

建机团讯

2013年11月29日

星期五

第 10 期

安徽建机公司团委

主 办



公司团委召开新一届团支部书记交流会

11月25日上午，公司团委在二楼会议室召开团委及团支部书记会议，新一届团支部书记参加会议。团委委员、干事孙文松主持会议。

会上，公司团委书记万甲兵和大家交流了工作心得和当前的重点工作，并提出以下希望。一是团干要加强自身的理论和业务知识学习，在工作中争当先进；二是各团支部要按时完成公司团委布置的工作，并结合本单位的实际积极主动创造性的开展工作，充分发挥团支部的作用；三是要始终保持积极向上的心态和工作热情，多奉献，多干事，不断锻炼和提升自己，带动团支部工作不断前进。

最后，各团支部书记就在团支部日常工作中遇到的一些问题和困难进行了交流，并获得了一些灵感和启发。 (团委)

支部动态

电梯公司召开团支部大会

11月13日下午，电梯公司召开团支部大会，这是团支部换届改选后的第一次会议，电梯公司35岁以下团员青年参加了会议（包括技术部和销售部门的实习生），新任团支部书记黄李诚主持会议。

会议主要就以下工作做了交流和部署。一是根据实际情况调整电梯公司青年突击队的队长和成员，重新确定青年突击队的职责和任务。主要责任有车间绿色通道的清扫，6S 管理中的整理工作，需要且适合突击队突击的紧急任务等。二是要求团员青年深读细读今年的共读一本书《图解 6S 管理实务》，深刻领会这本书的精髓，要求学有所用，要把书中所学的东西运用到工作实际中来，切切实实做好 6S 工作，并要求每位团员撰写一篇心得文章。三是要求团支部多组织各种形式的活动，提升团员凝聚力和活力，增加归属感和荣誉感，增强团体意识和大局意识。四是配合工会开始准备和筹划春节联欢活动的节目。

最后，电梯公司经理付成刚、党支部副书记傅昌武分别讲话，对团员青年提出殷切希望。提出要充分发挥先锋模范作用，做好做细自己的本职工作，敢于吃苦，树立正气，不断学习，快速进步，在日常工作中多发现问题并去解决问题，多提改善和合理化建议，在 6S 工作实施过程中起到主导作用，充分发挥各自的聪明才智，把电梯公司的各项工作提到更高的水平。
(黄德铭)

机关团支部开展工作部署交流会



11月27日上午，机关团支部召开了新一届团支部会议。

会上，上届机关团支部书记郭磊同志宣读了公司团委下发的《各团支部换届改

选结果的批复》文件，并与新一届机关团支部书记卞梦同志进行了工作交接。卞梦对正在开展的“共读一本书”活动，再次做了宣传、解释和要求，希望团员们通过此次活动，相互交流体会，积极撰写学习心得和参与征文比赛。

会上，大家结合公司正在开展的 6S 管理活动，从车间、仓库到办公楼，从不同的角度，全方位的发表自己的意见，提出自己的建议。

（汪佳佳）

【青年风采】

装配分厂青年突击队配合6s工作开展清扫活动



11月21日下午四点，装配分厂团支部为了配合分厂6S工作的开展，组织青年突击队对分厂墙面进行了全面的清洁。

为了保证清洁效果和效率，活动开始前，事先购买了清洁剂，清洁球等物品，并商议了实施方案。清洁工作一开始大家按分工搬来了爬梯，先用干净的扫把由上而下的把墙面的浮灰清扫干净，清理到中下部的漆痕、胶痕等顽固污渍时，再用清洁剂喷洗、清洁球擦洗、小铲子铲和用抹布擦洗等方法，特别是门、墙底等“重灾区”反复地清洗，尽最大努力让墙面光洁，不放过任何一个卫生死角。最终，经过

两个小时地奋战，整个墙面状况得到极大的改观。

通过青年突击队的积极努力，分厂团支部围绕 6S 工作的开展取得一定成效，也有力促进青年主力军作用发挥。

（黄李诚）

打造全能销售员

为了更好的推动区域销售、服务一体化工作，认真落实“售前顾问式、售中一站式、售后保姆式”的服务理念，今年营销中心鼓励和组织市场部年轻同志 7 人报考了特种设备操作资格证，经过半个月的学习培训，所有报考的年轻同志都顺利通过考试，拿到了操作证件。目前，已有一部分年轻同志能够独立解决基本的产品维修检查问题。

这一举措，有效缓解了售后人员安装繁忙给服务工作带来的压力，为客户提供满意服务，节省了售后服务费用的开支，同时也提高了年轻同志的业务知识和实践能力。

（汪 蕾）

从竞争对手中抢订单

销售是竞争者之间一场无硝烟的战争，更是和客户之间的一场心理博弈过程，如何赢得市场取信于客户？匹夫之勇永远战胜不了谋略之将。近期，营销中心的销售队伍中涌现了一支新的销售团队，那就是以青年高端人才余军为首的团队，在将近 3 个多月的时间里，他们签定了 22 台合同。特别是这次签定 1 台 5610C 的合同——从山东 DH 手中抢定单，其间的经验与智慧，值得我们去认真学习。下面让我们

一起来分享营销中心以余军为首的销售团队的成功案例吧！

一次，他在市场梳理过程中遇到客户的弟弟，闲聊中得知即将上新设备，并以决定购买山东大汉品牌，且已交付 2 万元定金。此时，余军听在心里并暗暗理顺思路，设定了一整套的销售策略与办法。首先他认真分析客户，抽出一定的时间，初步取得了客户的信任。于是并决定从内围突破，从他家的弟弟入手，摸清他的个人爱好、以投其所好。并且准备客户的提问，作好回答很多个怎么办。沟通过程中不要过于亲近，也不要操之过急，但要有反复说明自己观点的准备，让客户信任，这是第一步，也是关键的一步。后来进入挖掘需求和呈现价值之时，余军充分展现了他的丰富理论功底和营销之道，他反复比较了山东 DH 和我们公司 5610 产品，价格上还是有一定的差距，为了拉近价格差，达到客户接受的心理预期，现实情况下只能推荐 5610C 这款。并以我们公司设备的故障率低、安全性能好、售后服务及时的优势展现给客户。但耳听为虚、眼见为实，把一切的东西转为数字的东西，写在纸上让客户看见。让客户直观感受到购买安徽建机和山东 DH 的产品直接带来的利益利润差距，让客户有强烈的直观感受。他仔细的通过动静态经济分析（以租赁价格为例从月毛收入，每月净收入，收回成本周期，设备折旧金额，设备折旧后净值、租赁期间年度投资收益率，3 年后折旧后净值，维修保养费用，租接受后资产增长倍数，设备价和融资成本合计，租赁期间年度投资收益率）。帮助客户进行投资列表计算分析，让客户增加了直观印象。最后进入赢得承诺、跟进服务阶段。经过艰难的谈判，客户给出了心理价位，当时得知一突发情况，DH 的人下午 2 点过来，商量具体事宜，我们也箭

在弦上不得不发，他请示完领导，得知电缆线标配的话，可以签定。从电缆线配置上补回价差，实现双赢。他最后和客户开玩笑说了一句：只有是我家亲戚才给这个价格，让客户心理感受到是和他站在一起。最终达成了协议，取得了书面的承诺。

从山东 DH 手中抢定单，是安徽建机品牌效应和以余军为首的精英销售团队的营销技巧的融合取得的成功，我们相信有了这样一批精英团队，必将带动销售人员的效仿，我们更相信会有更多的超越，只有不断的效仿和超越，安徽建机的明天会更加美好。

(张萍琴)

节约水资源



11月5日下午，金加工厂洗手间自来水的水阀关闭后，水龙头依然有滴水现象，分厂团支部书记蔡喜喜发现后，立即找来活动扳手对水阀进行紧固，解决了水阀滴水的问题。

滴水和紧固水阀的事情虽小，但是从细微处体现了我们团员青年从自己做起，从身边小事做起的良好作风，也以此行动来号召大家节约资源。

(金加工厂)