太钢日报
责编 王瑞琴
E-mail:tgrb@tisco.com.cn
2016年8月31日
星期三

# 型材厂发挥龙虎鹰机制作用 市场开发显成效

**本报讯** 今年以来，型材厂进一步发挥龙虎鹰机制作用，提前谋划，克服产品检验、加工困难，大力开发市场，取得了良好成效，实现了商品连铸圆坯的批量生产和快速投放市场预定目标。

为了切实解决客户的特殊需求，提高服务用户水平，扩大产品市场份额，型材厂对龙虎鹰实施方案进行了修改完善，以市场需求为导向，面向各工序重点用户、重点品种，确立了高端400系不锈钢等12个龙虎鹰项目，并对考核指标体系进行了进一步完善。

引入用户抱怨、异议率、合同兑现率等指标，加大对重点用户、重点品种、重点合同的过程跟踪管控力度。根据市场需求，点对点增设两名专职项目负责人，明晰责任，实施专业化绩效考评，强化重点品种服务。上半年，各龙虎鹰项目组走访用户及同行厂家、接待用户共计72家次，走访用户范围基本覆盖型材产品所有重点终端用户和新用户。通过积极开展龙虎鹰项目，轧材产品和锻材产品的新产品开发有了新的突破，成为了新的效益增长点。

龙虎鹰项目组还在降低成本上下功夫。通过大力改进优化连铸圆坯装炉方式，使均热炉凉炉时间缩短1小时、加热时间缩短2小时，大大降低了能源成本。

（型材厂党群科）

# 营销人行千里路

■ 刘恩雪

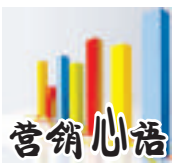
2012年毕业以后，怀着忐忑与兴奋的心情进入了营销部，自此走上了营销之路，逐渐感受到营销工作充满了挑战又时常让人兴奋。一晃四年已过去，既有收获的喜悦，又有烦躁的苦闷。这其中感受最深的莫过于出差时的见闻。

见过好心人见义勇为，见过火车上双簧打扑克骗钱，见过装可怜骗回家路费，经历过喝醉吐到饭桌下的尴尬，经历过动车晚点8个小时的无奈，经历过没穿羽绒服雪花纷飞的严冬步行3个小时的痛苦，也经历过历经千辛拿下一个订单的喜悦……曾想过将这些经历写一部自己的“徐霞客游记”，终究是经历和水平有限，没能做到。

行千里路，使我变得更加充实，一些电影或小说中的事情都已经不只是在传说中，而是变成了经历，一些专家观点也不只是一篇文章，已经变成自己的认识，一些危言耸听的谣言也在自己的见闻后变得那么不可信。

近期走访了一家生产汽车小零件的企业，感触颇多。一个只有2厘米见方的小零件，需要经过几十道加工工序，他们使用了三四条生产线，每条线仅仅需要一个工人看护和上料，每条生产线都是根据零件特点专门设计的磨具和工艺，工人只需要在前部工序放置钢材条料，经过生产线下来就变成了所需的半成品或成品，有的工序还使用了简易的机器手臂进行换位。令我震惊的是这个企业机械和智能化水平真高，询问技术人员后得知该企业在行业内属中游水平。我是被这个企业和这个行业所震惊，再放开来想一想，其实这种企业还是很多的，比如我们太钢，偌大一条生产线又需要几人？再比如汽车厂，汽车的组装自动化程度比这个企业要高得多。又想到了有些人危言耸听地说，中国人口红利已经利用殆尽，众多企业前移至东南亚建厂，中国制造面临前所未有的考验，着实是危言耸听。或许劳动密集型的企业，可能会受到一定程度的影响吧，但是我相信对中国制造业的影响肯定没有他们所说的大。“中国制造业危机”的谣言在我心中已经不攻自破。实际上，这种经历和感受总是伴随着营销人的出差生活，让我们的出差生活不再那么枯燥乏味。

营销人，行千里路，见千里事，获千里感。



炼钢二厂瞄准降本目标，细化职责，加强生产环节过程管控，力求取得降本新突破。图为钢水精炼生产现场。 **刘宝宝** 摄

# 80后营销员的青春绽放

■通讯员 **刘勤艳**

他们充满活力，朝气蓬勃，他们的努力让我们为之感到骄傲，他们的拼搏让我们为之感到自豪。

为了拓展新业务，福利总厂2014年在我省一个区域成立了办事处，营销队伍由李新贺、李晋琦、胡强组成，平均年龄为29岁，是典型的80后团队。他们长年驻扎该区域，经过短短两年的时间，已经成长为福利总厂的一支优秀营销团队。

李新贺、李晋琦、胡强执着、勤勉、担当的事迹感动着福利总厂职工。在创业初期，面对新的业务环境，他们为了尽快熟悉业务，理清工作思路，一次次深入到客户生产现场调查了解，一次次与客户见面沟通，从相互的不认识、不理解，逐渐达成共识，双方满意，紧密协同。

在业务拓展中，他们始终把“巩固老用户、拓展新用户”作为工作的突破口和努力方向。李新贺带领他的队友加大走访力度，用原始的营销方式——跟得勤、跑得快，及时掌握新老用户的需求信息，积极主动与用户交流，掌握第一手资料，并及时把相关信息向总厂领导反馈。根据用户使用情况积极组织货源，及时挂账、及时结算，快速回笼资金。

在谈到他们在工作中的不易时，李新贺感慨地说：为了与相关人员沟通交流，他们往往一待就是一整天，今天见不着明天再来，明天见不着就继续等。就是凭着这样一股韧劲，一直坚守着，终于见着了主管业务人员，并表达了诉求。李新贺说：“我们负责的区域相邻点的平均距离都在50公里左右，我也很心疼李晋琦、胡强兄弟俩，他们的年龄虽比我小，但在工作中那种执着劲儿真是令我感动、佩服。”李新贺带领着他的团队成员白天奔波，晚上收集各种资料、数据，进行统计、研究、分析。真是功夫不负有心人，正是他们对工作的认真、执着、诚信感动了客户。

“拼，困难向我们低头；再拼，成功向我们招手。”正是这种精神力量一直鼓舞着这支营销团队不断向前走。

# 真诚服务赢得信誉

■通讯员 **白旭峰**

高文军是复合材料厂销售服务科的一名成品复合板发运工，也是复合板成品发运的最后一道把关者，他想方设法满足用户需求，以实际行动展示了太钢员工的良好形象，以真诚服务赢得了客户口碑。

一上班，高文军就会接到精整作业区送来的一大堆复合板成品包装清单，他拿着清单去现场一一进行核对，核对实物的存放地点、货位号。核对完毕，打开办公室电脑，把一张张板材清单，输入电脑产成品库，并告知营销部，等待款到发货。然后，把当天的入库情况和昨天的发运情况用特定的格式，报送给厂长、科长、厂调度，相关部门人员就可一目了然地看到每天的入库出库量。

每到复合板成品发运日，高文军总是仔细审验拉货司机送来的配货通知单之后，开具《复合板成品装车通知单》，并给精整作业区传达装车任务，随后与司机们一起去现场装车。

装车之前，高文军与调运人员必须先核实垛位号与板材型号，确保准确无误。装车的时候，高文军监督装车人员把复合板整齐堆放在车上，监督运输司机把复合板捆绑好。等车装好以后，他开始一个个仔细核查司机驾驶证、车辆行车证号，然后开具出门证。

高文军从事的职业看似很程序化，实际工作干起来却不是描述的这样简单。他说，发运工作尽管算不上是难度大的技术活儿，但是，他们的细心核对还是会发现问题。比如发运员曾经发现过标签上板号与包号不匹配问题；通过计量，他们还发现过一次包内板材实物数量与标签数量不同的问题。作为复合材料厂的对外窗口单位，他们的工作质量体现更多的是服务质量。有时候，运输车辆来晚了或者到吃饭时间车还未装好，他就会热情地带领司机去食堂吃饭。还有的板材按理论计算运输不会超重，但是板材加工时存在余量差。这样司机心里存有疑虑，怕在行驶中因超载罚款。高文军就联系计量检验室人员给予过磅计量，让运输司机做到心里有数。

很多时候，因为客户的要求或运输单位的原因，晚上发运装车或节假日装车是常有的事。对于这些，高文军和同事们没有任何抱怨，早已习以为常。他们怀着满腔热情，以一流的服务换来了复合材料厂在客户心目中的良好信誉。

沈阳沈水太钢不锈钢销售公司积极开展库房安全大检查，强化库房安全管理，梳理安全隐患并制定整改措施。图为库房专职安全员现场就灭火器使用方法对相关人员进行讲解和示范。 **季伟** 摄