



“起跑140，CI助你行”——140周年庆CI活动启动啦



2014年4月1日，140周年庆CI活动正式启动啦！评估完成的AB类CI项目团队可额外获得积分奖励：

- A类项目：项目团队可额外获得140*14CI积分
- B类项目：项目团队可额外获得140*7CI积分

什么是AB类项目呢？
 ■ A类项目：年效益10万元以上（含）OR与改进前相比质量水平提高或缺陷率降低超过50%
 ■ B类项目：年效益3300元-10万元 OR与改进前相比质量水平提高或缺陷率降低接近50%

“起跑 140，CI 助你行” 获奖风云榜（部分）

序号	项目名称	项目团队	项目类别	奖励分数
1	显示板晶振改善提升电脑板质量	刘文龙、黄献坤、陈元武	A	1960
2	《发票管理系统》的开发	王志明、彭佩、汪方圆、李小晓	A	1960
3	双O瓶和双O瓶盖生产布局优化	刘崇毅、许亮、唐传钱、戴仕华、杨敏、何小旭、姜小龙、徐志春、谢红梅	A	1960
4	AOS-50-SS 膜生产工艺变更降本改进	夏焰生、何耀华、李梦	A	1960
5	流水线配件点数上线改进	岳从东、葛德亮、李露、黄利平	A	1960
6	电脑盒夹筋减胶降费项目	汪梅、金彪	B	980
7	压力桶车间喷漆挂钩改进	解坤、王文权、杨新民	B	980
8	引入自动划线机少人化项目	熊锐、李平、李瑞、冯传福	B	980
9	厨下机电脑盒与漏保取消扎带包扎改进项目	金彪、韩宝剑、陈小进、黄锦燕	B	980
10	AOS 商用一体机控制板刷新消耗	陈小波、汪梅、陈晓艳	B	980
11	400SE/SF 铁板去除多余的孔位降费项目	曾华丽、王彪、嵇仁荣	B	980
12	优化办事处固定电话及移动座机套餐费用	谭立俊、余杰、肖浪涛	B	980
13	焊接防阻燃地毯改进	胡学敏、解坤、端怡杰	B	980
14	组装AO 400/600G 无螺纹机器生产优化项目	胡成明、陈勇	B	980

★ 机器包装环节配件放置方式改进项目



项目背景：

配件漏放是造成整机返工和客户退机的原因之一。根据A0品品牌售后数据反馈，2013年因配件漏放即造成了8起客户退机，给公司带来经济损失的同时极大影响公司的品牌形象。2013年终检记录亦有7起配件漏放的质量问题，需要产线返工，造成人工浪费和损失。而对于产线员工来说，配件数量较多，为了跟上流水线节拍，做到配件种类和数量百分百准确，难度非常大。如何彻底解决这个问题呢？如何让员工轻松做到配件齐全呢？

行动方案——集思广益，寻找解决方案

针对组装的这一瓶颈问题，一线员工、组长和车间经理共同研讨，寻找解决方案。通过研讨分析，配件漏放的主要原因在于：1、配件包中的配件放在物料盒中，数量很多，即使漏装，员工也察觉不出；2、流水线节拍比较快，配件、标贴等由一人负责，易出疏漏；3、部分配件放置的工位安排靠后，无法监督检查。根据这一分析结果，最终大家认同采用配件按5/10个点数后分批上流水线这一方案，具体分为：1、将配件包移出流水线点数装配，滤瓶O型圈、水管、扳手、膜、开关电源、漏水保护器、说明书全部点数上线；2、滤瓶标贴分片粘贴，滤芯分开放置，同时面罩移到线下安装，杜绝漏放；3、水管移位，由最后封箱的员工放改为由放说明书和配件的员工放。改进后，若出现配件漏放，5台内即能发现，及时更正。自13年11月改进以来，近半年内生产的机器尚无1起因漏放配件而造成的客户退机和返工，效果显著！

C1小课堂

工作中存在的每一个问题都是改进的起点。每一个问题的发现和解决基本可遵循以下几个步骤：1、分析现状，发现问题；2、分析问题中各种影响因素；3、找出影响问题的主要原因；4、针对主要原因，提出解决的措施并执行；5、检查执行结果是否达到了预定的目标；6、把成功的经验总结出来，制定相应的标准。再一次，期待您智慧的眼睛！

★ 注塑车间双O瓶和双O瓶盖生产布局优化项目



项目背景：

注塑车间生产的双O瓶及双O瓶盖，需求量非常大，每种产品每天需同时开两个机台长期生产方能满足需求。而这两个产品都是承压件，为了获得更好的承压能力，产品的生产周期比较长，在120秒左右。按照以往1人看1台机的操作方式，员工取出产品完成操作后等待的时间较长，存在浪费问题。

行动方案——优化布局，消除浪费

无论是车间组长还是经理，都注意到了这一问题，对于人员原本紧缺的车间来说，充分利用现有人力资源发挥最大效能是值得研究的问题。通过车间内部的共同研讨，综合考虑机台能力，最终，“通过布局优化减少人员浪费”的方案出台了——将双O瓶盖的生产安排在AB和A9两个相邻机台，双O瓶的生产安排在B3、B4两个相邻机台，如此由1名员工可方便地同时操作两个机台。120秒的生产周期，足够保证员工可以来回在相邻机台间操作而不会超出员工的正常劳动强度。通过这个方案，注塑车间一个班即可节省2人，白晚班合计节约4个人。

C1小课堂

生产线的品种切换、工作量少时的无所事事、缺料造成的设备闲置、上工序延误无事可做、生产线工序不平衡、设备发生故障、生产已通知而物料未齐全等问题造成的等待都是等待浪费。您发现了吗？

每一个浪费点，都是我们持续改善的切入点。期待每一个智慧的眼睛去发现，全局思维，灵活分配，集思广益，充分整合现有资源，让“浪费”无处遁形！

安全铭记于心，改进永不停步

——安全CI季活动活动总结

“安全护航，CI倍增”安全CI季活动已于2014年5月31日落下帷幕。安全的工作环境，离不开每一个人对于安全隐患的及时察觉和即刻杜绝。近三个月的活动时间里，获得了各部门同事的踊跃参与，尤其是一线员工，累计提交近500条安全类CI提案，达成率达到60%，合计奖励67440CI积分。充分调动全员的力量来发现每一个可能存在安全隐患的改进点，激发大家细心观察和用心思考的灵感，恭喜每一位获得CI积分奖励的员工！

此次活动虽暂时告一段落，但是安全改进的步伐不会停步，每一个人的平安健康是你我的责任。若您发现以下问题，请您及时提交改进建议和想法，让我们共创平安和谐的工作环境！

- 1、水、电、气存在的安全隐患及改善措施
- 2、设备的安全隐患和防护措施
- 3、员工的不安全行为和纠正措施
- 4、设备、工具的尖角和防撞措施
- 5、易滑区域和防滑措施
- 6、划伤隐患和改善措施

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

水之声

The Voice of Water

2014年
NO. 03
发刊日期2014年6月20日
第3期 总第15期 双月刊

Do I need the minerals that are in my tap water?
我们是否需要自来水中的矿物质？

在一些人的观念里，平时要多喝含有矿物质的水，这样才能有效补充人体所需的有益矿物质和微量元素。这种说法有科学依据吗？让我们来看看国外专家的说法。

水中有机矿物质微乎其微

The American Medical Journal states, "The body's need for minerals is largely met through foods, NOT DRINKING WATER". The organic minerals in tap water represent only 1% of the total mineral content of the water. One glass of orange juice contains more beneficial minerals than thirty gallons of untreated tap water.

《美国医学杂志》上说，人体对矿物质的需要很大程度上通过食物而不是饮用水获取的。自来水中有机矿物质仅占水中所有矿物质的1%。一杯橙汁里含有的有益矿物质比30加仑没有被净化过的自来水中含有的有益矿物质还要多。

人体是否可吸收水中矿物质？

《YOUR WATER AND YOUR HEALTH》, DR. ALLEN E. BANIK WITH CARLSON WADE
《你的水和你的健康》 Allen E. Banik 博士& Carlson Wade著

It is believed that mineral waters help furnish mineral elements for body metabolism. But there is scientific proof to suggest that many of these minerals are in an inorganic (dead) form. While they may enter the circulation, they cannot be used in the physiological process of building the human cell. These inorganic minerals only interfere with the delicate and complex biology of the body. They may also overwork the kidneys.

有人认为矿物质水能够为身体的新陈代谢提供矿物元素。但有科学证据表明，这些矿物质是以一种无机(死)形态存在。进入体内而不能在构建人类细胞的生理过程中被吸收。最终，不能被吸收这些无机矿物质将通过肾脏排出，加重了肾脏的工作量。

没有其它水比反渗透水更适合人类饮用

《WATER CAN UNDERMINE YOUR HEALTH》 By Paul C. Bragg, N.D., Ph.D.
《水可以影响你的健康》 Paul C. Bragg博士

When pure water enters the human body, it leaves no residue. It is free of all inorganic salts. It is the perfect drink for internal cleanliness and health. Reverse osmosis water is crystal clear with every impurity removed, ready for and perfect for human consumption, free from all pollutants including inorganic salts, organic material, bacteria and viruses. No other water excels as fit for human consumption."

当纯水进入人体，它不会留下任何残留物。它不含无机盐，是为人体内部清洁和健康的绝佳饮料。反渗透水极其纯净，滤除了所有杂质及所有的污染物包括无机盐、有机物、细菌和病毒。非常适合人体饮用。没有其他水比反渗透水更适合人类饮用！

(电子商务部 魏娟、王维平供稿)

第115届春季广交会

恭贺我司入选中国质量检验协会净水设备专业委员会常务理事单位

TRIPP胜任力模型推广项目启动

作为HR2014年人力资源建设项目之一，5月起我司从兄弟工厂热水器公司引进了TRIPP胜任力模型工具。

TRIPP胜任力模型是基于公司特有价值观和业务发展需要，通过研讨等形式而建立起来的。TRIPP胜任力模型基础为胜任力理论，管理人员胜任力(Competency)是卓越管理人员所需的知识、技能及个性特质的组合。

中国质量检验协会是全国质量检验机构及质量检验工作者和全国质量监督工作者组织的专业社会团体，主管部門是国家质检总局。中国质量检验协会净水设备专业委员会是由中国质量检验协会净水设备专业委员会常务理事单位组成。中国质量检验协会是全国质量检验机构及质量检验工作者和全国质量监督工作者组织的专业社会团体，主管部門是国家质检总局。中国质量检验协会净水设备专业委员会3月在北京正式成立，旨今后将为产业健康发展、质量提升等保驾护航。3月23日第一届第一次会员代表大会通过我司入选常务理事单位，证明了我司近年来在净水行业取得的成就，以及对整个行业的重大影响。

TRIPP胜任力模型目前已经被广泛应用于公司人才招聘、绩效管理、述职评估、员工发展以及组织继任计划等人力资源管理实践。

为了有针对性的推广该模型，2014年4月份HR组织了TRIPP胜任力模型认知调研，发现大多数管理人员了解公司倡导创新、以结果为导向、强调激情等能力素质要求，但在系统了解和运用胜任力模型方面有待进一步提升。基于此项认知调查问卷，HR制定了二季度TRIPP胜任力模型项目推广计划与行动方案。

目前水处理工厂已针对TRIPP胜任力模型展开海报、微信、培训等形式推广。其中，微信名称为“TRIPP胜任力模型”，5月已推出《TRIPP的前世今生》系列文章，近期也推出周系列文章——《TRIPP五大关键词案例解析》。也欢迎各位同事关注“TRIPP胜任力模型”微信并积极参与互动。

预计人力资源部6月底将在全公司范围内进行初步测评。



(人力资源部 刘治佳供稿)



佳尼特直饮水机小区推广活动火热进行中

近期“兰州自来水苯污染”、“武汉氯胺超标”等事件再次引起了消费者对于用水安全的恐慌，可是面对琳琅满目的净水产品，又不知如何选购。从5月1日起，佳尼特品牌净水在全国27个城市开始了免费试用30天的小区推广活动，让消费者充分了解和体验。如此贴近市场的推广活动，以社区为营地，直面消费者，不仅可以提升产品终端销量，同时对于艾欧史密斯集团旗下知名净水品牌——佳尼特在当地的品牌形象的提升也起到积极的作用。

小区推广 净水营销的基本功

炎热的夏日席卷而来，在四川省自贡市，佳尼特净水代理商李鹏飞已经投入到新一轮的小区推广中，2014年5月9日早上9点，佳尼特品牌净水机“免费试用”活动在方中小区已拉开帷幕。此次推广活动预期7天，早在3天前，李总便提前在该小区开始了条幅宣传及宣传单的发放，预热过后接下来的1个礼拜时间，就正式踏入了此次活动的销售期。

推广所需的四角亭、易拉宝、横幅呈一字排开，“佳尼特直饮机免费试用开始啦”的宣传语非常醒目，电脑播放佳尼特品牌的企业宣传片，产品展示区的样机整齐地竖立在展示台区，简洁大气的产品外观配以制作的产品演示机，再加上免费测试水质的配套服务，小区活动一开始就吸引了不少居民驻足。

近期国内河流的污染事件频发，老百姓对于饮水的安全关注度也越来越高，到我们产品的展示区进行水质咨询的消费者络绎不绝，更有一些对产品很感兴趣的居民，从家中带来了自己家里的饮用水，与我们的产品造出来的水进行水质比对。经过系统培训的导购员对客户提出的问题进行专业的讲解，并且水质的差异化又让更多新接触净水产品的消费者们大吃一惊，不少意向消费者留下了联系方式，表达了购买意向。时至下午8时，已成交机器数台，意向购买的客户信息20位，一天的推广活动终于落幕。

“对于公司的活动推广，我们有着充分的信心，公司目前主推的侧流专利和大流量无桶型净水设备，也让我们在当地的净水行业中有了足够的差异化优势，给我们的销售带来了更大的成绩”，在与公司的业务人员交流过程中，李总说到。

一个行业的兴起，汇聚了无数人努力的结晶，一批又一批踏踏实肯的代理商们挥洒着辛勤的汗水。正因如此，当我们收获时，才会那么的喜悦和激动，“付出”永远和“回报”划上等号。我们祝福李总的职业生涯一帆风顺，佳尼特品牌净水产品在四川自贡的发展更上一层楼！



(西南大区 夏宇供稿)

华东现场

5月1-3日，泗洪代理商润尔新在当地苏果超市抢占了最有利的地势做广场推广，共计销售产品十余台，仅3天就完成销售额近5万元。在泗洪市场，沁园和美的进入较早，已初步完成了市场教育进程，市场已形成客户主动购买净水器氛围，客户在活动购买中，主要是了解的品牌、产品、价格。而佳尼特在经过今年的产品整合后，产品品质、精致外观及侧流技术等都得到了代理商的认可。在这样有利的市场条件下，泗洪代理商继续加强销售团队的建设和终端形象的提升，佳尼特净水必将在泗洪市场快速发力。



华北现场

5月2号，北京普天客户在朝阳区青年路115号国美第一城小区3号院开展了推广宣传活动，该小区约7000户居民，属于中档偏高居民区。两天的推广活动销售产品数台，整体推广效果良好，其中净水小推手的呈现让推广活动增色不少。在活动之余，经销商也给我们认真地提到了很多建设性的意见，讨论了在当地的营销策略，关于佳尼特产品品牌的宣传、终端形象建设、与公司的互动交流等，对于经销商的成长都会起到很大的作用。此次华北市场走访的5家客户在当地的建材市场等均有专柜，其渠道铺设有很大优势。



华南现场

广东将近一个月的连续降雨终于在5月23日接近尾声，佛山代理商——佛山市通联商贸有限公司把活动时间把握的恰到好处，于24、25日两天在佛山禅城普君新城社区举办了以“免费试用30天”为主题的小区推广活动，虽然之前因为天气原因把活动时间一再推迟，但也正因为此，使得各项准备工作都做的比较充分。当天在移动音响的伴奏下，前来展位了解净水机的消费者络绎不绝，现场工作人员耐心地向每一位咨询者详细介绍免费试用流程及产品性能特点，从早上9点至晚上9点，连续两天派发了近300份折页，现场成交的数量并不多，但是有这么多消费者主动前来看我们的产品，并且留下了大量意向客户的信息，代理商表示，这表明消费者已逐渐把净水机当成一种主动需求来看待，并对我们的佳尼特净水产品及市场前景充满信心！



目前净水产品的销售渠道有卖场、百货商场、建材市场等，但是在资源有限、进场费用高、利润低等特性的影响下，通过小区推广销售不仅可以有效截留客户，同时还可以提升销售商产品销售毛利，对于缺乏渠道资源的销售商可谓是理想的选择，本次小区推广活动的开展希望与销售商齐心协力，持之以恒的努力必将获得喜人的市场回报。

生产体系安全5S与安全评比活动开始啦！

为了给生产体系5S管理提供标准和方法，通过5S管理，共创舒适、安全的工作环境，安全部联合生产体系开展了5S与安全评比活动。公司专门成立了5S委员会，由生产运营副总经理担任委员长，安全部和生产体系各部门第一负责人作为成员，共同推动5S活动的开展和持续改进。

5S与安全评比活动将作为一个持续性的活动在公司推进下去，5S委员会全体成员或部分成员每周将对生产体系一个部门进行评比打分，各部分间循环进行，通过5S细化的指标来参照打分，对于每月前三名的团队，各奖励“5S明星团队”流动红旗一面，对于连续三个月前三名的部门，奖励团队活动一次作为激励。同时对于每后三名的部门，将要求部门负责人提交书面整改报告，并在之后的检查中重点关注整改情况。

安全部于4月30日组织生产体系各部门负责人及5S责任区域负责人共计32人对5S要求和检查标准进行了统一的培训，评比活动从6月1日正式开始，在此之前，预留了1个月的时间给各部门参照标准进行整改，希望通过此项活动，能帮助生产体系各部门更好的提升现场管理水平和减少安全隐患。

(安全部 朱秋燕供稿)

威海代理商春季团购会议营销案例分享

一日之计在于晨，一日之计在于春，合作商如何抓住这个春耕的时机，一举扭转之前有些客户销售不畅的状况，成功实现销量的提升呢？春天的天气变化多端，时冷时热，合作商在市场上推广的方法也是不尽相同的，有的在做新品发布会，有的在跟进开发商的工程项目，有的在商场里做促销活动，有的在做小区活动，而她却在有条不紊地筹划着自己的营销模式。水家电不同于其他家电，这几年才起步，有些终端并不是很了解，所以以前沟通很重要，她的整个团队都在脚踏实地的为这次春季大型团购会议努力着，正因为有了这支勤劳务实、肯干的团队，才能让这次团购会如期召开并取得初步成效。上述所说的团队就是威海代理商丁良春女士领导的团队，丁良春女士与公司合作以来，一直是公司的优秀合作商，丁良春女士选择水处理行业以来，得到了家人及团队成员的大力支持，如今做这个行业已近10年时间，把它当做自己最重要的事情来做，倾注了自己全部的心血，通过这么多年的努力组建了自己的团队，齐心协力为家乡的百姓“提供饮用水解决方案”。

会议时间于4月13日准时开始，此次会议得到了公司领导的大力支持，邀请到了山东大区销售总监王晶女士、高级业务拓展经理朱世安先生，本次会议共邀请了终端客户200多人，会议取得了预期的效果，当场交定金客户共30多人，后续还有一些意向客户在沟通，此次团购会提高了佳尼特品牌在当地的知名度，有效的增强了区域内团队的销售信心，增加了产品的销量。

团购营销会议应该注意哪些关键要素呢，通过本次会议我从以下几方面阐述一下：

一、团购会前期的准备

代理商要和区域内的团队成员沟通前期积累的终端客户资源情况，近期有无其他品牌做类似的促销活动，了解终端用户来源、消费习惯，再确定团购机型、价格、建议2-3款有特色机型；在团购会前可做一些户外宣传，主要宣传团购会的产品及会议地点、时间等，建议广告至少在会议召开前一个月投放；之后确定会议主题，比如：佳尼特直饮水机威海春季大型团购会。随后确定会议流程和当天的活动政策，建议用A4纸打印出来，会议当天发给在场的每一位参会人员，最后要做好会议费用预算，明确会议的宗旨和做好切实可行的预期效果。以上准备在细节上多注意一些，下足功夫，相信一定会天道酬勤。

二、邀约及会场布置

团购会主要针对的邀约目标是终端用户，邀约方式有：1、以前积累的老客户资源，要筛选最有意向的客户参会；2、通过自己的人脉邀约意向客户；3、通过已有的终端客户转介邀约，可以赠送介绍人VIP卡，可积分兑奖品；4、通过小区推广积累资源邀约；5、短信邀约，老客户代理直接发送短信邀约、代理商可以利用移动端运营商的资源对新客户进行邀约。好的会场布置需要有合适的光线（一般不需要强光）、安静的环境、适宜的温度和良好的空气流通。根据人数摆放桌椅，会场要准备有公司统一设计的背景墙、投影仪、易拉宝、条幅、团购机器等；如果有水源和电源最好在现场安装一台直饮水机，供现场的参会人员饮水。如不能安装则准备瓶装水，专人负责迎宾，签到和签单，一般签到的地点在会场的入口处，将客户引导到指定位置，相关经销商最好分开穿插到具体分管客户中间，方便沟通并及时把控客户动态，签单处一般安排在前排一端，现场客户能明显看到，收据至少是两联。

三、会议流程、团购政策及会后跟进

团购会地点一般选在酒店会议大厅，时间4个小时左右，此次会议时间是下午1:00至5:00。首先，主持人文要把控现场的氛围和时间的控制。本次主持人是威海电视台节目主持人，是代理商的家人，比较了解企业、品牌、产品、行业等，主持人会议开始就要将当天的团购政策宣讲一遍，接下来威海代理商致辞，介绍代理商公司的发展历程及对产品质量、售后服务的承诺等；山东大区销售总监王晶女士讲解公司历史及发展历程，高级业务拓展经理朱世安先生讲解饮水与健康知识，之后由我来讲解此次团购会指定产品的优势和宣布产品团购价格，将原价和团购价写在做好的对应机器型号的价格板上。最后进入签单环节，当场的团购政策是这样的，首先入场的客户凭价值20元的入场券入场，现场客户不论购买机器与否，离场时都可领取价值128元的精美茶具一套；其次，针对团购机型有一定的折扣率；再次，当场交500元订金有大礼包赠送（包含保温袋、折页、钥匙扣、4级滤芯、TDS笔一支）；最后在抽奖环节，设定3个奖项，3等奖管线机、2等奖免单大奖1000元、1等奖免单大礼2000元，其中奖项也可换成同等价值的产品，名额由合作商自己决定。以上团购政策只限当日有效。交订金后一周之内补齐全款，否则不能享受政策。会议结束后也要对没有交订金的客户进行及时跟进，有些客户通过会议讲解后，可能会产生购买欲望，所以后期要及时与客户沟通消除客户的顾虑，最终与终端用户达成协议。

团购能够有效降低消费者的成本，通过团购能够享受到更有优势的价格和更优质的服务，消费者可以真正买到质量服务兼优的产品。作为一种流行的消费模式，希望威海团购会的分享能使其他销售商从中找到想要的答案。



(销售中心山东大区 陈亮供稿)

在网络时代，你永远多一种选择

——2013年“价值观推动活动”当选奖获奖成员专访

0、现在电商已踏入正轨，在快速的发展中，您接下来的主要重心是哪些？

魏娟：接下来的工作重心主要分成两大部分。一个是自营店的店铺建设和活动策划工作。虽然目前自营店铺的基础构建工作已经完成，但线上净水品牌间的竞争十分激烈，消费者的需求也是一直在变化的。我们需要时刻关注竞争品牌的店铺动态，进行线上消费者调研，不断优化页面的视觉效果和文案表述，组织更多丰富新颖形式多样的店铺活动，与消费者建立起更加融洽和谐的关系，最终实现销售转化。

项目简介：

快速搭建非史密斯品牌电商团队，进入四个主流渠道。完成SMT电商产品服务政策导入，引入兄弟公司服务的报装安装流程、退换货流程、服务政策。配件定价及结算政策拟定。服务商申领配件价格的基础上，与财务部完成电商售后配件定价。共享服务平台。建立电商服务管理系统，已完成电商服务系统的导入。目前已与兄弟公司完成电商产品报装安装系统和服务管理系统的对接，完成派单及安装任务200多台。与兄弟公司共享客户呼叫平台，顺利开展电商业务。

项目成员：李娜、朱旋、施恩、罗桢、顾晓、魏娟



本期我们很高兴邀请到2013价值观推动活动获奖成员施恩、罗桢、魏娟、顾晓、李娜接受专访。

施恩，电商项目经理

0、去年您作为电商的研发项目经理，对于线上产品的开发，您是如何考量的？

罗桢：线上产品的开发是基于反渗透技术，通过产品的差异化定位来满足不同的用户需求；在上市的电商产品中，有定位高性价比的75G标准型和75G双水质型，也有定位于专利技术开发的低废水排放、滤芯寿命提高的75G侧流型和400G无桶型，以及针对消费者定制的净化加热一体的50G台式温热型，这种差异化是线上产品开发的基础。

另外，线上产品开发是多角度的，不但要有技术创新，还必须有可靠、耐用的产品性能，在开发过程中我们进行了大量的可靠性测试验证，以运输跌落测试为例：国标的测试标准为一角、三棱、六面，测试高度在5.55Km^{18.63KG}，跌落高度为60.96cm；而在我们国标的测试基础上，分别进行了跌落高度为100cm和120cm的加标测试，重新最终选择了两倍于国标的120cm作为跌落测试标准，重新设计了产品包装，并将佳尼特产品在13年开拓电商业务，我基于对净水行业及产品的熟悉，以及本身对于销售的兴趣，很幸运地转岗至电商部从事销售业务。

方面的经验。我们销售的是净水产品，但对消费者而言我们卖的是消费者饮用到身体中的水。第一要务是安全的保证。我觉得从服务角度来说，必须让消费者自己适时检测使用设备后水质的绝对安全，并将佳尼特产品的优势分享给亲朋好友。嘉蓬公司在13年开拓电商业务，我基于对净水行业及产品的熟悉，以及本身对于销售的兴趣，很幸运地转岗至电商部从事销售业务。

0、跟我们具体谈谈您主要负责的天猫渠道的情况吧？

施恩：天猫的质保体制与传统大卖场相似，从这个渠道购买的东西，必须经过平台严格的经验许可审查，且具有严密的质保、物流服务等规范体系保障消费者利益。这是一个真正做品牌的舞台。天猫是一个开放性的平台，目前该平台销售的净水产品有200多个品牌，其中有国内知名品牌及外资品牌，不同过滤技术产品俱全。佳尼特作为新品牌入驻天猫，从销售角度来说首先需要突破以下两点，其一是如何面对天猫在产品性价比上的优势并让消费者接受；其二是网络购物更多选择在销量好的商家或品牌购买。这种格局如何突破，佳尼特在天猫渠道率先以无桶反渗透水机的安全作为产品优势，协同授权品牌专卖店、专营店将佳尼特品牌优势产品推广给顾客。同时我们鼓励赠送水质测试笔给顾客，这样顾客就可定期自测水质，实现净水自己、自己测、自己喝，实现本质上的安全饮水。通过半年多持续经营和品牌运作，目前佳尼特已经在进入天猫热销品牌排行榜前20名，争取年底前进入前10名。时不待我，我们需要加倍努力！

0、跟我们具体谈谈您主要负责的天猫渠道的情况吧？

施恩：天猫的质保体制与传统大卖场相似，从这个渠道购买的东西，必须经过平台严格的经验许可审查，且具有严密的质保、物流服务等规范体系保障消费者利益。这是一个真正做品牌的舞台。天猫是一个开放性的平台，目前该平台销售的净水产品有200多个品牌，其中有国内知名品牌及外资品牌，不同过滤技术产品俱全。佳尼特作为新品牌入驻天猫，从销售角度来说首先需要突破以下两点，其一是如何面对天猫在产品性价比上的优势并让消费者接受；其二是网络购物更多选择在销量好的商家或品牌购买。这种格局如何突破，佳尼特在天猫渠道率先以无桶反渗透水机的安全作为产品优势，协同授权品牌专卖店、专营店将佳尼特品牌优势产品推广给顾客。同时我们鼓励赠送水质测试笔给顾客，这样顾客就可定期自测水质，实现净水自己、自己测、自己喝，实现本质上的安全饮水。通过半年多持续经营和品牌运作，目前佳尼特已经在进入天猫热销品牌排行榜前20名，争取年底前进入前10名。时不待我，我们需要加倍努力！

0、跟我们具体谈谈您主要负责的天猫渠道的情况吧？

魏娟，电商营销策划主管

0、在电子商务成立初期，面临的应该是大量的构建工作，当时压力应该很大吧？

魏娟：我是在去年6月底加入电子商务部的。来到这个部门的第一项工作就是确保首批5款电商新品能于8月中旬在苏宁易购平台顺利上线，而当时接到这个任务后只有短短1个半月的筹备时间。电商部成立初期人员架构还不完善，设计师、文案策划都没有到岗，在当时时间紧迫的情况下，只能寻找广告策划公司来帮助我们完成产品页面的策划和设计工作。因此，前期的主要工作就是不断约见广告公司，提出需求，比较方案，经由筛选，最终选择了最合适的公司进行合作。在合作初期，因为双方了解不够深，经历了一段磨合期。由于外包公司对净水行业和产品不熟悉，在策划过程中出现了各种理解上的误区和描述上的失误。因此需要对他们进行产品培训，详细了解产品特点，与他们一同完成产品卖点的提炼和页面内容策划，对细节反复修改直到满意为止。在修改页面的同时，还要控制各个环节的时间节点。经过双方的共同努力，加班加点，最终确保了所有的产品页面和推广物料在规定的时间内完成并上线。后来随着设计师到岗，结合苏宁易购平台策划的经验，天猫旗舰店和一号店也顺利完成策划设计并陆续上线。

电子商务作为一个趋势，已经深入到我们生活的方方面面，除了上面提到的运营方法外，其核心是组织一个具备互联网思维的团队。关于“互联网思维”，丁总在2014年中国净水行业高峰论坛上的发言做了很好的诠释：“互联网思维一定要聚焦在用户体验上，聚焦用户体验，我认为这是互联网思维核心要素之一；再一个就是颠覆性创新，不是简单的变革、改进，要勇于创新，而且要勇于做颠覆性的创新”。另用户体验对于电商运营至关重要。

众所周知，电子商务颠覆了传统，让我们获得了一种崭新的生活方式，对公司而言，经过一番艰苦的努力也构建出一个崭新的项目团队，电子商务作为公司的重要发展战略之一，今年其业务拓展工作已经顺利展开。在本次专访中，我们被这个年轻而富有活力的团队所感染，大家抱着十足的信心选择了这个团队，并且每位成员都在用他们扎实的专业知识和良好的工作实践使项目拓展的越来越顺畅。在此，我们也祝福电子商务部的各项工作运行顺利，创造出更优异的成绩！



Q、我们知道，线上精彩的页面伴随着您的加班加点，当听说获得价值观推动奖的感受是怎样的？

顾晓，电商平面设计师

Q、去年您作为电商的研发项目经理，对于线上产品的开发，您是如何考量的？

顾晓：很荣幸能够荣获这个奖项。