

2013年员工沟通会及2012年价值观推动表彰大会在漂水厂顺利举行

2013年4月26日下午，南京工厂举行了今年第一次员工沟通会，550余员工济济一堂，聆听并与公司总裁丁总交流公司业绩、经营管理、安全等内容，同时藉此机会表彰2012年价值观推动活动当选类和入围获奖人员。这是SWT为加强员工沟通，致力于创造良好工作氛围，持续改进员工沟通机制的重要一环，也是树立追求卓越和不断改进优秀公司口碑的公司愿景的一贯体现。



本次的员工大会邀请了所有一线员工、南京工厂管理人员和上海获奖同事参加。为组织有序、高效的员工沟通大会，人力资源部、行政部、食堂、IT、保安、车间经理各方联动，召开了两次沟通会，还临时路演，最终保证了会场干净、整洁，秩序井然无杂音，音响设备无故障，礼品发放不乱套，车间生产不影响，加班就餐不拥挤，班车发车不晚点。

沟通大会由人力资源部中心总监吴俊昶先生主持，首先为大家说明公司在员工沟通机制上将要做一些改善。行政经理吴震宇女士向大家宣读了获得2012年艾欧史密斯（上海）水处理产品有限公司价值观推动3个当选类和8个入围奖，同时，两个当选类——“新一代专利MAX3.0反渗透净水机成功

研发及上市推广”和“主导精益生产持续改进，效率提升39%”凭借优异表现荣膺2012年艾欧史密斯美国总部价值观当选类，获奖人员在员工沟通会当日已赴美国总部参加颁奖。各中心总监向在场的获奖人员颁发了公司准备的精美奖杯和奖品。

随后公司总裁丁总就此展开艾欧史密斯在中国的成功之道：不断的奖励，奖励符合公司价值观的团体和人员。就像今天的



价值观颁奖一样，希望有更多的同事参与，有更多的项目出现，同时公司已经并会持续推出一些奖励项目如持续改进CI、纠正和预防措施要求CAR等等。丁总还分享了公司去年的业绩表现和1季度的生产经营情况。大会最后一个环节是员工问答，来自车间和办公室的6位员工就自身和工作中的情况提问，丁总都耐心地一一回答。

针对员工提出的问题，人力资源部将会在会后进行跟踪落实，并进行公示，以期创造良好的沟通机制和平台。同时，公司将会定期组织员工沟通交流大会，分享成果，沟通信息，倾听员工的声音，解决管理中可能存在的问题，进而提高员工满意度。

（人力资源部中心王飞亮供稿）

参加中国质量检验协会2013年3·15“质量与服务诚信承诺”活动

3月15日是“国际消费者权益日”（International Day for Protecting Consumers' Rights），艾欧史密斯（上海）水处理产品有限公司和往年一样，再次参加了中国质量检验协会主办、国家质检总局产品质量申诉处理中心支持的2013年“3·15国际消费者权益日”全国名优企业“质量和服务诚信承诺”活动，大力支持与协助消费者权益维护工作的进行。

中国质量检验协会是国家质检总局主管下的全国产品质量监督检验检疫领域的质量检验专业社团组织，本次组织开展的2013年“3·15”国际消费者权益日“质量和服务诚信承诺”活动以“让消费者质量与服务同步，切实维护消费者合法权益”为主题，是在“关注质量、共筑诚信、引导消费、服务企业”指导方针下切实履行其相关职能。

在“2013年3·15质量与服务诚信承诺活动企业展示”专栏里，艾欧史密斯（上海）水处理产品有限公司位居其中。此外，在《中国质量报》、3·15质量和服务诚信承诺活动展示企业、《中国消费者报》中国3·15年度报告里，均有展示艾欧史密斯（上海）水处理产品有限公司。本次活动还在中国经济网“质量经济”频道、中国质量检验协会·中国质量网、国家质检总局产品质量申诉处理中心·中国产品质量申诉处理网等网站上发布了在线公告。



2013年A.O史密斯奖学金项目申请工作圆满落幕

A.O.史密斯奖学金活动于2013年2月20日在SWT正式启动后，得到了员工的广泛关注和积极响应，至3月20日报名截止日，共有符合条件的5位员工及其子女报名。在我司去年首次参加此项活动就有一人获奖的示范效应下，今年的活动开展有条不紊顺畅推进，人力资源部通过向全体同事发送邮件，并同步在官方网站发布活动信息，以及在工厂、上海竖立宣传展架和海报，鼓励符合条件的员工积极报名参加。

在为期一个多月的报名申请阶段，共收到4份来自工厂同事递交的申请材料（另1人是重新申请新年度奖学金）。行政部协助翻译了每一位申请者的材料并按照美国奖学金组织的要求填写了正式的表格。所有申请者的完整材料已于3月20日寄至美国奖学金组织，接受其评审。美国奖学金组织会综合考评学生的各项素质，包括学习成绩、校内学生活动、校外兼职、社会公益等等。评奖最终结果于6月底通知公司，公司也会在第一时间通知申请人并将结果公告。A.O.史密斯奖学金项目是公司企业文化不可或缺的一部分，也是公司价值观“成为良好工作场所”的一贯体现；显示了公司对员工及其子女的关爱，有利于鼓励员工子女成长为优秀的人才，更好地服务社会。非常感谢大家对该项活动的大力支持，并祝愿申请者好运！更多了解此项目，请随时与人力资源部（王飞亮025-56231992）联系。

不断改进，培训先行

持续改进CI、纠正和预防措施CAR表是公司今年两个新的管理项目，这是杜绝一切浪费，追求卓越和不断改进的公司指导方针的体现。为全体员工更多了解和宣传此项目，人力资源部从4月份开始组织多场员工研讨会。

4月23日，公司两位讲师——组装车间赵凯经理和质保部张明亮经理来到上海，为销售同事和上海研发同事进行了主题培训。交大学术演讲厅坐满了上海商务中心近80名同事，销售中心总监董总特意来为培训作了热情洋溢的开场白。持续改进已是企业发展的主流，是企业开展标准化活动中非常重要的一个环节。只有不断改进，企业才有活力，才能发展。持续改进更是一种全员活动，不是靠一两个专家在做，持续改进工作要想深入、持久地开展，就必须要靠全体员工的努力。纠正和预防措施表也是持续改进的一环，它主要是集中于产品的质量问題，如产品设计缺陷、生产过程疏忽、原材料质量波动、产品功能增加等。两位讲师详细地为大家解释了公司开展这两个项目的意义，提交CI和CAR表的流程，反馈机制和奖励措施，并与学员互动，就大家关心的问题一一交流。

持续改进是企业标准化追求的永恒目标，是企业发展、进步的催化剂。企业只有通过不断持续改进，才能不断发展，站稳市场，才能实现其经营、管理的最佳秩序和最佳效益。下一步，人力资源部将会在其他部门组织培训，以期所有员工认识和了解此项目，进而积极参与，实现企业 and 个人的双赢。

（人力资源部中心王飞亮供稿）



水中也有梦

快来吧/让我们大家/在这清澈见底的水中/照一照你自己/曾有的梦想
还记得吗/微风吹着窗前的小树/细雨敲打门前门地上的小草/阳光照着爬过小石子上的小蚂蚁/一点一滴/如水流淌/慢慢地流入到/你的梦乡
在水中/在梦里/我又见到了你/母亲/你那如美丽丽的面庞/你的梦如风/你的梦如雨/你的梦/如风如雨/时刻吹动敲打/在我的心上
在生活经历了/酸甜苦辣/风吹雨打/磨砺的梦中/你睡的是那样的香甜
梦在天上/梦在我们的手中/梦在我们的脚下/梦在点点滴滴的血汗水里/梦如水/一生一世伴随着你我

（生产制造中心隋彬供稿）

2013年SWT校园招聘项目启动

2013年3月，公司校园招聘项目正式启动。SWT今年是第一次正式开展校园招聘，以“管理培训生”和工程师类职位招聘作为校园招聘的主要内容，主要招聘对象为2013届硕士毕业生、具有1-2年工作经验的往届硕士及本科生。

管理培训生项目（Management Trainee Program）是A.O.史密斯公司着眼于为公司未来发展储备管理人才项目，主要面向具有硕士学历的各类优秀人才。在应聘的管理培训生相关领域，通过为期2年的各类锻炼形式（包括参与公司重大项目、参加管理与技术类培训、定期与公司管理层沟通、定期回顾绩效与评估、指定专导师等），着力培养包括项目管理、沟通协调、领导团队等综合能力，为公司关键岗位输送高潜质管理人才。

工程师类职位的招聘同样是A.O.史密斯公司着眼于公司长远发展、储备研发人才的招聘项目，主要面向具有硕士学历的各类理工类研发人才。在应聘成功研发工程师相关职位后，公司会根据工作岗位的状况以及对应应届毕业生工作表现与能力方面的评估，由相关部门主管和人力资源部共同制定研发类应届毕业生以后的培训和发展计划。

不同于有社会工作经验的人员应聘，应届毕业生应聘公司校园招聘职位时，必须提交一份专题报告，专题报告的内容和题材均不限，是额外展示面试者能力的一个机会。公司把专题报告作为是否能录用候选人的一个重要依据。

为了达到招贤纳士，广聚人才的目的，人力资源部现在两个月内通过多种渠道宣传SWT校园招聘管理培训生项目，主要包括：

- 1、网络上发布信息。请市场部配合在官网第一时间公布校园招聘相关职位信息；其次，到各个学校就业信息网上申请发布信息，并在新浪官方微博同步转载信息并和同学们互动。
- 2、积极组织校园宣讲会。截至5月14日，已经在河海大学、江苏大学、江苏科技大学和哈尔滨工业大学开展了四场规模适中的宣讲会，生产运营中心和研发中心积极支持校园宣讲活动，先后有研发中心经理洪峰、李春风，生产运营中心质控经理张明亮、注塑车间经理刘崇毅全程参与校园宣讲，并依据自己的专业特长，现场对学生们进行专业技能交流和面谈。
- 3、主动参加高校大型招聘会。大型招聘会是一类专业学生生汇聚一堂的集会，通过申请参加高校举办的大型招聘会，也是聚揽人才的捷径。SWT人力资源部倾动大部分力量集中参加了4月底的四场校园招聘会。



除了广开接收简历的渠道，第一次开展校园招聘的人力资源部作为一个团队紧密合作，有原则又灵活地开展校园招聘面试：“应聘资料投递-初试-复试-offer-签约”环环相扣，紧密配合，力求使用科学统一的标准进行筛选，不错过任何一个可得的人才。

在艾欧史密斯本身的品牌号召力下，通过积极有效的宣传手段和温馨人性化的面试服务，SWT的校园招聘活动现取得了良好的效果，通过各种途径接收1000余封简历，面试100余人，截至发稿时，公司已经签约管理培训生8名，技术工程师13名，并且因为公司业务需求还在增加招聘的需求和继续接受大学生申请，比如ERP管理培训生、电子商务管理培训生等。

附：2013年公司校园招聘职位一览表

序号	所属部门	职位	7	财务中心	管理培训生-财务管理
1	销售中心	管理培训生-销售管理	8	人力资源部	管理培训生-人力资源
2	电子商务部	管理培训生-电子商务	9	研发中心	工程师-水泵研发
3	生产运营中心	管理培训生-生产管理	10	研发中心	工程师-结构研发
4	生产运营中心	管理培训生-持续改进	11	生产运营中心	工程师-质量控制
5	生产运营中心	管理培训生-控制系统	12	研发中心	工程师-水泵研发
6	生产运营中心	管理培训生-机械能管理	13	生产运营中心	工程师-制造工艺



（人力资源部中心供稿）



摄影作品：伊集里生产制造中心供稿

编辑部电话:021-34677641

全国客服热线:400-820-0606

邮箱:newsletter@aoswtc.com

艾欧史密斯（上海）水处理产品有限公司
A.O.SMITH (SHANGHAI) WATER TREATMENT PRODUCTS CO.,LTD.

编辑出版：市场部

地址：上海市闵行区七莘路2888号宝利大厦6楼

网址：www.aoswtc.com

邮编：201101

内部资料 免费赠阅

高层寄语

过去的三年多时间对于我们公司来说是非常不平凡的，公司经历了从并购到整合到搬迁的艰难历程，时至今日我们已经完全恢复了正常的生产，这一系列的成功完全依赖于我们全体员工共同努力以及我们客户的大力支持。

正如我们中国区总裁丁威先生所言，从今年开始，公司将正式进入“运营”阶段。这种角色的转变意味着公司今年和今后一段时间的工作重点也需要作出相应调整。在此我愿意将公司正在进行和即将陆续开展的主要工作同我们的员工及客户进行分享，期望能够取得一定的共识。

首先，我仍然想重申丁总给我们制定的产品质量标准：完美主义标准——“给准丈母娘做”的标准。毫无疑问，大幅度提升我们的产品质量是公司今年工作的重中之重，为此公司将在以下方面做出努力：制定严格的产品研发及上市流程；增加生产过程中的质控点；建立供应商开发体系，逐步淘汰不合格的供应商；通过自动化改造、改进现有的工艺流程，改善生产线员工的工作环境，引进岗位评估机制，提高一线员工的福利待遇，进一步降低员工流失率。

在研发方面，想必大家都知道，对于已经成功运营一百多年的SMITH公司来说，其一直都在秉承对研发和技术“痴迷”的理念，我们作为SMITH大家庭的一个成员也必将顺应和坚持这种理念。今年公司在研发体系的主要目标是：研发团队的人数增加不少于25%，以满足公司大量的研发项目需求；对于水处理产品的两大核心技术“膜”和“泵”，公司将做特别的人力和财力投入，以初步建立掌握这两项核心技术的能力。

在人力资源方面，除上述已提及的之外，公司还将借鉴热水器公司的成功经验逐步推行薪资评估、员工沟通、岗位述职、管理培训生培养、CAR表、专业技能晋升等体系建设。

在销售方面，今年公司将逐步调整现有的“遍地开花”经营模式，改变为培养和引进中等规模以上的客户为主的规模化可持续发展经营模式。当前在中国净水行业正处于高速发展的初级阶段，其市场非常巨大，其前景不可估量。我衷心期望大家共同努力，使自己成为一个缔造者，将公司缔造成一个受尊重的行业领导者。

艾欧史密斯（上海）水处理产品有限公司总经理——陈东

美国总部价值观当选奖颁奖典礼在美隆重举行

美国时间4月23日晚，来自A.O.史密斯公司12个业务点的价值观获奖团队以及多位公司高层齐聚美国纳什维尔希尔顿花园酒店，在这里举杯共庆意义重大的2012年度价值观及专利技术颁奖大会。这是A.O.史密斯公司第一次在田纳西州纳什维尔市举办这一深受全球雇员欢迎与推崇的文化活动，共有88位价值观获奖人、专利技术获得者以及公司高层参加。晚上7点，颁奖晚会正式开始。



“主导精益生产持续改进，效率提升39%”部分项目成员与董事长、总裁合影



“新一代专利MAX3.0反渗透净水机成功研发及上市推广”部分项目成员与董事长、总裁合影

首先，执行董事长Paul Jones发表了热情洋溢的欢迎词。随后，总裁兼首席执行官Ajita Rajendra发表讲话。Ajita强调A.O.史密斯公司之所以与众不同、保持多年利润持续增长、并屹立于市场139年，很大程度上取决于员工严格遵守公司的价值

观。他说：“无论您身在何处，A.O.史密斯公司的员工都会恪守法律、法规以及公司的价值观，诚实守信地与您合作。”Ajita还赞赏价值观推动活动和专利获得者的成果。“我已经连续8年参加这一颁奖活动了，你们的成就让我惊叹！在遵守和发扬公司价值观以及业务拓展方面，你们是佼佼者。”另外Ajita介绍公司未来几年的展望，最重要的目标是到2015年，销售额达到30亿美元，同时每年的利润率达到14%。

紧接着，颁奖典礼开始。全球热水业务总裁兼总经理Kevin Wheeler、总裁兼首席执行官Ajita Rajendra、烈奇公司首席执行官Bill Vallett给来自美国区亚兰、约翰迪、McBee、烈奇公司和企业技术中心，以及中国区南京热水器公司、我司逐一颁发了价值观奖项。另外，副总裁兼首席技术官Bob Heidman给十位专利技术获得者颁发了专利技术奖。

据悉，这是我司艾欧史密斯（上海）水处理产品有限公司第一次荣获美国总部价值观当选奖，并有两个项目获得，项目分别是：“主导精益生产持续改进，效率提升39%”获得生产流程改进大奖；“新一代专利MAX3.0反渗透净水机成功研发及上市推广”获产品创新大奖，由我司和热水器公司联手摘得。



我司与热水器公司部分价值观获奖者在华盛顿

为嘉奖这些杰出的价值观获奖者，除A.O.史密斯公司美国总部准备的纳什维尔一日游和精美礼品外，我司还特地安排了10日美国精品带薪游。获奖者游览了纽约、华盛顿特区、费城、芝加哥等地的风景名胜，更好地了解了美国的风土人情与现代文明。

（人力资源部中心行政部供稿）

热烈祝贺我司荣获2013年最适合电厂水处理应用的膜品牌

2013年3月29日，由中国膜产业网、国联资源网主办的“膜技术在电厂化学水处理中的应用与维护”交流会暨2013年最适合电厂水处理应用的膜品牌揭晓大会在江苏南京隆重举办。艾欧史密斯（上海）水处理产品有限公司派代表出席了会议和颁奖典礼，实至名归地抱得奖项。

在电厂中采用膜分离技术主要来制取锅炉补给水、处理电厂循环冷却水以及废水深度处理与回用，具有效率高、占地少、操作简便安全等优势。“膜技术在电厂化学水处理中的应用与维护”交流会为“促进我国热电等电力行业的节能减排，扩大包括反渗透、纳滤、超滤、微滤、电渗析等膜分离技术在电厂中的应用”提供了服务平台，普及了膜技术的运行维护知识，为广大热电系统用户“选好膜、用好膜”提供了指导。

会议上，政府相关部门的领导对行业政策、相关法规进行了解读；行业专家对节能减排举措及膜分离技术、标准及技术规范进行了指导，同时与广大电厂用户一起对膜分离技术的运行与维护中出现的问題进行了深入的交流与讨论，取得了圆满成功。大会报告的项目，无论涉及膜制造还是工程应用，都是



“2013年最适合电厂水处理应用的膜品牌”荣誉奖牌

一季度展会取得预期成效

2013年3月4日-6日，第十四届中国（广州）国际给排水、水处理技术与设备展览会在广州中国进出口商品交易会展览馆隆重举行。翘楚聚首，闪烁羊城，艾欧史密斯（上海）水处理产品有限公司携手500余国内外知名企业顺利参展，迎来近两万国内外专业观众。

2013年3月7日-10日，第二十届中国（北京）国际建筑陶瓷及厨房、卫浴设施展览会在北京中国国际展览中心如期举办。佳尼特2013技术新品隆重亮相，以专业形象、精准定位，在这场水处理行业的盛会中满载而归。

2013年3月11日-13日，“Water Ex 2013中国际水技术展览会”在北京国家会议中心隆重举行。佳尼特盛装亮相，与诸多行业知名品牌联袂打造了一场终端净水盛宴。为期3天的展会，佳尼特新品吸引了大量新老客户前来观展和洽谈，不少客户对我司产品大加赞赏，流露出愉快的合作意向，期待共同展望更加宽阔的合作未来。



2013年3月13日-16日，2013（中国）顺德厨卫生活电器采购展览会暨2013（中国）顺德家用电器原材料、零配件采购展览会（简称SPPEAF）在佛山市顺德展览中心隆重开展。在这个高效的交流、合作平台，我司展出的佳尼特系列新品，犹如这场中国电器制造业盛会中的闪耀之星，吸引了海内外观众的驻足洽谈，为提升品牌形象奠定了坚实的基础。

2013年3月19日-22日，2013中国国家博览会在上海新国际博览中心盛大开展。出席AME这一国内规模最大、号召力最强、影响力最广的综合性家电展，佳尼特携多款核心技术产品参展，全方位展示了品牌高端形象，为进一步开拓市场创造了有利条件。

展会让企业技术创新和产业升级更加紧迫，也让消费者对于新技术、新产品有了更好的了解。在2013年一季度，我司佳尼特品牌抓住契机参与展示，为品牌的发展和市场的开拓创造了极佳的商业机会，相信也必能带来不俗的市场反响和效应。

第113届春季广交会



时间：2012年4月15日—19日

地点：中国进出口商品交易会展馆



2013春季招商会圆满落幕

2013年3月，艾欧史密斯（上海）水处理产品有限公司先后在广州、南京、北京、郑州、成都、济南等地召开了近十场招商培训会，品牌铺拓效果显著，成绩喜人。

各大区招商会上，新老经销商和代理客户们汇聚一堂，隆重出席。大区总监对2012年的销售展开回顾，与来宾们共同展望2013年市场，并进行政策讲解及规范，体现公司真心诚意与客户共成长、共发展、共创共赢的策略。公司领导为2012年经销商优秀代表颁奖表彰，并有序开展市场营销、产品知识、售后安装等方面的培训，为加强经销商“软实力”提供坚实的后盾。



3月6日—7日，广州，华南西南大区招商会



3月7日—8日，南京，华东大区招商会



3月12日—13日，北京，华北大区招商会



3月15日—16日，郑州，中原西北大区招商会



3月18日—19日，成都，华南西南大区招商会



3月23日—24日，南京，上海大区招商会



3月28日—29日，济南，山东东北大区招商会

招商会现场，2013年新品的亮相着实让整个会场增色不少。来宾们纷纷拍照、询问新机器的卖点和市场前景，对新品表现出浓厚的兴趣。通过进一步了解水的相关知识及我司新产品的特点，新老客户对我司直饮水机侧流膜的专利技术有了更大的信心。本次新品机器全部采用了侧流专利技术，比市场同类产品省水、省电、节能，有非常强的竞争优势，大家一致对新品的研发速度及新品的市场前景给予了高度评价。而售后服务人员就摆在安装过程中遇到的常见问题以“技术故障多面问”的形式给大家做了关于售后维修方面的讲解，专业而详实的讲解获得了台下赞许的目光。

经过多场为期两天的会议，大家收获颇多，各地经销商们在一起相互交流成功经验，汇集了多方面的信息。会议现场交现金的促销攻势，大家踊跃报名参加，现场认购机器的销售额大幅攀升，大会获得了圆满成功，也给全国各大区经销商带来了饱满的信心，相信不俗的市场反响即将来临。

（销售中心中原西北大区苏庆伟供稿）

案例分享：邯郸代理商五一路演促销活动

5月1日，邯郸市代理商为了进一步开拓当地的品牌知名度、拉动产品销量，在邯郸阳光瑞瑞特家居建材广场（中华南店）开展了为期三天的以“佳尼特净水五一促销大酬宾”为主题的大型户外路演活动。

公司提供了路演活动所需物料及四角亭等宣传物料，并安排了公司人员来协助代理商准备此次路演活动，路演活动也在当地取得了较好的市场反应和口碑，超过30人交纳全款及定金，意向客户有近200人。在此对本次活动中过程的一些经验进行总结与分享，以供交流学习。

- 一、活动主题：佳尼特净水五一促销大酬宾活动
- 二、活动地点：邯郸市中华阳光瑞瑞特家居建材广场
- 三、活动时间：2013年4月29日-2013年5月1日
- 四、活动准备与会场布置：
 - 1、前期预约及宣传，把靠近阳光瑞瑞特的三个小区赵都新城、阿尔卡迪亚和公安局家属楼的已安装客户和意向客户电话通知抽奖和购机，老客户做抽奖回馈，二次购买，意向客户达成购买及交纳定金。
 - 2、会场布置，广场树立10个立柱，13个条幅，一个拱门和5*8的舞台，立柱的效果把整个现场烘托起来，形成势氛围。
 - 3、奖品的设定，每场设定一等奖1名，价值688元的是浴盆一个；二等奖2名，价值399元的按摩腰带一个；三等奖3名，价值199元好神拖一套。纪念奖和礼品奖每场各50个，分为雕牌洗衣粉一袋和抽纸一袋一个。同时老客户到现场或者购机可享受滤芯一套。
 - 五、活动要点：
 - 1、活动前期的势与宣传，通过电话、短信方式预约老客户与意向客户，通过户外及媒体等广告做好前期宣传工作。尽可能预约到更多的客户到现场。



（销售中心华北大区张朋岭供稿）

西南区域3月份经销商会议总结

3月18—19日，西南区销售会议顺利召开并圆满结束。此次会议，无论新客户的成交以及老客户回款都超出了我们自己的期望值。会议取得良好的效果，肯定离不开前期的市场铺垫和努力。仅作部分的总结和分析，希望有助于各位同事的总结和交流。

就我个人区域而言，此次会议促成了三个优质代理商客户的产生，首批批平均为12万以上。优质客户的产生，肯定离不开一些基础性的工作，离不开区域内其他同事的帮助。简单做如下分析和分享，希望有助于各位同事的新客户开发及市场的爆发。

区域市场三个品牌的整合操作

首先，区域市场三个品牌的整合操作，避免了内部品牌和客户之间杂乱无序的竞争状态。这点很重要，提供了我们市场开发的良好基础，明确的品牌发展方向，才有更多的优质客户更愿意选择我们产品进行合作。这一点上，在新签约客户内江代理商和遂宁签约客户产生方面都起到了很大的作用。所以合理巧妙地利用公司品牌整合操作这一点，更有利于选择一批优质客户。

真正熟知我们产品的优势和性价比

了解熟悉我们自身产品的优势之后，相比竞品的对比和分析，特别对于操作其他品牌比较好的一些优质代理商，根据客户的实际取得相应的分析。比如内江玲珑电器作为沁园净水器四川省最大的区域代理商，单单净水器产品去年销售接近400万，此客户对我们产品很熟悉和了解，而且一直不断地在保持着联系，迟迟未签约。促成此次成交签约，一个极大因素是沁园省代对于此客户区域

（销售中心华南西南大区钱志理供稿）

的调整，不能起到区域保护作用，加上我们所提供的支持以及产品的竞争优势，性价比高，促成了此次客户的成交。

客户资源的利用

这包括之前有跟进但未合作的，或者现有合作客户的，保持不断的联系和跟进，让其转介绍其他客户资源。每个区域客户存在之后，都有形象展示区域，以客户带动面地覆盖。所以才出现我们做得好的区域会不断有客户希望加盟我们产品，而市场基础较差的区域无人问津的局面。

新开发的客户帮扶

新开发的客户帮扶，特别是之前未进入水处理行业的新客户，其对净水行业和产品了解甚少，就需要花费很多的时间和精力真正完全扶持客户从不懂到能够独立销售运作。这一过程，很费时间和精力，但很值得。这样培养起来的客户忠诚度很高，慢慢地能够完全认同公司的理念，真正随公司一同发展壮大。全方面的支持和帮扶，让客户认同我们的发展理念和思路，让客户感受到满意，也就真正达到了公司的发展理念“满意的客户让我们有意愿可做”。

所有一切，无论是老客户的帮扶，还是新客户的开发，都离不开我们琐碎的基础性工作要做，无论是电话沟通还是出差拜访面谈，这些是我们具备优质客户的关键也是基础。简单的一些经验总结，相信各位同事也有类似的感觉，或者更多好的经验，希望大家也能够分享交流。

（销售中心华北大区张朋岭供稿）

小区推广之邯郸模式

小区推广，目前是众多净水代理商普遍采用的一种拉动销售和提高当地品牌知名度的重要手段之一，但是实际效果往往几家欢喜几家愁。如何才能更好地利用小区推广这把“利剑”打开当地市场？下面有请目前做小区推广比较成功的邯郸市区代理商刘总为我们做下解答：

问：刘总，关于您在小区推广方面的宝贵经验能否和我们全国的客户分享下？

刘总：当然可以。其实我这边在小区推广方面也是处于摸索阶段，与其他区域的合作客户相比，还有很多地方需要学习。我做这个区这一块，总结了一个定律：30%的小区定位+20%产品宣传+20%的现场解说+10%便捷性+20%服务=100%的成功。小区推广按照这个定律去推行，十有八九能取得很好的成效。

问：您如何定位您做路演的小区？有什么标准或者参考指标吗？

刘总：好的选择等于成功的一半，这个道理大家都知道。在目标小区的选择上，我一般会参考这几个方面：1、中高档小区，这个可以参考当地楼盘的销售价位，这样的小区比一般的小区在购买力和接受度上要比其他小区高些；2、小区的入住率或装修率在40%以上，这样就能避免找不到业主的尴尬局面；3、如果这个小区有安装过我们产品的用户那效果会更好。我们这两个月的小区推广主要集中在邯郸当地的两个中高端楼盘赵都新城和阿尔卡迪亚。小区定位好之后，就要对客户信息进行搜集了。

问：您的客户信息搜集主要依靠哪种方式，是和物业或者装饰公司合作还是其他的？

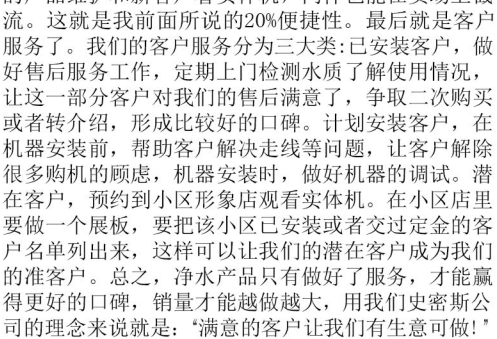
刘总：物业及装饰公司目前都有合作，但是我们主要靠我们的团队的业务人员上门搜集或者推荐。

问：现在很多客户对上门推销或者发广告一般都是比较抵触的，您一般会怎么化解呢？

刘总：是的，以前我们刚开始做的时候，客户的抵触心理很强烈，吃了很多的闭门羹。现在我们每天、每周都会对我们的业务人员进行导购及业务培训，通过现场模拟的方式共同寻找比较合理的介绍自己产品的办法，加强我们业务人员的专业性。我们自己总结了一套话术，以赵都新城为例，我们对客户一般这样介绍：“佳尼特品牌净水机准备在咱们小区搞一个团购活动，现在购买比平时卖场购买会有很大的折扣。”让客户登记报名信息。这样很多消费者对优惠的第一反应还是比较感兴趣的，也能激发他们的需求。

问：在搜集客户信息的过程中，您觉得有哪些方面要特别注意？

刘总：在客户信息搜集中，要登记到客户的基本信息、装饰的进展程度、对净水产品有无了解及对净水设备有无需求或者潜在的需求，这样方便我们以后进行追踪。赵都新城一期我们利用这样的模式已经收集到超过500个客户信息。信息搜集之后，对登记的客户信息进行分类整理，找出我们的目标客户，根据客户的需求和装修进度，哪些是马上可以安装的，哪些是随装修进度安装的，哪些是还需要以后跟踪的。对登记的客户信息进行分析之后，预估市场规模和小区形象店的入驻，便捷了老客户的产品维护和新客户看实体机，同样也能在卖场上截流。这就是我前面所说的20%便捷性。最后就是客户服务了。我们的客户服务分为三大类：已安装客户，做好售后服务工作，定期上门检测水质了解使用情况，让这一部分客户对我们的售后服务满意，争取二次购买或者转介绍，形成比较好的口碑。计划安装客户，在机器安装前，帮助客户解决走线等问题，让客户解除很多购机的顾虑，机器安装时，做好机器的调试。潜在客户，预约到小区形象店观看实体机。在小店里面要做一个展板，要把该小区已安装或者交过定金的客户名单列出来，这样优化设备和产品，细节是创新产品重要因素，细节可想而知决定成败。



滴水入海 优秀的团队让个人走得更远

—— 2012年“价值观推动活动”获奖成员专访

本期我们很高兴邀请到2012价值观推动活动获奖成员夏焰生、杨寿堂、王治宁、张传才、程瑞接受专访。

夏焰生：“生产流程改进奖”当选获奖获得者，参与主导精益生产持续改进，效率提升39%。



价值观推动活动是公司组织的一项极具价值的有意义的活动，能充分地发挥员工，特别是车间一线员工的主观能动性，为公司创造价值。正是基于这一点，朕车间导入精益生产方式，在公司相关部门同事的支持和帮助下，积极挖掘车间生产工序存在浪费的机会点，按生产工艺流程对每个工序的生产操作进行头脑风暴，逐条逐项进行改善追踪，消除车间生产过程中的七大浪费，才有机会快速地提升生产效率，提升产品质量。这是我们获得的第一价值推动活动的奖项，我们非常高兴。在未来的工作中，我们会继续努力，和车间所有的员工一道，集思广益，继续运用“精益生产”等先进的生产管理方法，开拓进取，勇往直前，创造更加美好的明天。

Q、在您参与主导精益生产持续改进的过程中，有没有遇到过特别难特别想放弃的情况？又是怎么克服的呢？

夏焰生：改善是有限力的。在导入推动精益生产过程中，有些改善能明显地减轻工作强度，降低工作节拍、提高生产效率，员工能积极配合，非常支持，改善的进度就比较快；另一些改善可能在短期内效果不明显或需要从总体全局的角度来理解改善效果，但部分员工仅从自身岗位来理解，从局部利益来理解，可能稍微有增加的操作动作或工作负荷，改善推动的节拍就比较慢。这时，车间就会组织和员工一起讨论，先“试试看”做起来，然后收集数据，对改善前后进行比较，用数字说话，这样让员工工体会改善的成果，员工也就欣然接受了，或者也可以采取轮岗的方式解决分工不公平的状况。

公司今年开始推行“CI”，即持续改善，是个非常好的方法，其采取制度化的形式对改善进行日常化了，同时采用积分的形式兑换物质奖励，这样更大程度上激发了员工参与的氛围，让全体员工都能积极参与到改善的活动中来，我们的进步就会如雨后春笋，突飞猛进，创造辉煌的成果。

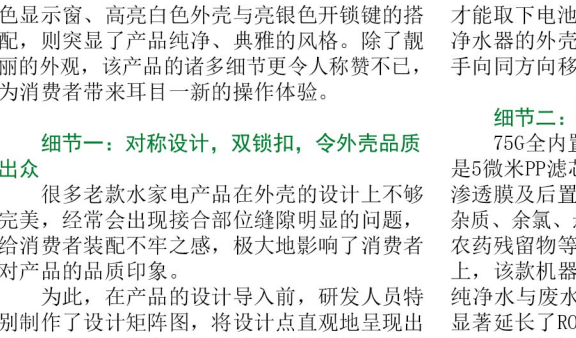


杨寿堂：“生产流程改进奖”入围获奖获得者，参与生产改进项目的落地实施，确保了生产效率提升。

Q、《水之声》曾刊登过商用工程部参与公益活动和产品设备创新的报道，您能跟我们谈谈，商用工程部的生产改进项目落地施工工作中的一些工作细节吗？

杨寿堂：首先要感谢公司给我这样的获奖机会，给我为公司生产改进项目的机会，是公司领导为我创造了这个平台，让我在这个平台上发挥。谈到设备的改进，我们首先要知道为什么要改进，改进后的效果相比之前如何，其次我们要熟悉一线员工的生产操作流程，在了解员工的工作前提下做出相应的工艺改进，从而提高生产效率。我认为作为一位领导应该时时刻刻为员工着想，从员工的角度出发，从为减轻员工的劳动强度出发，这样就会想出让可以减轻员工劳动强度的设备，即自动化设备。但是做出一个合格的自动化设备不仅需要考虑理论，还需考虑它的耐用度，要想自动化能达到理想的效果，就需要充分熟悉各个机械零件的结构，性能，各方面要素都要考虑周全，这些都是细节的关键，同时我们做好的设备还需反复的调试，等达到理想效果和性能稳定后才算完成。并且日常跟踪，不仅是改造还是制造设备的性能针对每步工艺做出相应的动作，这样才算是改进的成功。要想成功就要从细节出发，寻找细节的优化点，才能优化设备和产品，细节是创新产品重要因素，细节可想而知决定成败。

Q、关于团队管理，您有哪些独到的心得？

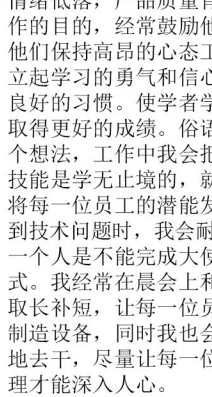


细节一：对称设计，双锁扣，令外壳品质出众

很多老款水电家产品在外壳的设计上不够完美，经常会出现接合部位缝隙明显的问题，给消费者装配不牢之感，极大地影响了消费者对产品的品质印象。

为此，在产品的设计导入前，研发人员特别制作了设计矩阵图，将设计点直观地呈现出来。设计中，考虑到产品的通用性而提出的对称模具设计，使整个产品能自然地分为对称的

杨寿堂：要想制造出好的产品，就要看员工在生产过程中的责任心，同时良好的心态影响着工作的完成。试想，如果员工的情绪低落，产品质量肯定受影响，所以我本着让员工每天开心工作的目的，经常鼓励他们的创新成果，赞美他们的优秀之处，使他们保持高昂的心态工作。只有让员工树立积极的心态，才能树立起学习的勇气和信心，才能克服惯性，改变自己的行为，养成良好的习惯。使学者学的愿学，教的愿教。愿教还要愿学，才会取得更好的成绩。俗话说“教会徒弟，饿死师傅”，但我没有这个想法，工作中我会把我的技能毫无保留地教给其他员工。因为技能是学无止境，就像电子产品一样，每天都有更新。如果能将每一位员工的潜能发掘出来，那部门会越来越强大，当员工遇到技术问题时，我会耐心和他们交流，直至员工弄懂，问题解决。一个人是不能完成大使命的，而团队才是一个取长补短的最佳方式。我经常在晨会上和员工沟通，让电工和焊工互相学习，各自取长补短，让每一位员工都能学到技能，每一个员工都可以独自制造设备，同时我也会给车间员工自主创新的机会，让他们大胆地去干，尽量让每一位员工发挥到最优状态，我觉得这样的管理才能深入人心。



王治宁：“管理流程改进奖”当选获奖获得者，参与在ERP系统中设置汇总效率和制冲功能，有效提升计划与仓储效率，并确保了物料消耗可控。

Q、恭喜您获得了2012年“价值观推动活动当选奖”，有特别想和大家分享的心情吗？

王治宁：首先要谢谢公司给予这个奖项，我很开心。有幸参与到公司的ERP流程的开发和实施过程中，这对我自己是一项宝贵的财富。之前由于系统中领料和入库是由人工手动完成，造成的账目问题比较多，每个月对于JUV的查询也每个车间经理都很头疼。现在在新的流程之下，既减轻了车间文员的工作量，又提高了单据的准确性和及时性；对于车间经理来说，更好地控制了物料的消耗；对于仓库、发料和送料流程也借此机会梳理顺畅了。个人感觉，工作上还是辛苦的，但是带来的成就感也是相当大的。这个项目是我第一次在一个“作战室”工作，并且长达数月之久。原先和仓库、车间的交流和经理并不是很熟悉，通过这段时间的交流，大家增进了同事之间的感情，在今后的工作配合得更加紧密了。

Q、工作中是不是发生过许多有趣的事？项目的成功，最想感谢的是哪些人？

王治宁：说到趣事，让我想起了坐在我对面的生产总监吴红平，以前总觉得他是在工作中一丝不苟的人，一起工作才发现生活中他是一个很有趣的人。在整个办公室充满压力的时候，他总是能以他的风趣和幽默来缓解大家疲惫的心情。项目的成功最想感谢的还是车间和仓库文员的配合，因为众多的基础工作也是由他们去完成的，在双系统并行期间，他们付出的努力也是巨大的。



张传才：“生产流程改进奖”入围获奖获得者，参与组装A线自动化及精益改进，产能提升了21%，空间节省了10%。

Q、能向大家介绍一下您获奖的这个项目的具体工作内容吗？

张传才：去年4月初，项目团队选取了组装A线作为持续改进精益生产改进项目的突破口，团队成员经过了长时间的现场调研制定了详细的项目推进方案。依据项目推进方案，团队对现场做出了下述改善：一、对物料配送方面的改善，将所需物料按规格分为三大类，不同类型的物料采取不同的配送方式，并设计了对应的承载工具料架和料盒，解决了物料占用现场空间过多和输送不畅的问题。并根据新的物料配送模式对物料员、库管员进行改善后工作的培训并制作物料员标准操作SOP进行指导，改善成果得到有效的巩固。二、对物料位置摆放的改善，将现场各个工位所需的物料摆放位置做出明确标识，并制作物料位置LAYOUT图悬挂现场指导。通过位置摆放改善生产过程中不需要的东西清除掉，不断改善生产现场条件，科学地利用空间，向空间要效益，促进人与物的有效结合，使生产中需要的东西随手可得，向时间要效益，从而实现生产现场管理规范化与科学化。三、对线体自动化程度的改善，将原有由员工自行控制节拍的模式改为由PLC系统统一控制，这一改善

不仅提高了线体的产能，而且提升了线体工序间的平衡率，优化人员的工作效率，减少工时浪费和工序间库存，降低生产成本。

Q、在参与组装A线自动化及精益改进过程中，最深刻的感受是什么？

张传才：改进过程中感受有很多，最深刻的是我们团队的合作。团结就是力量，一个好的工作团队是团体工作成功的保证。一个优秀的团队是有极强凝聚力的。价值观的一致是凝聚力产生的根本支柱。在我们每个人的心里，工作质量的完美永远是我们的追求。这样，我们的目标一致了，我们的努力方向就一致了。我们深信方向永远比努力更重要。大家的行动一致了，我们的凝聚力自然就顺应而生了。在每个人的心里工作就是分工不分家的。协作是我们每个人心里的指导工作思想。一个人的能力无论如何都不可能与团队相比，只有大家相互团结，相互协助，才可以创造出个体所不能完成的工作，才能更好地为公司服务。



程瑞：“管理流程改进奖”入围获奖获得者，参与客户危机事件索赔流程改善。

Q、在工作中有记忆犹新的故事和我们分享吗？

程瑞：工作是有计划、有步骤、有成就感的快乐事，认真仔细地做好每一件事情，其实都开心。说到印象最深刻的事情其实很多，特别是一线服务，客户的理解、不同部门的协助与支持都让我感动。举个例子：客户退货时会有这样、那样的意见或者抱怨，如河北某销售商因机器纯水流量不足返厂维修，维修后客户使用一段时间又反馈机器纯水流量小，抱怨机器没有修好等等。针对河北客户的反馈我们首先查阅了当初的维修记录确认机器的维修数据记录，确定机器维修结果是好的，有服务动作的反馈至少能降低客户的抱怨度，剩下的就是客户再次安装的时间水电路以及配件的问题，而刚好其他兄弟部门人员在此地出差，协助下发现客户的安装为了降低度水流量私自更换了度水机。解决该问题后针对客户问题与客户再进行服务品质讲解、水处理知识讲解，客户就比较容易接受。作为服务一线员工，需要他们做的不仅仅是聆听客户的抱怨，更多的是梳理思路（比如查询当初维修记录），核实客户反馈问题、查找问题原因并解决客户反馈，最终通过有效反馈解决客户的问题。

Q、您觉得现在这段工作经历会对将来产生什么样的影响？

程瑞：在客户服务部工作了两年，有两点我很是受益：一是养成了良好的工作心态。客户服务工作事无繁小，在每一次退货或配件的背后都有一个客户。在接听、处理中难免嫌烦，但换位思想下想想客户的无奈，也不难理解客户的心情；再静下心来想想，与其差强人意，还不如多些担当，好好调整心态，更努力地工作，才使得我们的顾客一如既往地忠诚于我们的产品和服务。“细节决定成败”，心态其实也决定着一切。结果自己改变自己的工作心态，才能更加清醒地认识自己、把握自己，不希望工作样样顺利，但良好的心态可以让自己事事尽心、好的心态是容貌，更是工作制胜的基础。二是团队协作与部门协作。很高兴能有机会接受专访，我觉得这也是对我们工作的鼓励也是鞭策。在流程的完善改进中我衷心地感谢各位领导的大力支持，也感谢驻外服务工程师的协助，让我有足够强大的力量去努力工作！这次获奖仅仅是工作的一个开端，我们要走的路还很长，需要改进的地方也很多，以客户为第一，公司利益为第一，急客户之所急、想客户之所想，积极地努力地工作——满意的客户让我们有生意可做！

通过本次访谈，我们对身边的他们有了更多的认识。从我们也不难看到：他们所在的团队，都拥有着共同的目标，拥有创新能力，是优秀的团队。其成员之间的行为相互依存，相互影响，并且能很好合作，追求集体的成功。继2012“价值观推动活动”之后，公司今年开始推行的“CI”项目，采取制度的形式对持续改善进行日常化，期待全体员工都能积极参与。让我们为缔造更优秀的团队，共同努力，创造辉煌！

——新75G全包机A款侧流反渗透直饮水机上市

品牌倡导的“健康、科技、生活”理念，最终体现在产品品质上，而关注细节和体验所带来的品质提升是显而易见的。75G全包机A款侧流反渗透直饮水机的上市，为健康、时尚的水生活带来更高品质的选择。



75G全内置直饮水机（CR75-A-S-1）
净容量：20L
日造水量：75加仑，约283.9L
外形尺寸：260×40×420mm

——摘自《中国厨卫》2013年4月刊