实施阶段,为我公司双相不锈钢产品打入国际海洋工程、海水淡化以及石油天然气等高端市场提供了支持。

公司开展多项认证提高客户信任度

■通讯员 李燕茹 张维利 报道

本报讯 随着市场竞争的日益激烈,钢材产品客户不仅要求生产厂家提供产品质量证明书,还要求提供质量、环境、安全等体系认证证书,甚至有的客户为保证产品的使用安全及产品稳定,要求出具由第三方认可的证书,并派出相关专家开展现场二方审核。为快速响应客户需求,公司相关部门积极组织开展有关认证工作,在审核中不断完善自身体系并提升管理水平,让客户选择太钢、信任太钢。

公司不锈钢相关产品通过了由全球领先的瑞士SGS认证与检验机构的检测,产品均符合GB9684中国食品不锈钢制品安全标准、LFGB德国食品与日用品法、GRAS美国FDA管理局通用安全认证等相关标准的要求及规定。为满足出口欧盟的客户需

106个牌号获得了德国TüV出具PED欧盟承压设备指令及CPR欧盟建筑产品指令证书。此外,公司还对不锈钢、硅钢、纯铁等产品进行了ROHS(欧盟电气、电子设备中限制使用某些有害物质指令)及REACH(欧盟化学品的注册、评估、授权、限制)检测,产品均符合欧盟相关安全要求。

为进一步开发国际市场,太钢有效组织二方审核工作,注重持续改进,审核之后有整改、有验证,在完善常规质量、安全、环境、能源体系的基础上,不断完善社会责任管理体系、工厂条件等项目,让客户充分信任太钢。如今,公司已陆续通过了国际知名企业如壳牌、BP、ALSOTM、GE、VOITH的审核。

多种证书的获取,不单纯是企业能力的证明,更重要的是太钢对客户的一种庄严承诺。通过不断持续改进,提高客户信任度,开创属于太钢的“蓝色海洋”。

↑为做好炼钢二厂化验室设备运行维护工作,自动化公司炼钢作业区运维一组全面提升专业技能,增强快速处置问题的能力,为用户提供优质高效的服务。图为小组人员正在处理设备故障。

梁长青 摄 马妍 文



↓西安太钢销售公司深刻剖析当前钢材市场环境,大力推进产品结构升级和营销模式转变,提升终端服务能力和品种开发能力。图为该公司人员分析市场行情场景。

西安太钢销售公司 提供

跟踪服务是提高质量应战的第一张牌

■通讯员 郝克卿

在激烈的市场竞争中,除了全面提高质量管理,进行持续的质量改进外,企业的服务质量变得越来越重要,当然,跟踪服务是我们应战的第一张牌。如何出好第一张牌呢?

在处理河南某用户使用公司产品质量投诉的过程中,我感触颇深,只有深入现场才能了解用户需求,才能解决用户所需,才能解决实际问题。一次,用户反映公司产品存在冲压开裂问题。为此,模具厂家、生产厂、供货商三方共同会诊开裂原因。经分析造成开裂的原因多种多样,有产品性能不过

关,有模具不匹配,有冲压超出性能极限等原因。深入现场,了解用户工艺及使用状态,跟踪用户使用情况,发现冲压全部开裂,且开裂在同一位置,旋转180度后试验,还在同一位置,在模具的固定位置,初步判断为模具间隙问题,冲压时造成撕裂,并适时与用户沟通,建议用户调整冲压间隙试验,公司从材料的性能检验等方面积极配合用户,以期达到用户需求,用户对产品及现场跟踪服务表示满意。

企业生存发展的力量是核心技术,但企业必须掌握用户的需求质量和水平并现场跟踪服务。让我们在售后服务中,多采用跟踪服务,出好提高质量应战的第一张牌。

