

# 聚焦用户需求 聆听用户心声

——焦化厂践行用户至上核心价值观小记



■通讯员 刘彦辉

俗话说“好钢要千锤百炼”，一个好的产品每一道工序、每一个环节都容不得半点马虎。只有上工序精心操作，将制作的材料或粗产品送至下工序精炼，最终才能为用户生产出精美的产品。其实，在我们企业内部应该有服务用户的质量意识，上工序为下工序输送物料，那么下工序就是用户，我们应该了解下工序的质量需求，聆听他们的声音，满足他们的各项工艺要求，这样，各精品工序密切配合才能

形成精品产线，由精品产线生产出精品产品，最终汇聚成精品工程。

焦化厂煤备作业区煤调湿工序本着用户至上的服务理念，积极走访下工序炼焦作业区对质量的需求，聆听用户的声言，做到全心全意为用户服务。他们将入炉煤水分作为关键控制指标，对水分进行在线调控，实行煤量与蒸气同步调整，稳定出口水分值，对异常参数做到班班统计分析，制定专项管控措施，实现水分百分之百达标。同时，煤调湿工序还将用户的潜在质量需求列入质量管控目标，组织职工开展质量大

讨论，充分发挥岗位员工的聪明才智与操作经验，有针对性地制定改善煤料中铁器、杂物的方案，稳定杂物机和除铁器运行率，提高工作效率，进一步减少放铁操作和捅溜槽的操作时间。同时，加强设备巡检，稳定煤调湿设备运行率，保障煤塔库存。

聚焦用户需求，聆听用户声音，用心服务，改善品质才能赢得用户青睐。提升质量与用户服务水平永无止境。焦化厂不断提升质量意识，进一步提高质量管控能力，用心打造自己的产品，尽全力满足用户的需求。

## 不锈钢冷轧厂 加强自提业务管理

■通讯员 李章军 报道

本报讯 今年以来，不锈钢冷轧厂加强成品发运自提业务管理，提高自提用户服务意识和质量，营造成品发运环节风清气正氛围，积极维护太钢品牌形象。

不锈钢冷轧厂加强成品发运自提业务组织领导，针对成品发运自提流程存在的问题，重新修订流程；加强库区自提料定置管理，明确生产调度、天车作业区、成品作业区自提装运服务职责，建立联动考评奖惩机制，缩短装货作业及提货人员等待时间；加强对主要提货区域车辆的有序管理，确保交通物流顺畅；对首次提货用户进行耐心引导服务，讲解提货流程，指引自提用户进入车间装车区域，确保快速完成提货装车；加大成品发运环节服务监督力度，组织直接涉及自提业务的管理层与操作人员接受纪律监督，进行自提业务岗位廉洁承诺，共有165人签订了《不锈钢冷轧厂自提业务岗位廉洁承诺书》，使自提业务岗位人员做到牢记职责、耐心服务、提高效率，杜绝“吃拿卡要”。

## 设备物资采购部 查不足强服务

■通讯员 白利新 报道

本报讯 近期，设备物资采购部针对提升上下游客户服务水平以及在采购过程中存在的问题，展开深刻反思，全面查找工作中存在的不足和问题，制定实实在在的措施加以整改，积极提升服务水平。

围绕业务接待及洽谈，设置更多的接待室，配备纯净水、纸杯等。在一楼大厅增设适宜休息的小型会客桌椅，由各采购室主任轮流值班负责接待。加强对供应商及用户代表车辆的引导。针对供应商送货过程中存在的卸车时间长的问题，仓储作业区增加卸车人员，合理调度安排装卸机械，部纪委和管理科室定期深入库房监督督促整改。采购科室提前电话告知前来办理业务的供应商应遵守的制度和规定。采购科室内部形成“AB角补台机制”和“首问负责制”，尽量减少用户的业务办理时间。通过对外发布微信号和中联钢、太钢外网等，完善公开询价的发布形式，规范公开询价的方案制作，设定适当的门槛和条件，打破招标过程中的“玻璃门”，倾力打造开放透明的招标平台，不断吸引优秀供应商参与其中。加大纪检督办典型案件力度，深入现场执纪问责，强化警示教育和震慑作用。



## 顾客与质量

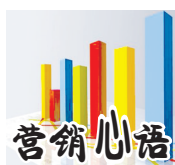
■吕振强

“顾客满意就是我的质量。”这句话简洁明了地阐明了一个企业永远的追求是顾客满意、质量第一。要想使顾客满意，那就必须时时将顾客的需求放在心上。同时，要提高责任心，时时做到“三不”，即不接受不良、不生产不良、不输出不良，从而保证从我们手中输出的产品最大限度满足顾客的需求。

一个企业如果不注重顾客的需求，不把顾客的需求放在心上，不制造出质量一流的产品，那么，竞争和发展就无从谈起。尤其是对于钢铁企业来说，众多的顾客和一流的质量是我们企业赖以生存和发展的基石，要知道，一个真正有竞争力的企业是因为有着众多的顾客和厚重的质量基础作保证的。只有维系好顾客并打造出一流的质量，才能立于不败之地。

顾客是企业生存和发展的“软件”，产品质量是企业做强做优做大的“硬件”。企业只有把注重顾客的需求和讲究质量放在整个企业工作的重要位置，把两项工作作为企业的生命来抓，才能在激烈的市场竞争中站稳脚跟。

当前钢铁企业形势严峻，我们更应该苦练内功，强化各岗位标准化操作，将产品质量做到极致、完美，赢得更多顾客的青睐。



## 加快新产品开发 掌握市场主动权

上图：为拓展市场空间，最近一段时间以来，复合材料厂着手进行金属爆炸复合圆坩埚的制作，这是复合材料厂对复合板深加工的首次大胆尝试。图为职工精益求精进行焊接作业。

白旭峰 摄

## 道听途说何足为信

孔子的一位学生在煮粥时，发现有个细小毛掉进锅里去了，他连忙用汤匙捞起，正想把它倒掉时，忽然觉得，一粥一饭都来之不易啊，于是，便把带有细小毛的粥吃了。恰巧孔子走进厨房，以为他在偷食，便教训了那位负责煮粥的同学。经过解释，大家才恍然大悟。孔子很感慨地说：“我亲眼看见的事情也不确实，何况是道听途说的呢？”

营销启示

营销是一个团队合作性很强的工作，因为人多，人事问题也多。我们不时会听到是非难辨的话，如某公司攻击另一公司，这样，往往令人混淆是非，影响工作信心。因此，查实事情真相，不要轻易相信谣言，辛辛苦苦建立的事业才不会毁于一旦。

## 空欢喜一场

有一位很喜欢音乐的国王发了一个告示，宣布有谁能奏出优美的小提琴乐曲，便有重赏。

不久，来了一名小提琴手，国王随即命令他演奏。这名小提琴手果然奏出了一曲非常悦耳动听的曲子。

国王听得如痴如醉，龙心大悦。当小提琴手向国王要赏金时，国王却一分也不给，小提琴手不满地说国王食言。

国王却笑着回答说：“哈哈，刚才你演奏音乐给我听，让我空欢喜一场。我说要给你赏金也是让你空欢喜一场罢了，这还不公道吗？”

营销启示

常常有一些营销人员看见别人取得辉煌成就时，也非常豪气地说：“给我一点时间吧，我要做得比他更好。”或“他能，我也一定能。”可惜的是，他从来没有认真地行动。日复一日，年复一年，他却一事无成。只会谈成功、理想、目标、计划，但从不动手，到头来岂不是空欢喜一场吗？

## 集中学习充电忙 提升服务正能量

下图：为快速提升营销人员素质，近期，营销部邀请资深营销培训专家进行《如何做好营销管家》培训，使营销人员在理念、行为上提升认识，有所突破，增强为客户提供超值服务的意识和能力，树立太钢营销人员新形象。图为培训现场。

李燕茹 摄

