

锡柴在赢得品质好口碑的同时,升级版的锡柴精芯服务更是其满意的重要因素。一系列融质量、效率、服务、亲情于一体的全方位专业化、终端化的“精芯服务”新举措,实实在在地解决了用户的难题,赢得了用户的高度认可。

锡柴精芯服务再升级

不惧炎炎烈日,“一汽锡柴服务日”首日赢赞誉

骄阳如火,蝉声阵阵。一个个锡柴技术服务技师身穿“精芯服务”的服务工装,顶着烈日,汗流浹背地为锡柴机用户进行现场服务。8月26日上午9时,记者在“一汽锡柴服务日”现场——南京一汽天吉服务站宽阔的内场上看到,锡柴销售公司驻江苏区域的服务经理施海华与一批锡柴服务技师坐诊现场,为用户提供个性化服务,为用户爱车进行“体检”式免费检查……同时,为传授给锡柴机车主更多的发动机配件真假鉴别知识,锡柴配件技术专家也同时坐诊,向用户介绍锡柴机配件真假鉴别方法、配件优势及购买途径。

“面对面服务,我们满意”

“有了锡柴这么专业的面对面技术指导和服务,我们放心了。”8月26日上午9时15分,来自南京康泰物流有限公司的司机马士新,看着锡柴专业服务人员正有序地对奥威发动机进行发动机运行状态的逐项检测,脸上挂满了汗珠,头发都湿了,身上的衣服也湿透了……他非常感动,“锡柴服务充分体现了对用户负责精神。”马师傅说,公司一直是锡柴机解放车的铁杆用户,已拥有30多辆锡柴奥威机的解放车,年初又买了10辆匹配锡柴奥威发动机的解放J6车,目前已安全运行了5万多公里,油耗均在百公里32升左右。

“锡柴服务日的服务项目,无论是从发动机的外观与保养体检,还是传授锡柴配件真假鉴别方法,都诠释了锡柴精芯服务的内涵

车间“微”创新,解决装置大问题

今年以来,河南羚锐制药股份有限公司的通络祛痛膏、壮骨麝香止痛膏、小羚羊退热贴等贴膏剂主导产品的生产、销售出现了产、销两旺态势,并涌现出了一批典型的“微”创新案例。

羚锐制药贴膏剂事业部提取车间3号提取罐投料口开关和排料口开关在一个操作面板上,尽管车间以定置定位管理的方式对其进行了醒目的标示,但仍然存在将排料口开关误认为是投料口开关的风险。在车间安全排查过程中,相关管理人员强烈建议对该设备进行技术改造,经过现场考察和仔细思索,再结合车间防止误开阀门而采取的双阀门控制措施,建议对排料口开关进行双阀门控制,在排料口开关系统上再连接一个阀门,投料口关闭后,再关闭该阀门,投料完毕,在操作投料口开关时,即使误操作排料口开关,也不会将排料口打开。车间就此组成整改小组,组织人员按照该方案对提取罐进行技术改造,相关技改实施后效果良好,进一步规避了物料的损失。

无独有偶,羚锐制药贴膏剂事业部包装车间分页机在打码过程中,存在无法准确打印信息,进而导致不合格品和生产成本增加,不仅影响产品质量,也造成材料浪费,并大大降低了劳动效率。针对这一情况,车间组织维修技术骨干进行多次会商,多方面排查分析,力争摸索出解决办法。关键时刻,跟班的维修工人师傅以较强的责任心,经过反复耐心观察和认真思考,最终找出了造成材耗上升的原因,并大胆尝试,果断地将原有的1组压板螺丝增至2组,又在橡皮压板前面加装1组调整螺栓;而加装调整螺栓后的分页机更便于将小盒固定在输送带上,不跑偏,能够较好地将打印信息准确无误地打印在规定的位置上。节能降耗效果十分明显。(汤兴)

茅台保健酒业举行成立30周年员工茶话会

8月29日,贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司成立30周年员工茶话会在仁武大酒店举行,共同分享30年的苦与乐,预测未来之喜与忧。参会的有公司退休职工代表、各部门负责人及企业骨干共80余人,茶话会由公司党委书记、副总经理谭定鸿主持。

在员工自由发言环节,感激退休职工、崇敬老员工、勉励新员工,是大家畅谈的主题;员工有朝气、领导有干劲,是每个人在发言中共同表达的心声;对公司取得的成绩,大家深感自豪。“生产是一线、销售是火线”,公司副总经理、销售公司党支部书记、总经理赵富钢在发言中表态:要率领整个销售公司继承发扬老一辈艰苦奋斗的精神做大做强保健酒业;离退休职工“已奉献青春,现在到了贡献终身的时候”的发言诉说的是解不开的企业情结;“老黄牛”精神是对企业骨干的写照,也是新员工的教科书。

公司党委书记、副总经理谭定鸿在总结中说到:公司从1984年10月成立到现在,已走过30年的光辉历程,公司从小到大、从弱到强,全体保健酒人团结奋进,共同造就了今天的辉煌。老员工身上有很多好的经验、情操、精神值得我们今天在岗的保健酒业人学习。希望通过今天真心的沟通、交流,取长补短,推动公司的发展。(罗江琴)



……”开着解放J6车来的个体运输户张长友向记者介绍,他今天主要是来享受一下锡柴免费的体检服务,他对这款买了三年的解放J6车的发动机质量非常满意,“我就相信锡柴机的解放车,不光服务好,还特别节油。”

“锡柴确实比其他品牌发动机厂家的服务好,奥威发动机不仅安全可靠,油耗也可省2—3升左右。”记者在南京一汽天吉服务站内随意采访了几位司机,他们都对锡柴奥威发动机质量和服务满意,表示今后买车仍会

优先选择锡柴机解放J6车。

“专业传递,服务延续”

“‘一汽锡柴服务日’不光是锡柴发动机专业保养技术的传递,更是锡柴精湛、精益、精诚服务的延续。”据锡柴销售公司驻江苏区域的服务经理施海华说,服务日当天,南京还有3辆锡柴专用服务车正在路上为南京青奥会服务的130辆锡柴天然气动力公交车客

中铁二十三局八公司党委狠抓基层党建标准化过程控制

去年底,中铁二十三局八公司党委按照集团公司《工程项目党建工作手册》和《项目党建有形化建设规范实务手册》要求,结合该公司各基层党组织实际,编印了《项目党建标准化建设指南》,党委工作部利用年终各基层单位召开民主生活会之机,深入各基层单位对党务工作人员进行了一对一的授课和讲解。与此同时,公司党委专门下拨项目党建标准化建设经费,用于标准化建设的框架搭建。

项目党建标准化建设的主要内涵是“一室二栏三册四表五本六盒”。“一室”是指党员活动室,《指南》对活动室需具备的要素进行了规范,对活动室门牌、组织机构示意图、支部委员职责图、活动室的主墙布置提供了参考图例,便于形成统一的视觉识别系统。“二栏”是指党(企)务公开栏和党建活动宣传栏。在提供参考图样的同时,要求各项目部要及时更新此“二栏”的张贴内容。“三册”是指《党

建工作实用手册》、《党员手册》和《党员花名册》。“四表”指党内材料移交明细表、党员党费收缴明细表、宣传稿件登记表、稿费发放表。“五本”指党工(支)委会议记录本、党小组会议记录本、党员大会记录本、党课教育记录本、中心组学习记录本。“六盒”指党内文件盒、发展党员资料盒、民主生活会资料盒、组织建设资料盒、党建活动资料盒、主题教育资料盒。

实施项目党建标准化工作半年多以来,该公司党委以各种方式进行督促指导:首先安排各单位上报标准化框架搭建的图片资料,了解活动开展的程度。其次,在日常业务工作中,按照标准化建设要求,指导各基层党组织丰富内容,使各项安排在工作中落到实处。对各单位每月上报支部计划涵盖不全的,及时指出问题所在,并在下月工作中检查落实情况;对各单位支委人员发生调动的,及时

督促增补支委委员;对每季度党费收缴情况及时进行清理,对漏收、少收的在月度通报里及时体现。对入党积极分子、发展对象和预备党员的内部调动,党委工作部及时转接内部组织关系并要求调出单位及时移交入党材料,对于不规范、不完善的材料,要求调出单位党组织立即整改;对于不及时移交入党材料的单位进行通报。第三,对新从事党务工作的人员进行手把手地带帮,一边教工作方法,提工作要求,一边及时检查,加强督促。

对于各基层党组织党建标准化建设的具体开展情况,内容丰富程度,却需要现场查看方可了解实际情况。为此,公司党委工作部今年下半年开始陆续到各基层单位进行党建标准化工作专项考核,截至目前,已对广元党支部、江南党工委、江南一二、三分部党支部及养马河分公司党工委、桥航、金结进行了专项考核,考核最高95分,最低80分。从考核情

用行动践行关公坊精神 有付出就会有回报

——关公坊抽调非销售人员参加市场工作系列报道(二)

■ 何青林 雷国庆 田海洲 祁士虎 龚江桦

沙洋市场: 还是选择关公坊,卖你们的酒放心

8月30日,跟随着金网车队来到了沙洋市场拾回桥镇,我们穿着统一的关公坊文化衫,拿着宣传单,提着关公坊“财韵”、“新精品”等产品继续我们的进店工作。

“阿姨,您好,我是来自关公坊酒业公司的工作人员,因为我们沙洋市场更换了新经销商,有段时间没有来拜访您了,实在抱歉,这次主要是过来问一下您这边是否缺货,有没有遗留下来的问题?”我像往常一样,进店打招呼询问。吴阿姨店子规模不大,主要是以食品和日常用品为主,仅有某品牌的壶酒和盒装酒数瓶。

“原来关公坊精制在我们这里卖得很火,很多人喝,后来价格不断上涨,别的品牌乘机而入,再加上长时间没有厂家人来,我们附近想买一直都没货,可惜了。”吴阿姨很认真地给我们介绍着。看得出来,吴阿姨对关公坊是有感情的,我给她介绍我们的活动政策,吴阿姨说自己虽然不喝酒,但对关公坊各类产品了解多,还称赞我们的酒好。正聊着,吴阿姨的老伴张大爷回来了。

吴阿姨简单地给老伴介绍了一下我们,她那两岁的小孙子看着我手里的“财韵”,吵着要玩,我一边逗他,一边给吴阿姨介绍着“财韵”的竞品优势和商家的利润空间。大概是因为整个车队在拾回桥镇都没有取得好的成绩,我加倍珍惜这个难得的沟通机会,力求实现突破。“说实话,这财韵相对壶酒,既有档次的差别,也有质量的优势,是低收入阶层喝酒的很好选择,口感好,不贵,喝得起,您也有钱赚。”我解释到。吴阿姨看了眼老伴,说:“那就下一件财韵吧!”

良好的开端是成功的一半。我望着张大爹,趁热打铁地说:“您这边刚才说精制还有市场需求,是个商机,把精制也点吧?”张大爷有些犹豫,嘴里念叨着:“我们卖了很多年



●关公坊人员给顾客搬货到仓库

的关公坊,有感情,你们的产品应该还有很多吧,上次别的酒想给我做店招我正在犹豫呢。”我看出了张大爷的犹豫所在,便解释道:“我们是公司下来的人员,您反映的事情我知道了,店招的事情我会反馈回去,后续由业务员跟您具体沟通。”听到这话,张大爷笑着说:“那就下一件精制吧。”看着我和张大爷聊天的乐呵,半天没说话的吴阿姨,看着下来的一件财韵和精制,望着她老伴说:“再下一件精制吧!”我心里暗自欣喜。

这次的突破,让我更有信心,其实,营销不是简简单单卖产品,更是人与人真诚的沟通。

钟祥市场:真情付出有回报

十几天的卖酒生活,让我体会到了市场销售人员的辛苦和坚持,至今还记得刚到市场来的第一天。

早上7:30到仓库报到,装货出发。今天的任务是下乡卖酒,去的路上一边了解这边的市场,一边打听着这边人员的喝酒习惯。不知不觉中我们来到了开张的第一家客户。“老板,我是关公坊的业务员……”我们亲切地和老板打着招呼,老板回过头瞥了一眼,严厉地喝斥道:“不要不要,我现在不缺。”老板有些急躁,根本不愿意听我们的任何介绍,“没关系,我们给你把货架整理一下。”老板默许后,

十年磨一剑 开创“晶”时代

世界首创无机板材制造方法(晶法)获中国发明专利

近日,由晶牛集团历经十年研发、创新、申报的一种《无机板材的制造方法、装置成型方法》(晶法)获得了国家知识产权局的发明专利。

此发明专利的成型方法是近百年来人类历史上无机板材生产中继美国的垂引法、比利时的格法、英国的浮法之后,首次由中国独立创造的一种全新的成型方法——晶法,该方法既不同于美国的垂引法与比利时格法的上引成型,又不同于英国皮尔金顿的下流锡槽成型,而是依据中庸之道创立的一种中向延伸快速成型的科学方法。

随着世界经济一体化步伐加快、中国工业现代化体系的形成及世界经济危机增压,在中国大地上生产运行了80年的美国技术装备的约百条垂引法生产线因其质量差、成本高已于近年全部淘汰。采用比利时格法技术装备的300条生产线也因质量差、不易生产厚板而大部分淘汰(关停93%);英国人首创的浮法技术装备的约300条生产线也因仅适应玻璃生产且严重过剩,大多处于亏损运行状态。当今中国、当今世界迫切需要一种全新工艺、全新技术,既能生产微晶,还可生产玉石的工艺方法打破传统工艺瓶颈,助力中国实现工业的转型升级,用于引导中国与世界的建材企业走出困境与危机。

晶牛集团用晶法专利技术生产的晶牛玉色泽靓丽、温润细腻,具有耐磨耐腐、透光而不透视、零吸水率,可自灭菌、可热弯、可钢化等特性。目前,数百万平米的晶牛玉新品已出口欧、亚、美等二十多个国家,更为意大利地铁、上海世博会中国馆、阿根廷馆、河北馆、新疆馆等重点工程建设,增添前所未有生态亮点、科技亮点。(牛晓)

看,各单位“一室二栏三册四表五本六盒”

的框架基本搭建,但普遍存在的问题是:盒内资料二级、三级分类较为杂乱,无封面、无目录的情况较多,会议记录的要素不完善,党内文件收集不全等。部分单位支委会未记录“三重一大”问题,“三会一课”内容覆盖不全面。考核过程中,党委工作部严格按照《标准化建设指南》的要求,针对各单位具体存在的问题进行扣分,并要求被考核单位在规定时间内完成整改,并以图文相结合的形式上报整改情况。目前,已考核的8个单位均已上报了整改情况汇报,并附整改后照片。

公司党委通过一系列的措施推进项目党建标准化建设工作,将逐步使项目党建工作由“虚”向“实”推进,使党建制度的落实由“软”向“硬”转变,使党组织的战斗堡垒作用由“弱”向“强”转化。

(蒋晓萍)

正践行着关公坊精神。

多个市场:努力拓展市场销售

汉川市场。仍然难以忘记,第一天唯唯诺诺进店时的害怕与担心,经过几次锻炼,却也十分享受进店后的开心与愉快,成就感油然而生。

几天的新鲜感之后,越来越能体会到业务员的不易,可想到,虽说辛苦却也值得,平淡中的幸福。艰辛、快乐并存,我们同吃同睡,一起面对失败后的沮丧,一起享受进店成功后的喜悦,我更喜欢那种浓浓的兄弟情义,大家为着同一个目标共同奋斗,不懈怠、不放弃。

襄阳城区。在一个又一个清晨,有一群人已走在了大街小巷,走进了一个又一个商店,用最亲切的声音:您好,我们是关公坊的。面对着不同的回答,或许有人报以回笑,或许有人不屑一顾,但作为市场人员的我们,依旧面带微笑地与顾客道别,一次成功的进店,足以将之前所有的不快抹去,这就是我们坚持的理由。

十堰城区。虽说是营销人员,但因为工作性质的原因,能真正卖酒的实战机会较少,这次在接到公司任务后,便第一时间赶赴十堰市场。

关公坊人向来不打没有准备的仗,刚到十堰市场,了解到这个市场的竞品多,且多数数销较慢的顾客不愿意进货,导致市场销售逐渐下滑。在弄清具体情况之后,我们便开始了真正的卖酒大行动。白天下乡,晚上“充电”,学习各类销售人员必备的知识,熟悉十堰地区关公坊畅销产品等。虽说困难重重,但是不能放弃,我们克服天气炎热、消费者认识度低的困难,提高与顾客的沟通技巧,从而拉近与客户的感觉,通过我们将关公坊的“忠义仁勇信”的关公精神传递给顾客,让更多的人认识和理解我们。我们相信我们一定能行。