

B4 GONGGUANYINGXIAO | 公关营销

代理发财 品牌发展 ——双星集团成都物流平台成立三周年庆典侧记



朱国昌(右二)宣布特大奖获得者。

□ 本报记者 何沙洲 文/图

3月6日,农历的二月二,民间称这一天为“龙抬头”,是春回大地,万物复苏的好日子。当天,也是双星集团成都物流平台成立3周年的纪念日。两个喜庆的巧合,让前往成都东方幸运城参加庆典活动的500多名双星经销商和双星员工们都很高兴。

“3年来,成都平台经历了风风雨雨,2008年的特星事件、汶川大地震,2009年一直持续的金融危机,2010年严峻的市场形势、改革调整等,可以说是‘创业艰难百战多’!”双星集团西南大区总指挥朱国昌说,3年来成都平台在一步步地发展壮大,这是代理双星产品的广大经销商和双星全体员工们不畏艰辛、不辞辛劳,严冬酷暑都依然工作在市场一线,加班加点甚至通宵达旦,才换来了成都平台的持续发展,使成都平台在“比危机还危机”的2010年里基本完成了双星集团下达的各项任务指标;这也使全

体经销商和员工更有信心继续开来,团结一致实现“代理发财、品牌发展”的共同愿望。

“敢卖、会卖、用心卖” 才会在危机中发财

据成都双星名人商贸有限公司张定元介绍,2010年出现了“比危机还危机”的市场形势,销售一季度出现下滑;但通过调整业务政策,加强市场维护,并实行了平台买断经营、平台订货制、平台内部股份承包经营等机制调整,很快扭转了被动局面。在市场严峻的形势下,成都双星去年仍新建店98家,整改老店68家,网络保持了稳定,有力地支撑了2010年平台销售,做到了“高端必须抢,大众化市场坚决不能丢”。

庆典会上,表彰了四川省20名优秀经销商和20名优秀专卖店店长,以及双星成都平台的先进集体和先进个人。这些优秀经销商敢于面对严峻的市场形势,善于在危机

中创新经营,在去年仍然取得了很好的经营业绩;而销售好的店,都有一个共同特点,就是营业员管理做得好,留住了优秀的导购人才,还有一个会管理的店长。当天,在双星员工表演的联欢晚会上,还设立了几十个现场抽奖奖励为平台发展做出了贡献的经销商和员工们。

5名优秀经销商奖励宝岛台湾游,15名优秀经销商奖励新马泰游,这令经销商们激动又感慨。一位获奖经销商由衷地表示,至今自己还没有出国旅游过,代理双星品牌让自己圆了发财梦和出国梦。怀着“感恩双星”的心情,两位优秀经销商上台毫不保留地交流了自己如何开店、如何店堂管理、如何促销、如何抵御房租、人头费上涨的压力、如何结合自己店里实际情况创新经营等方面的经验和教训。这些用心血和钱换来的商战经验和教训,让更多经销商明白了在严峻的市场竞争中要“敢卖、会卖、用心卖”,才会在危机中发财、发展。



优秀经销商上台获奖。

双星鞋服 有很好的竞争优势

“2011年仍将是市场形势极为严峻的一年,我们会全面贯彻双星集团汪海总裁提出的‘敢挑战、战困难、再创新、上台阶’的指示精神,继续落实股份承包责任制,西南大区将在各个方面予以大力支持,包括专卖店招商政策、货源组织、体制机制调整等等,大区都将发挥服务市场、协同配合的作用,让产品更加适应市场需求,让服务更让大家满意。”朱国昌的讲话获得满场热烈的掌声。

双星是国内最早拥有国家级技术开发中心的制鞋企业,是著名老品牌,双星鞋服质优价廉,很适合目前中国人的消费需求,有很好的竞争优势。而且,金融危机爆发以来,善于抓机遇的双星集团跟着市场走、围着市场转、随着市场变,大力调整产品结构,加大新产品、高端产品、高附加值产品的开发,为经销商及时提供了更多适合市场需求的质优价廉产品。

今年春节假期刚过,朱国昌就率领双星西南大区的成都、昆明、重庆、贵阳物流平台的总经理等负责人前往青岛、福建、浙江、广东去考察、交流,为2011各季节组织适合西南市场的产品。2011年双星西南各个平台的中心工作就是要把现有网络维护好、服务好,组织适销对路的产品,制定合理的价格,平台把利润看薄一点,进一步让利经销商,帮助代理开展各种形式的促销活动,切实提高单店运营质量,要让大家挣到钱,只要大家都挣到钱,平台自然而然就发展了。

对此,朱国昌向当天参会的双星经销商和员工说:“选择了双星,就要对这个品牌充满信心。面对金融危机,不要为‘危’吓倒,也要为抓住‘危’中之‘机’树立起信心,而且还要用‘心’去经营。”他表示,双星公司一定要为大家服好务,一定要为广大员工创造干事和成长的氛围,齐心协力实现“代理发财、品牌发展”的共同愿望。

海尔售后服务集锦

海尔延保服务小投资大回报

刘小姐在家附近海尔社区店买了冰箱。冰箱装好后师傅推介延保增值服务。刘小姐觉得合算,就给家里的海尔彩电和冰箱买了延保。

刘小姐说,海尔延保服务小小投资便可为将来节省一大部分潜在的费用和带来长远的保障回报。

海尔1+5 增值服务让您放心

王先生买了海尔冰箱,师傅送货上门提供1+5服务。据介绍,海尔“1+5”服务的“1”是指为用户提供一次好的服务;“5”是指每次上门的同时为用户提供安全测电服务、讲解指导使用服务、产品维护保养服务、一站式产品通检服务、现场清理服务。

王先生说1+5服务让用户放心。

海尔一流的服务

年前,沈阳地区普降大雪,郊区赵先生因儿子结婚急需装空调,联系海尔。售后经理立即安排,上门人员克服大雪造成的道路困难。经过一个半小时终于赶到用户家,为用户将空调安装好。

赵先生感动地说,要告诉亲戚朋友也买海尔产品,海尔的服务是一流的。

海尔周到的服务

吴先生家冰箱到了退休期,打算买新冰箱。后来听邻居说海尔品牌好、服务好,于是联系海尔告知家中空间有限。师傅上门设计并推荐了一款并很快送货,师傅还对机器进行调试,并耐心教他到学会使用。

吴先生感慨,海尔服务真周到。

海尔顾客就是上帝

李先生买了海尔洗衣机。师傅准时送货上门,安装要打眼,师傅装好后教李先生使用方法,还通检其他电器。临走,李先生拿出打眼的钱,可师傅说这项服务海尔是免费的。

海尔之所以成为大品牌,与它的服务理念是分不开的,顾客是上帝。

(苏水良)

树中国重汽品牌 打造百年基业



□ 周雪

2010年,我国重卡市场销量突破100万量,创造了一个新的历史纪录;2010年,中国重汽全年累计产销重型汽车199635辆,同比增长60.06%;整体市场份额达到19.62%,再次捍卫了中国重卡行业领军者的荣誉。

“十一五”期间中国重汽坚持自主创新,在依托加快产品研发,调整产品结构,全员推进精益化管理,大力提升产品质量,实施区域化重组、抢占新能源汽车领域先机上做足文章,产销量从2005年的44万辆到2010年产销整车超过19万辆,增长幅度达到330%;销售收入超过800亿,比2005年增长450%;各项主要指标平均年增长45%以上,大大高于行业平均水平。

2011年1月,中国重汽产销重卡18000辆,同比增长8.15%,为“十二五”开局之年打响头炮。

自主创新助力产品结构调整

延伸产品线是中国重汽实现企业发展的战略路径。自2009年7月起,中国重汽先与德国商用车巨头曼(MAN)合作合资生产重型发动机和重型卡车,后又在国内进行了一系列大手笔兼并收购,涉及的车企有中外合资企业和本土农用车企业;产品线覆盖重、中、轻、微全系列商用车以及其他专用车、改装车,形成了一个庞大的集卡车、客车及发动机、机械工

程生产和采购营销于一体的企业集团。中国重汽规划,在5至10年内,将跻身全球前三大商用车制造商之列,其勃勃雄心可见一斑。

在开发符合国家法规,适应用户需求产品的同时,他们加大营销力度,今年仅设立牵引车专营店已达90多个。

始建于1986年的中国重汽技术中心是中国重汽新产品研发和试验的综合科研基地,也是中国汽车行业唯一一家国家重型汽车工程技术研究中心。近年来,中国重汽投入企业技术改造的资金已达120亿元,这使其制造工艺和生产规模快速与国际重卡先进企业靠拢。目前已开发出具有自主知识产权的HOWO等九大系列整车产品,车型达3000多个,并获得国家授权专利1260多项,成为全国汽车行业专利最多的企业。技术道路上的孜孜以求,使得中国重汽能顺应节能减排的大趋势,将目光瞄准适应未来发展、节能环保的新能源汽车和轻量化汽车,逐步实现产品结构的调整和升级。

质量铸就荣誉

2010年12月28日,在第二届山东省质量奖颁奖仪式上,中国重汽集团以卓越表现获此殊荣。作为省政府设立的最高质量奖项,不仅是单纯考虑产品质量,而是依据GB/T19580《卓越绩效评价准则》国家标准,对企业生产经营管理质量、产品质量、对客户的服务质量、社会责任履行等方面进行全面考核评审,体现一个企业综合经营管理水平达到在国内、行业内

卓越水平的综合奖项。荣获含金量如此之高的省长质量奖,对中国重汽来说,是企业“用人品打造精品,用精品奉献社会”质量理念的一次完美注解。

2011年初,中国重汽在伊朗组装的重型载货汽车通过伊朗国家标准局全部检验。

目前,中国重汽已实现了质量信息的网络化和生产过程质量控制的智能化、自动化。在国内重卡行业,率先将条码技术运用到重卡产品中,提高了产品质量信息管理水平,使产品的售后管理迈上了一个新台阶。

中国重汽近年来先后筹集资金70余亿元用于技术改造,提高技术装备水平。建成了具有世界先进水平的整车装配和检测线;包括日本进口压力机组成的8台大型冲压线;由6台ABB机器人和美国EASOM传输机构组织的自动化焊接线;采用PLC控制、人际界面故障状态显示、PROFIBUS等技术组成的自动化底漆、中涂和面漆涂装线和由比利时SOENEN公司生产的三面冲孔自动化车架生产线,达到国际先进水平。

为了强化制造过程和质量的提升,中国重汽成立了质量技术中心,制定了质量责任考核办法,实行制造单位总经理全面负责制,将质量与职务挂钩,从而进一步保证实现中国重汽质量目标。

精益管理形成长效机制

2008年中国重汽果断提出了以调整产业结构、转变增长方式、自主创新为主题,抢抓机遇,科学发展,全面推行精益管理,向管理要效益、向质量要增长的新思路。

减少2秒钟,多产2000台。通过对实验台泄气电路的改造,电器参数的调整,使每台油泵做气密时间减少了约2秒钟,不仅每月油泵气密过流量可多产出约2000台,而且还改善了气密工位的工作环境,减少误判漏判现象,有效提高油泵的产品质量——这是中国重汽重庆燃油喷射系统公司总装车间所创造的效益,也是中国重汽近年来推行精益管理的一个缩影。

中国重汽济南卡车股份公司作为重汽集团的主力军,以基本生产单元班组为自主改善的切入点,围绕现场5S改善、质量提升、减少浪费、提高生产率等方面,组织员工积极开展改善活动。在不到一年的时间里,一线班组、工段累计提出改善项目10476项,实施完成9902项。

如今在中国重汽无论是生产一线、销售系

统还是管理部门,均要求将精益管理形成一种持续改善的长效机制,贯穿生产经营的全过程。

以承担企业社会责任为己任

作为一家大型国有企业,需要承担的不仅仅是经济责任,更重要的是社会责任的履行。近年来,中国重汽大力开发和推广节能、环保的新产品和新工艺,将节能减排落到实处。

中国重汽近年来不断增加职工收入,使在职员工人均年收入由重组前的不足1万元,增加到现在的38万元。为解决员工的住房问题,采取集资建房等方式新建住房2000余套、195万平方米,先后为7000余职工解决了住房问题。改善了职工医院条件,为员工提供高质量、低成本的医疗服务。投入大量资金添置班车接送职工,积极解决职工就餐、子女入学等实际问题,使职工的工作环境、生活条件得到很大改善。

多年来,中国重汽集团主动承担社会责任,积极支持慈善及助残事业,热心参与社会各类公益活动。目前已累计投入赈灾项目超过1亿元、捐赠财物近3000万元用于支持慈善公益事业发展。

中国重汽(香港)公司从上市开始,已连续两年向香港慈善机构每年赠送100万港元公益金,并获颁香港公益金荣誉奖。在“尊重、关心、帮助残疾人”活动中,中国重汽为山东省和济南市残疾人福利基金会捐款,用于贫困残疾人的医疗、康复、教育、生活等救助。

面对各类灾害——汶川地震、玉树地震、冰冻灾害、南方旱灾、东南亚海啸、华源煤矿透水事故……中国重汽员工慷慨解囊,捐款捐物累计近3000万元。为支援四川人民重建家园,中国重汽投资中国重汽绵阳(富临)专用车生产基地项目,累计投入已过1亿元,顺利完工的一期建设,为绵阳市提供了300个就业岗位。2010年,为响应国家西部战略和海西发展战略布局,中国重汽集团成都王牌商用车有限公司和福建海西汽车有限公司相继揭牌。

中国重汽还热心扶持体育事业的发展,先后冠名山东女足、生活日报群康俱乐部象棋队,并赞助中国跤王争霸战、全国女子举重队、第十一届全国运动会等。

在金融动荡、资本市场不稳定的情况下,中国重汽时刻维护广大股东权益,相继在2009年9月23日、10月17日连续大幅增持中国重汽(香港)有限公司股份达43218000股。随着中国重汽集团慈善公益事业的不断前行,

中国重汽也收获了“中华慈善奖”、“2009年全国精神文明建设先进单位”、“全国模范职工之家”、“香港公益金荣誉奖”、“山东慈善奖”、“山东省最具爱心企业奖”、“2008山东十大责任企业”、“2009年度省级文明单位”、“2009年度最具爱心企业奖”和“我的兄弟姐妹——爱心大使奖”、“济南市热心泉城公益事业优秀集体”、“济南市见义勇为事业突出贡献奖”、“济南慈善十年突出贡献奖”等多项荣誉称号。

树中国重汽品牌 打造百年基业

经过“十一五”期间的长足发展,中国重汽在行业中的地位和影响力发生了明显的变化。从“十一五”初期的第二集团军到目前被行业公认为第一集团军,就产销规模而言已进入重卡行业世界前三位,技术水平和运行质量一直引领行业发展。中国重汽在国内汽车行业的快速发展,也受到党中央、国务院和各级党委政府的高度重视。胡锦涛总书记、吴邦国委员长、温家宝总理等许多党和国家领导人先后视察中国重汽,对中国重汽取得的成绩给予高度赞扬。国家汽车产业振兴规划把中国重汽列为重点支持的八大汽车集团之一。

对于下一个五年的发展,中国重汽提出:“树中国重汽品牌,打造百年基业”,努力打造百万辆级企业,到“十二五”末,销售收入达到2000亿元;汽车产品覆盖重卡、中卡、轻(微)卡、微轻客、大中型客车、矿用车、码头作业车辆、特种车、高附加值工程机械、吊车;重卡产品技术达到世界先进水平,产品适合国内外目标市场需求,质量水平达到亚洲发达国家水平。

打造百年基业,逐步做强做优中国重汽,中国重汽着力在“四强四优”上下功夫。“四强”就是自主创新能力强、资源配置能力强、风险管控能力强、人才队伍强;“四优”就是经营业绩优、公司治理优、布局结构优、企业形象优。使企业具有国际竞争力,主要特征是:主业突出,公司治理良好;拥有先进产品和国际知名品牌;具有较强的国际化经营能力和水平;在国际同行业中综合指标处于先进水平,形象良好,有一定的影响力。

中国重汽提出2011年确保产销汽车超过23万辆,销售收入过千亿元,主要指标增速保持在15%-18%,各项指标高于行业总体水平。中国重汽正在迎来科学发展的“黄金时期”,朝着“十二五”规划中提出的世界500强目标砥砺前行。