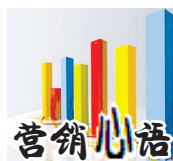


# 不锈钢冷轧厂4条机组实行经理制



## 像李嘉诚一样诚信营销

■王清海

众所周知,李嘉诚是从塑胶花厂开始创业的。一花一世界,虽然是小小的塑胶花,但“李超人”却一丝不苟,用真诚和信用打动了客户。当时,一位急需大量塑胶花的订货商来到他的公司,但这个订货商要求必须拿出担保人亲笔签字的信誉担保书。还没有什么实力的李嘉诚根本找不到担保人,但李嘉诚没有放弃,他和公司设计人员一夜没睡,按照订货商的要求设计出了9款样品放到订货商的面前。然后,李嘉诚诚恳地告诉订货商,“我实在找不到殷实的厂商为我担保,十分抱歉。”

李嘉诚的诚恳执著,深深打动了订货商,他说道:“李先生,我知道你最担心的是担保人。你不必为此事担心,我已经为你找好了一个担保人。”李嘉诚愣住了,哪里有由对方找担保人的道理?订货商微笑道:“这个担保人就是你。你的真诚和信用,就是最好的担保。”这次成功使李嘉诚的公司从此站稳了脚跟。

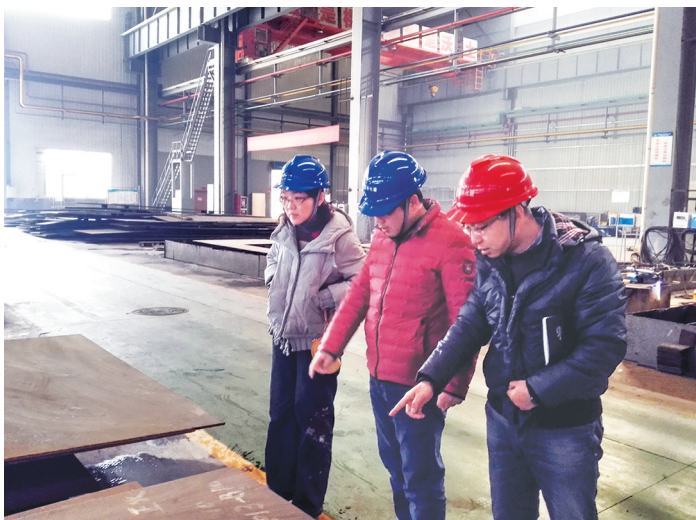
用诚信去付出,赢得对方信任,必然会得到回报。在竞争激烈的钢铁行业中,作为一名营销员,要想开拓市场,就必须得到客户的认可,而不仅仅是低价竞争。怎样才能赢得客户认可?我觉得应该在用户开始采购前,为用户提供材料、技术知识,尤其是重点大型项目、新领域行业,要适当为客户推荐材料,为客户省钱提供技术支持。这样,会很好地赢得客户信任。当得到订单后,严格按照交货期供货,提供质优产品,替用户着想,做好服务工作,最终形成一个很好的循环供应链,得到稳定的市场。总之,要想赢得市场,必须先用诚信赢得用户认可。

改革方案。依据此方案,选取条件成熟的2号热线机组、3号热线机组、3号冷线机组、10号轧机组,从原作业区分离或撤销作业区建制,实行机组经理制,并分别选拔配备了机组经理。

机组经理制不是作业区建制,运行团队精干高效。对机组经理的总体要求是带好队伍、管好安全、执行工艺、控制质量、降低成本、完成各项任务。机组经理的具体职责是:落实、监督所辖机组的安全与环保工作;根据生产总计划,安排所辖机组的生产,并

监督机组的正常运行;严格执行工艺、规程、制度等各项规定,完成生产过程的各类原始记录;控制生产过程产品质量,对因操作层面原因导致的或未执行工艺、规程、制度等各项规定导致的各类质量问题负责;负责执行能源动力介质及生产辅料的成本控制;负责对所辖机组人员的调配、考评及绩效发放等工作。

机组经理试用期为6个月,如完不成绩效指标、考评不合格要重新任命。



西安太钢销售公司按照年度预算计划,加大品种钢用户开发,深入用户了解需求,不断提高碳钢中板、不锈钢产品的销量。图为该公司营销人员与碳钢中板业务部及不锈钢热轧厂相关人员共同走访用户。季伟 摄 闫军 文

### 今日图闻

### 营销案例

## 一份小小的订单

■通讯员 寇秀荣

那年冬天,国内集装箱行业就如当时的天气一般,阴冷得可怕。黄昏时分,成都某公司的李总站在玻璃窗前望着熙熙攘攘的人群,一筹莫展。这样严峻的形势已经持续一年多了,要是再没有任何业务,怕是年关都难过了。

订单!李总,订单来了!这时小岱兴冲冲地跑了进来。李总接过订单迫不及待地打开,刚才异常兴奋的心情,瞬间又降到了冰点。

近半年来,成都某公司的业务几乎是颗粒无收,眼前这份日思夜盼的订单无疑是一根救命的稻草,可这上面的附加条件,却让李总无论如何都高兴不起来。

十天!十天内怎么可能交货嘛!凭以往的经验,他知道以前合作过的几个厂家是根本不可能在十天内交货的。难道,就只能眼睁睁看着机会擦肩而过吗?

太钢!他的脑海中迅速闪现出这两个字。是啊,为什么不去找太钢呢?太钢不锈钢是知名品牌,无论品种、质量还是服务,都没的说。可关键是,人家愿意为这十几吨的业务和咱这样的小厂合作吗?怀着忐忑的心情,李总拨通了太钢驻成都办事处的电话。

20点45分,办事处的电话铃响了,电话里传来了李总焦急的声

音。正在值夜班的小赵了解情况后,确实为难了:如果接呢,时间这么紧,订单又这么少,而且还是特殊规格,这根本就没有利润;可不接呢,又会失去用户对太钢的信赖。放下电话后,小赵一刻也不敢耽搁,马上将情况汇报给营销部。随后,这一情况又以最快的速度传递到太钢。

按照规定,这种情况属于追加合同,要等到下月才能发货。但太钢的核心价值观里只有“用户至上”而绝没有“拒绝用户”这四个字!

次日8点30分,在距电话铃响起不到十二小时的时间里,李总在办事处兴奋地拿到了合同。也许,他永远都不会知道,为了这份小小的订单,太钢会付出怎样的努力。

太钢本着特事特办的原则,打破“本月追加合同,次月交货”的惯例。炼钢二厂立即配比原料组织生产;热轧连轧厂迅速抽调精干力量进行加工,成品库抓紧时间安排货运。

一切都在紧张而有序地进行着。正当大家为可以按时交货而感到一丝欣喜时,运输却成为摆在大家面前的又一大难题。

行内人都知道,成都局是火车发运限制最严重的路段,当时又正值春运高峰,计划外加运货物那是不可能的。可如果采用汽车运输,1500公里的路途去运输十几吨货

物,高昂的运费对用户来说,肯定是难以承受的。此时,充分了解发运形势的营销人员比李总心里更着急。为了给用户节省开支,他们翻出以往的用户清单,一家家联系,一户户沟通,希望能把这批急用的钢材先运送过去。

太钢的诚心终于打动了成都的一个老客户,他们同意将本公司不太急用的钢材暂缓发货。十几吨钢材终于顺利装上了开往成都的火车。从签订合同到安排货运,仅仅只用了五天时间。火车呼啸着,载着太钢“塑造精品”的决心、“用户至上”的诚心和“建设全球最具竞争力不锈钢企业”的雄心,一路驶向前方!前方,对于太钢来说又是一个新的起点!

### 营销启示

订单没有大小,每一位用户都是我们的上帝。急用户之所急,想用户之所想,这才是一个品牌企业应有的做法。一份合同就是一份沉甸甸的承诺,一旦对用户作出承诺,就意味着无论遇到怎样的困难,都必须想方设法去解决。否则,不仅会影响用户的生产,更会影响太钢的品牌形象。这是太钢在用心实践“质量兴企,用户至上”核心价值观中的真实故事,也是太钢为什么能在异常激烈的竞争中立于不败之地的最好诠释。

■通讯员 李章军 报道

本报讯 不锈钢冷轧厂变革思维观念,增强危机意识,对生产运营及质量管理体系深化改革,划小单元,目前,4条机组实行了经理制改革。

不锈钢冷轧厂积极贯彻公司“两会”精神,审视自身,找准生产运营、质量管理短板,以市场为导向,以效益为中心,创新机制,全面建立起感受市场变化、传递市场压力的生产运营机制,制定了生产运营及质量管理体系深化改

## 营销速递

■通讯员 张鹏 报道

本报讯 公司利用电子商务具有的公开性、及时性、低成本和跨地域等优势,不断创新营销方式,在拓宽销售渠道和范围的同时,进一步压缩供应链,提高用户购买钢材的方便性和快捷性,解决原来线下固有模式的一些弊端。

通过制度建设、宣传推广、销售模式等工作的改进创新,快速推动公司电商销售业务。在电商制度建设方面,制定建立了一系列相关管理制度。如电商销售管理办法、电商销售人员操作手册、优化电商保证金制度等。在规范业务的同时,进一步提高客户参与公司电商业务的积极性。在宣传推广方面,通过第三方合作的电商平台、公司电商客户群(QQ群)、微信群、短信等多渠道、多媒体的宣传方式,进行全面的推广和宣传。仅公司电商客户群(QQ群),经过短短半年时间,客户就从零发展到538家。在销售模式创新方面,资源

配置更加合理,用户每天都可以看到不同的上挂新资源,提高客户的持续关注度。一口价销售模式与竞价销售模式互补,给客户提供了丰富的购买选择。销售时间的合理分配,一口价销售模式与竞价销售模式的销售时间合理规划,避免了销售时间的冲突,使客户可以从容在不同销售方式下购买。

## 原料开发采购部 细化条款做保供文章

■通讯员 雷玮 报道

本报讯 自印尼政府实施禁矿令以来,以红土镍矿为原料的国产镍生铁供应出现阶段性紧张,价格也水涨船高。原料开发采购部通过加大进口镍铁采购量,并在合同条款上进行新增、修订,保证原料供应的稳定性。

随着镍铁进口量的不断加大,出现了过去从未有过的诸如装船期变更、副元素超标、组批装箱、仲裁及赔款细节等争议性问题。之前,国际贸易条款中并没有对此作出细节化约定,而进口镍铁供应商多为国际大型跨国企业,易在出现争议后双方各执己见,影响原料使用。基于此,该部在2015年长协合同中提出新增、修订条款,并针对每家供应商特点单独谈判,以“尽量按照统一要求签订条款,遇到较大阻力条款则经双方谈判后变通签订”为原则,既做到对容易发生的执行异常情况有约定,出现问题能够找到条款执行,又不拘泥于过去因死条款争议不下,细节条款未达成共识影响长协采购。

该部经过长达两个多月的谈判,锁定了进口镍铁资源,为今年进口镍铁的稳定供应提供了可靠保证。