### "创新、赢在市场"

### 一记魏总在河海大学商学院的演讲

院MBA中心进行了一场以"创新、赢在市场"为主题的讲座。 魏总理论清晰、案例详实、语言风趣幽默,赢得了在场同学 的阵阵喝彩。



一开场,魏总拿自己的身高、在中国的工作经历开涮, 一下子就拉近了与同学们的距离。紧接着,魏总根据自己多 年的管理经验,跟在场的同学就"如何创新、知识产权保护、

应河海大学商学院邀请, 艾欧史密斯(上海)水处理产 品牌塑造、市场竞争和产品差异化"等进行了详尽而有条理的 品有限公司总裁Wilfried Brouwer先生于10月20日上午在该 分享。关于"创新的驱动力有哪些"的话题,魏总认为企业需 要在"技术推进、缩短产品使用周期、转变客户需求、增强全 球竞争力"四方面下功夫。在"知识产权保护"模块,魏总结 合艾欧史密斯集团的发展实例,强调公司要"投资知识产权保 护、监控市场并及时应对各种挑战"。就"品牌塑造"这一话 题,魏总拿全球知名企业品牌的例子娓娓道来。最后,关于"市 场竞争和产品差异化",魏总也提出自己的看法,认为企业需 要"确保产品具有差异、以市场为驱动、以客户为导向、与国 际接轨、及早明确产品定义"等方面加强竞争,提升产品市场

最后, 魏总用他特有的亲切、开放的讲授方式, 鼓励、激 发同学们参与到学习交流中来,并就"中小企业知识产权保护"、 "加快创新速度"、"市场与技术之间的关系"等问题与同学 们展开了热烈的讨论。临别之际,魏总鼓励大家投身自己喜爱 的职业"Choose something you like, the money will come later(选择一份你喜欢的工作,财富随后将至)"。

讲座在同学们热烈的掌声中结束,现场有同学高喊:"魏 总, 河海欢迎你再来!"

(人力资源中心行政部李平供稿)



# 公司首次参加A.O.史密斯全球雇员敬业度调查活动

place to work!),作为措施之一,集团公司在两年前启动 了"全球雇员敬业度调查" (Global Employee Engagement Survey),倾听来自员工的声音!SWT公司于今年9月24日首 次邀请全体同事参加了该项调查活动,得到了大家的积极参

全球雇员敬业度调查由独立的第三方咨询机构美国的HSD 公司组织开展,通过无记名问卷调查形式进行,了解员工对 于公司发展、企业文化、直接主管的领导与管理能力、公司 福利等方面的反馈。活动从9月24日开始,到9月28日结束, 共计收到来自公司各个部门的调查问卷共计552份。

在9月24日人力资源部将空白的调查问卷发放到各部门。 为了方便生产车间同事填写问卷,人力资源部在工间休息时 间按班组组织大家填写调查问卷,并统一回收问卷。在此过 程中,人力资源部对所有问卷都予以了保密处理,并在调查 结束后将回收的调查问卷统一邮寄给了美国HSD公司,该公司 参与!

A.O. 史密斯公司致力于创造良好工作场所(Be a good 将对所有问卷信息进行汇总处理,调查报告会在大约一个月后 和各位同事分享。

> 正如集团公司总裁Pual W. Jones关于此次调查致全体员工 的一封信中所说: "这项不记名的调查被证实是非常好的沟通 方式,使我们学会了如何从雇员的角度来看待公司,你们的反馈、 意见和建议带来了许多全公司范围内的改进和一些所在地公司 的改进。你们的反馈帮助艾欧史密斯公司保持卓越的声誉以及 继续成为满意的雇主。"

> 沟通和改善无处不在,我们希望通过此次调查活动搭建起 良好的沟通和反馈的平台, 大到公司范围内的改善改革举措, 小到一个日常的建议和反馈,都将对公司的持续改善起到非常 重要的作用。希望全体同事能保持积极参与的精神,在平时的 日常工作中,可以通过员工意见箱投递个人意见和反馈、和直 接主管或人力资源部的同事提出建议和反馈。

在此,再次感谢全体同事对本次敬业度调查活动的支持和

(人力资源中心供稿)

### 第三期"卓越领导力培训"在溧水工厂举行

2012年10月21日-23日,第三期"卓越领导力"(Leadership Excellence Training)在南京溧水工厂培训中心顺利举行,24 位来自五个业务中心的同事参加了本次培训, 这是公司持续 发展员工能力,"致力于成为良好的工作场所"的价值观的体 现,对保持公司经营业务的不断增长有着重要的意义。

卓越领导力 (Leadership Excellence)培训是美国亚特 兰大咨询公司为A. O. 史密斯公司量身设计的,课程内容主要 包括有效管理与良好人际关系维系、用心领导(Lead by Heart)、 追求双赢、沟通与倾听、辅导与咨询技巧、运用周哈里之窗夸 大自己的"舞台"、寻求反馈以及承认别人的伟大之处等模块。

"卓越领导力"培训已经进行了3期,每期都收到学员的积极 反馈,并在日常管理工作中得以运用。总裁Wilfried Brouwer先 生应邀在培训过程中与大家就领导力进行了简短交流, 并强调指 出团队合作的重要性, 并期望学员在培训中能有所收获。

观看录像、分组讨论、一对一角色扮演、案例分析、发人深 思的游戏……多样化的培训形式让整个培训轻松有趣,并发人 深省。本次培训得到了姐妹工厂热水器公司人力资源部的大力 支持,培训师讲课经验丰富,引导学员深入思考,氛围轻松愉 快。培训的结尾,每个讲师和学员逐个分享了三天来的培训收 获与体会。

(人力资源中心王飞亮供稿)



Rajendra先生等美国高层一行视察了艾欧史密斯(上海)水处 理产品有限公司南京生产基地, 艾欧史密斯(上海) 水处理产 品有限公司总裁Wilfried Brouwer先生等公司高层管理人员陪 同参观视察, 并听取了相关汇报。

A.O. Smith集团公司高层领导视察南京工厂





视察车间项目

针对关键生产程序、自动化改进项目、产能提升等进行询 问和现场察看后, A.O.Smith集团COO Ajita Rajendra先生等-行详细了解了员工工作场所的安全和环境事宜,对工厂各方面 的工作给予了肯定,并表示出美国高层对艾欧史密斯(上海) 水处理产品有限公司在中国市场发展的信心。

### 华北地区"佳尼特"品牌市场拓展交流会记

为了支持经销商更好地开拓市场及稳定品牌环境的基础, 艾欧史密斯(上海)水处理产品有限公司于2012年9月24日在天 津舒泊花园大酒店隆重举办了"2012年华北地区佳尼特品牌业 务拓展交流会",受到了代理商及经销商们的热烈欢迎。

在经销商们的翘首期盼中迎来的交流会, 共有包括华北大 区经理袁波、培训讲师胡颖岚、技术工程师、销售代表、华北 地区60余位代理和经销商客户隆重出席。大会在热烈的掌声中 拉开帷幕, 华北区经理袁波从宏观的角度讲解公司历史背景、 现今的投入的力度、发展的优势、未来的发展计划等,并进行 政策讲解及规范, 体现公司真心诚意同市场共成长、同客户共 发展创造共赢的策略。袁总的讲话为台下的经销商和客户带来 了无比的信心,大家抱以阵阵热烈的掌声。



随后胡老师讲解了水的相关知识及我司产品的特点, 针对 我国水质现状尤其是天津、北京地区及国外水质情况, 生动地 进行了讲解。对各地水污染及自来水的现状,从水源的污染、 自来水处理工艺的简单四部曲、多年来管网的年久失修、二次 供水水箱的污染、桶装水的多次曝光等多个角度向大家展示了 直饮机巨大的市场潜力。我司直饮水机侧流膜的专利技术,比 市场同类产品省水、省电、节能,有非常强的竞争优势,再次 坚定了在场经销商及各位客户的信心。

接着,天津经销商龙经理根据自己3年来的销售经验,为 大家生动详实地阐述了一套可行的经营模式,分享了独到的销 售心得。免费换芯服务带动老客户转介绍,让客户成为我们的 转介绍中心,不断地扩大、开拓市场——龙经理的倾囊相授、 风趣幽默的讲解,台上、台下的互动,带来台下阵阵掌声及频 频点头,将大会气氛推向高潮。最后驻北京办事处的董骞予工 程师就在安装过程中常见的问题以图示的形式一一作了详实的 介绍, 他专业而详实的讲解获得台下赞许的目光。

经过半天的会议,大家收获颇多,会后互相交流迟迟不肯 离去。大会获得了圆满的成功, 也给华北区的经销商带来了饱 满的信心,相信不俗的市场反响即将来临。

培训掠影

(销售中心华北大区洪晓霞供稿)



培训后学员与讲师合影

《管理者的4F》

7月27日、8月10日、8月22日,公司 车上海商务中心和溧水工厂组织了三期针 对管理者能力提升的培训,57位来自各部 ]的经理和主管参加了培训。4F即要求管 理者要做到的4个方面: Be Fair身先士卒、 Be Fair公平公正、Be Firm严格要求、Be Flexible灵活变化。



9月26日, 公司邀请兄弟工厂热水 器公司高级电控研发经理杨国斌先生 为研发中心和生产运营中心项目团队15 人讲授A.O.Smith研发项目如何立项,项 目的时间、成本、质量、风险管理等, 培训的实战性受到大家好评。

### 秋日随想

又是一年秋来到,不觉又想起了家乡的银杏树。 挂。虽然这里生活很美好,但还是想念锦江山下的那条路,想念秋 水的年华,带走了青春。梦里几番浮沉,都是故里。

天里那条路上的银杏树。 上次回那里,已经是很久以前了。那时候儿子还小,正蹒跚学 日里那条路的银杏树了。 步。我牵着他那胖胖的小手,漫步在银杏树下,被秋日午后暖暖的 阳光拥抱着。脚下厚厚的、身边飞舞的,都是银杏叶,孩子的小脸兴 奋地发着光,这一切让我的满足、幸福就如秋天般安逸、饱满。

十几年过去,不知不觉,儿子已经是大小伙子了。日子平 转眼间,离开家乡很多年了,大江南北的走过,心里始终有牵 凡而琐碎,以至于忘记了身边许多美好的事、美好的风景。似

此刻,望着窗外湛蓝的天空,又想起了那条路,想起了秋

现在家乡的银杏叶黄了吗?哪位朋友告诉我一下……

(销售中心中原西北大区宋建国供稿)





发刊日期2012年11月20日

第4期 总第06期 双月刊

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

编辑部电话:021-34677641

全国客服热线:400-820-0606

邮箱:newsletter@aoswtc.com

只有当企业中的人员和机器都实现最高生产率的时候,才能为工人和雇主实现最大永久繁荣。■ ——科学管理创始人泰勒 对于生产中心来说,2011年2月20日是一个里程碑的日子——从上海工厂搬迁到南京溧水工厂的组建宣告结束,从此开始了 新的挑战!直至工厂高效运行的今天,我仍然会时常想起那段岁月。在投产前期的困难前,我们生产人没有畏惧,有效推进了各

项改进措施的落实,在革新带来的发展机遇前,我们在公司领导的高度关注下,与工厂共同成长,见证了一个个质的变化。 一、现场管理, 看效率 新工厂投产前期,各车间负责人从5S方面着手,在ME部门和商用工程部及生产技术人员互相配合下,对生产线进行了很 大的改进,大大提高了工时利用率,生产节拍加快,生产效率大幅度提高。同时,切实落实各项安全工作,进行设备更新及加 置安全防护装置,将这项企业必须具备的生产条件进一步完善。生产现场精益生产的积极推行,为拉动生产、降低库存、减少

资金占用奠定了坚实的基础。生产辅助部门也加强了自身业务技能,现已可以精确到日计划和周计划,确保生产人员充分了解

二、质量管理,看品质提升

质量是企业的立足之本,是企业生命的源泉。相较于新工厂运作之初的质量体系,我们的现有框架已非常完善。在此框架 下,严格按照程序文件操作,品质大幅提升。现在QC工程表每个工序的关键控制点,都可以量化、可控、测量,从组装车间的A 线、B线,到打包生产线只要产品上线,都要做首件确认,避免不良;注塑车间涉水承压的功能件,每批次都按规定抽检打压测 试,从而确保流到下个工序的产品合格;量器具的管理,目前所有的量器具都登记入册,编码标示,计划校验,确保了量器具的

生产的时间结点,使生产前的各种物料准备和资料准备有足够的时间完成,让我们对整个产能的提升充满信心。

质量文化是企业在生产经营中形成的一系列有关质量问题的意识,规范的价值取向行为准则。我们倡导质量文化,生产全 员质量,树立质量文化。我们更要牢记,最大的利润来源于质量,满意的客户让我们有生意可做!

三、教育培训, 看员工成长

一个成功的企业,一定是学习型的企业。结合生产中心的实际情况,所有新进员工都进行了入职前的培训,促使新进员工 快速融入团队,并对公司的各项规章制度有初步的了解,同时从今年开始导入SOP培训,强化员工的标准作业意识。针对班组长 的沟通与管理能力提升,增加了受训次数。他们学以致用,应用培训学来的知识,在现场发现问题、解决问题。各班组长也从 当初只管完成生产数量,成长为现在的以产品质量为重点、不断去培训员工的基层管理人员。用诚恳的态度去学习未知的领域, 养成良好的学习氛围, 我们的企业才有活力, 才能捕捉机遇, 彰显出巨大的发展潜能。

求实, 让我们理性抵达成功; 创新, 让我们走得更远, 离梦想更近。从生产中心的变化, 我们看到了一个蓬勃向上的企业, 正迎着冉冉东升的朝阳, 奋发前行!

生产总监 —— 乔翠柳



2012年10月27日,2012年度净水行业十大评选颁奖典礼在北京慧聪产业园隆重举行,艾欧史密斯(上海)水处理产品有限公司荣登 "2012年度净水行业十大评选最具影响力企业"榜首,旗下佳尼特品牌荣获"2012净水十大知名品牌",为公司形象推广和进



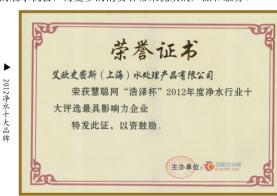
我司应邀派代表出席了颁奖盛典,共同见证辉煌时刻

由慧聪水净水网主办的"十大评选"活动,旨在推广自主品牌、表彰行业榜样的同时,传递经营精髓、成功理念,推动整个 行业的发展。艾欧史密斯(上海)水处理产品有限公司在历经了报名、投票、初选、复选、专家评审会等五大阶段后,终于抱得 奖项归!中央电视台、北京电视台、新浪网、腾讯网、搜狐网、网易网、新华网、人民网、参考消息、中国消费者报、精品购物 指南、中国经济导报、中国贸易报、中国企业报、中国食品安全报、中国水网、现代水家装、中国直饮水、中华健康水等国内 多家主流媒体联合支持和报道了相关活动。

品牌谱写华章,荣耀铸就辉煌。我们深知,唯有打造真正的品牌形象,永远保持创新的活力,才能在激烈的竞争中博得先 机。我司抓住机遇,在慧聪净水网十大评选活动中脱颖而出,荣获了评选活动隆重推介的"2012年度净水行业十大评选最具影响 力企业"、"2012净水十大品牌",受到业内外人士的一致好评。这意味着我们在"影响力+实力"这个平台上,再次开启了扬 帆起航的征程。两大奖项的荣誉落户,不仅是作为口碑与质量都相当出色的优秀企业为净水行业做出贡献的一种表彰,更预示 着爆发式发展契机的来临,我们也将更好地把握多渠道、多维度的展示机会,为更多的消费者带来优质的产品和服务!

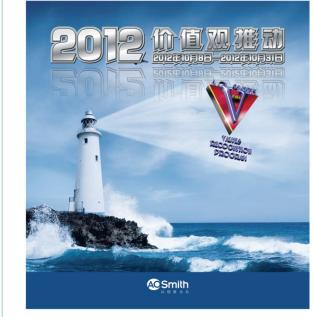






#### 2012年"价值观推动活动"火热进行中

一年一度的"价值观推动活动"于10月8日正式启动。自 启动以来,该活动在同事中引起了热烈反响与积极参与。截至 发稿,南京、上海两地共收到多达416份提名,其中"客户满意 奖"139份、"管理流程改进奖"96份、"生产流程改进奖"79 份、"产品创新奖"43份、"工作场所安全奖"27份、"环保 贡献奖"26份、"公益活动参与奖"6份。











"价值观推动活动"(Values Recognition Program)是 A. O. 史密斯公司从1995年发起,并且最具影响力与最受欢迎的 公司文化建设活动之一。旨在更深层次地挖掘将A. O. 史密斯价 值观("争创利润,力求发展;重视科研,不断创新;遵纪守 法,保持声誉;一视同仁,工作愉快;保护环境,造福社区") 真正融入到平时工作和生活中的员工和团队。同时对做出特别 贡献的员工和团队进行认可;并通过各种形式的宣传活动激励其 他员工采取更加积极主动的行动,令价值观真正深入人心。"价 值观推动"活动期间,员工可发现和挖掘那些在日常工作中身 体力行的同事和团队;同时,也可以借此机会感谢跨部门合作

据悉,我司于2011年正式加入这一文化活动,活动当年共 有36位同事在七大奖项上有所斩获。今年,人力资源中心为此 次推动活动准备了一批精美礼品,凡进行有效提名,即可获得 LED留言板;被提名的同事更有机会赢取时尚礼品、亚洲游和 飞往美国总部参加颁奖的机会。

的同事与团队, 提名他们做出的贡献。

更多有关"2012年价值观推动活动"的信息,可登陆公司 网站或拿取宣传折页,本刊也将继续报道此次推动活动的后续

(人力资源中心行政部李平供稿)



### 活动快报

自本期起,《水之声》季刊将改为双月刊。下一期将于 2013年1月20日如期出版,让我们共同期待!



## 携新品亮相112届广交会,我司参展取得喜人成绩

2012年10月15日,第112届广交会开幕。艾欧史密斯(上海)水处理产品有限公司携新品亮相,吸引了广大 海内外客户驻足洽询,取得了喜人的参展成绩。

本届广交会继续保持三期展览格局,展览总面积116万平方米,展位总数59509个,境内外参展企业24840家, 有来自全国两万四千多家资信良好、实力雄厚的外贸公司、生产企业、科研院所、外商投资/独资企业、私营企 业参展。为提供更加优质的服务,让我们的客户更满意,参展代表们做了充分的准备。各方面的严格培训,使 得他们在接待来自世界各地的客户时井然有序、处之泰然。







我司展位 客户对我司机器表现出浓厚的兴趣

愉快的洽谈

作为净水全系列产品的生产商和销售商,我司产品受到了海内外客户的广泛关注和赞赏。一批运用了领先 技术的净水机的展示,让我司展位成为了现场人气旺盛的参展商之一。5天展会期间,展台前门庭若市,参观、 咨询、试机、采购的观众超过1000人次。不少客户表示"这些机器在性能上有质的飞跃"、"的确有与众不同 之处",现场预约赴工厂考察的客户更不在少数。

本次展出的系列新品中,756全内置直饮水机、756台式双温机受到了众人的追捧。两款结构紧凑、小巧玲 珑的产品,核心采用顶级RO膜过滤,漏水保护。外观的时尚美观、性能的先进卓越,满足了现代家庭用水的条

展望未来,除了开拓新的海内外市场,我们更把广交会当作在世界舞台上展示实力和品牌形象的一次绝佳 机会,以这个平台为契机,进一步加快国际市场的销售和推广。到19日一期广交会圆满结束,我们随上海交易 团收获了不俗成绩,取得了良好的展会效果,不虚此行。

### 2012 IFA德国柏林国际消费类电子产品及家用电器展









时 间: 8月31日-9月5日 地 点: 德国柏林 展位号: 26馆353、354

## 我司销售中心2012年第三季度总结大会顺利召开

2012年10月15日,我司销售体系2012年第三季度总结大会在上海交通大学闵行校区综合楼学术演讲厅顺利召 开。人力资源总监吴俊所先生、财务总监陈杰先生、销售总监董立辉先生等一行出席了会议。大家汇聚一堂,聆 听了销售总监董立辉先生关于2012年第三季度的销售分析,现场开展了互动问答。

上午9点,会议正式开始。董立辉总监与销售中心的全体同仁分享了2012年第三季度销售分析,展望公司的 发展方向和变化,并针对第四季度市场开发制定了切实可行的策略和目标。会议上,董立辉先生指出了销售中心 三季度工作中的主要问题,也对工作亮点表示了肯定,并针对各部门第四季度市场开发的策略提出了要求。







财务总监陈总为获奖员工颁奖

人力资源总监吴总为获奖员工颁奖

随后,销售中心三季度优秀员工颁奖仪式举行。在阵阵热烈的掌声中,员工们面带微笑走上领奖台,感受表 彰的荣耀。在接下来的互动环节,人力资源总监吴俊所先生作了简短的发言并欢迎大家提问,在和谐的互动中结

下午市场部经理王晓钰针对专卖店VI建设及开店工作进行了详细讲解,并拉开了销售人员述职的序幕。

### 净水器如何做促销活动

编辑部电话:021-34677641 邮箱:newsletter@aoswtc.com

活动促销是提升销量获得利润、扩大区域市场占有率、提高品牌知名度 的有效方式。一直以来,关于促销活动的各种理论、案例比比皆是,包括大 小家电、太阳能、建材等与我们净水器相似的产品做起来也是风风火火、硕 果累累。但是具体到净水器这个行业,很多商家在投入很大精力、资金的情 况下却最终折戟,未能达到想要的效果。笔者曾就职于某太阳能品牌,做活 动也可谓驾轻就熟, 从小区宣传、乡镇推广到大型城乡联动也曾做得风生水 起,并且深知活动在品牌推广中起到的作用。然而在连续几次净水器促销活 "爆冷"后,不禁自问:难道是净水器不适合做活动促销吗?答案当然是 否定的。那为何净水器做活动就不能达到预期效果呢? 我想这应该从这个行

净水器作为新兴产品,现阶段消费者认知程度还相对较低、健康意识不 足,敢"第一个吃螃蟹"的人还不多,加之市场上品牌良莠不齐,有些商家 短期牟利导致净水器"名声"受损,造成了促销活动的步履维艰……分析好 原因,有针对性地"见招拆招",方有可能达到想要的目标。9月中旬,在重 庆市长寿县,我司品牌开展的活动实现了现场销售24台、搜集意向客户一百 余人、活动后再持续销售十余台的良好成绩,其中有很多值得借鉴与推广的 地方。下面我们就结合此次"实战"的全过程来了解下此次活动成功的原因。

1. 物料制作。宣传物料是传导活动信息最直接的利器,宣传物料一定要 丰富多样。本次活动除了传统的活动宣传单页、水与健康宣传册,经销商另 外制作了展板、带品牌LOGO的气球、中性笔、紫砂杯、电热水壶、水质检测

2. 人员培训。活动之前将活动口径、产品卖点特别是产品差异化进行了 重点讲解,前面提到:品牌良莠不齐,部分商家短期牟利给净水器造成了不 好的影响,要想不被拖入"泥潭"就必须摆脱同质化竞争,走差异化路线,比 如我们的侧流膜技术、配件自主生产原装一体、满水自冲专利等都是产品差 异化的体现,消费者认识到我们产品的优越性能,达成销售自然就理所当然

3. 老客户的联系。客户介绍一直是销售成功率很高的方式,在此次活动 之前将所有老客户都进行了电话通知,并且老客户带新客户到活动现场均能 领取紫砂杯一个,这样就有了更多、更有效的活动宣传者。每次活动老客户 都能得到礼品也就提高了老客户的满意度,同时带来的新客户还有很高的成

此外,人员的分配、场地的确认、单页的发放、活动信息的传达 ……前 期工作一定要做细,考虑到活动的方方面面,一句话概括就是:细节决定成

活动成功与否的标准有几个: 现场达成、意向客户的搜集、后期客户的 跟踪与成交……活动现场的工作需围绕这些中心展开。现场成交肯定是首选, 要想促使现场达成需有以下几点:







机器有序摆放

现场宣传册、展板

1. 足够的人气。这就是前期要做多种物料的原因,单页传递活动信息、 展板展示"水与健康"、各种小礼品适时活跃气氛。同时要专人负责做水试

足够的优惠。换位思考下,活动对于消费者来说,就是要能"占到便 认识到这一点对现场达成销售至关重要,本次活动在平时销售价格基 础上打折并有礼品赠送,并将礼品(电热水壶)堆放在显眼的位置,且注明 仅在此次活动中赠送(特别提到是厂家让利于消费者)。消费者看到了实实 在在的优惠,自然也就愿意掏钱购买了。此次活动销售24台机器,全部都是

3. 足够的意向客户。在这里要特别介绍一下本次活动的"秘密武器"-水质检测器。刚才说到,成功的活动除了要在现场有足够的成交量外,意向 客户的搜集也是很重要的,足够的意向客户是下次活动成功的基石,是销量 持续的保证。此次活动我们用到了大量的"水质检测器",只要想了解自己 家水质情况,在规定表格上做好登记留下电话、地址,即可免费领取水质检 测器一个,这是体验式营销的一种。大量赠送"水质检测器",让客户"亲 身体验水污染的状况",通过白色的PP滤芯逐渐变黑变黄的强烈视觉效果, 冲击客户的饮用水安全意识,促使客户尽早购买净水器。按照这种方法本次 舌动搜集到了一百余个意向客户,这一百余个意向客户是后期可跟踪的并已 经亲身体验过水质检测的。而且现场我们还提出水质检测器变黑后可到店面 免费以旧换新,这样部分用户在PP滤芯变黑后会到店面更换,到了店面我们 便能更多地与客户进行沟通了,成交的几率自然大大提升。

后期的安装、售后同样重要,本次活动后销售的十几台机器,部分是 "水质检测器"的功劳,也有部分是安装、售后过程中客户的介绍促使成交。 好的产品能给客户带来舒适的净水享受,而良好的售后服务能带来客户的满 意度, 二次销售就在这个过程中产生了

透过这次长寿县的活动,我们能从中一窥净水器做促销活动的点滴。充 分的前期准备、意向客户的联系、现场优惠信息的明确传达、活跃的现场气 氛、水质演示器的适当运用等,都是活动成功的要素。将净水产品的内涵深 深融入每一位消费者的心中,帮助树立正确的健康饮水观念,激发他们的购 买欲望——整装待发,我们的净水器营销之路还很长!

(销售中心华南西南大区邓瑶供稿)

### 商务直饮水市场正处于"淘金期"

直饮水机相较于桶(瓶)装水具有很大的优势:

纵观商务饮水市场现状,桶装水和开水器占据了大半江山,但直饮 商务饮水之三:商务直饮水机 机凭借着水质新鲜和节省费用正处于高速发展的成长期。

商务饮水之一: 烧开自来水

水质健康评价	环境评价	
1、只杀灭部分细菌和病毒本体	1、费电:一般为8千瓦~12千瓦	
2、无法袪除水中超标的重金属、 水垢和致癌物	2、易坏:水垢覆盖电热丝,容易 烧坏	
3、失去氧气太多,凉开水浇花花 死,养鱼鱼死这是常识	3、耗能:水垢覆盖电热丝,导致 电热效率低(以8千瓦为例,启 动1小时耗电即为8度电)	

#### 商务饮水之二: 购买桶(瓶)装水

桶装水的问题在于四方面: 1. 水桶卫生方面问题——二次污染

- 2. 水质卫生方面问题——细菌滋生
- 3. 饮水机+桶装水的综合问题——黑桶假水泛滥 4. 水的价格居高不下问题——费用高

优势	桶装水+饮水机	直饮水机
水质新鲜度	存在老化水及饮用期较长	现造现喝,新鲜,安 全,便捷的健康水
水质卫生度	二次污染致细菌有机物超标	不含溴化盐,余氯, 有效防止二次污染
水桶问题	水桶质量难以保证,超标使 用,造成水桶二次污染	无
假水事件	难以监控是否掺假	现造现喝,水质有保障
订水送水	夏天集中订水经常不能及 时到位	无需任何烦扰, 直接饮用
占用空间	除了饮水机至少需储备几 桶水以便及时更换	仅0.1平米左右

商务直饮水就是企事业单位的直饮水包括办公室和公共饮水。

### 商务直饮水市场正处于"淘金期"

上海LEK调研和咨询公司预计: 1、未来5年,商用净水机市场总量将翻五倍; 2、到2016年当年市场需求量可达到900万台。

我们来看一个"直饮水替桶"的客户模拟方案: 案例:某工厂300人,25个饮水点,日饮水30桶, 水价8元/桶, 年饮水费7万元

方案1: 买25台机器 方案2: 租不同型号的机器, 按每台租金报价和收取 直饮水系统解决方案:

1、满足现有饮水点 2、花费一年7万的水费改造商务直饮水工程;设备 日常制水维护费用每桶水在1元以下; 对经销商, 改造 项目有一定的利润。

随着行业的发展,爆发式契机的到来,商务直饮水 机市场进入蓬勃的"淘金期"。凭借强大的技术优势和 真诚的服务态度,我司生产和销售的净水全系列产品 受到了广大消费者的青睐。今年上市的商用800G净饮 一体机,也势必为客户带来更优越的饮水体验及健康保

(项目及商用销售部朱毅供稿)

# 我们的所有努力 只为让客户更满意

--2011价值观推动活动获奖成员专访

本期我们很高兴邀请到2011价值观推动活动入围奖获奖成员 谭立俊、刘少林、王志明、杨继春、黄伟、葛德亮接受专访。

谭立俊: "管理流程改进奖"入围奖获得者,与销售团队组织 周沟通会,建立销售订单跟踪表,准时交货率改进了22个百分点。



Q、谭经理,在2011价值观推动活 动中, 您获得了"管理流程改进奖" 能谈谈您的感想吗?

谭立俊: 首先,很感激公司把我日 常工作中必须要做的一个工作内容当 作了一个"管理流程改进"的案例, 并予以了奖励; 其次, 能获得这个奖 项, 离不开整个团队的共同努力, 这

个团队包含了销售团队、生产计划管理、财务管理、IT管理等 众多同事的共同努力,我在里面实际上只是做了其中一个环节 的工作, 最应该感激的是这个流程创立和各个环节的坚持, 最 终才见到了效果;最后,其实获得这个奖项,受之有愧!在获 奖的时候,也就是2011年上半年,实际上销售供货还是存在-定的问题,只是较之于2010年等之前,有很大的改进,但和完 全成功还有一定距离。所以对于能成功入围"管理流程改善奖" 对我本人和整个团队来说,都是付出的努力获得的认可和公司 给予的至高荣誉!获得这个奖项,我们很高兴!平凡单调的工 作原来也能是流程改进的一部分,多一次坚持,多一份努力,也 能换来公司的高度认可和荣誉!希望能有更多的同事能在日常 工作中把事情做好, 最终也能在无意间获得价值观推动的各个

#### Q、关于这部分流程的改进,您对您的团队还有各位同仁 有特别想说的吗?

谭立俊:上面提到了,能获得这个奖项,离不开整个团队 的共同努力!我作为销售管理的一个代表,仅是参与整个流程 的一份子而已,这是一个涉及广泛的流程,任何一个环节不做 好都会影响全局; 其次要特别感谢销售总监董总和生产运营总 监吴总领头搭建了这个流程的框架和规划了相应的权责范围, 在他们搭建出框架和明确责任以后,各个相关环节的同事才能 朝着一个方向去努力,心往一处使,事情就能办成,这就是我 对这个项目能获奖的一个最深刻的感悟! 最后: 我想对这个团 队获奖的同事说: 很感谢各位的共同努力, 任何一个人拖后腿, 我们都不会获得这个殊荣! 很高兴能借各位的光彩, 让我也蓬 荜生辉!如有机会,我们继续合作,冲击2012、2013年的价值

刘少林: "客户满意奖"入围奖获得者,在奖项颁布前的8个月时间里,克服苏州库房面临的各种困难,没有发生一起差错, 大大减缓了销售供货压力, 保护了公司资产。



Q、能跟我们谈谈您的获奖感受

刘少林: 很高兴我们的工作能被 公司认可。因为在苏州仓库搬来南京 工厂前, 很多同事都不知道有个叫做 "苏州仓库"的单位。当看到不少同 事用诧异的眼神看着我代表团队上台 领奖时,内心有不小的激动,深感欣

慰。结合这次获奖,说明公司对当时苏州仓库是多么的重视。 因为保密所以才不被知晓, 因为重视所以才有了今天的成绩。回 头看期间度过的8个月,我的内心常常无比欣喜,很高兴自己的 工作没有拖搬厂的后腿,也很高兴自己能出一份力。感谢大家授 予我们的荣誉,我们会继续保持苏州仓库工作期间的高度热情,

#### Q、相信在工作中,您也一定遇到过困难,请问您是如何 克服的?这些困难对您的未来又有怎样的影响呢?

刘少林: 当时的客观条件确实不好, 但是不管是谁遇到那 种情况,我想都会尝试着去开展工作,不会轻易在一刚开始就 放弃。随着工作的慢慢开展,与业务员的沟通越来越多,苏州 仓库也渐渐暴露出一些问题。发货业务安排滞后让销售总监董 总焦急万分,几次前来苏州仓库了解实际情况,给我们打气。 我记得2011年春节后正月初七下午,当董总突然出现在我身后 出现在苏州仓库时,我一下子懵了,冰冷的内心突然有温暖的 洪水在泛滥。我强忍着内心的喜悦和激动的情绪,默默地将董 总的关心和支持化作坚持前进的动力,直到今天!这段工作经 历是我宝贵的财富,不仅赢得了公司的褒扬,对我个人也是 种锻炼,让我在面对困难和挑战时有了更大的信心!

#### 王志明: "管理流程改进奖"入围奖获得者,利用现有BOM 表开发出自动计算标准成本的程序,节省了标准成本更新时间并 大大提高了准确性。

Q、能跟我们谈谈您的工作及这次获奖的项目吗? 王志明: 我的工作岗位是ERP软件工程师,这个工作主要是 基于公司的ERP系统,为公司的制造生产、供应链管理、财务 等相关部门业务提供支持,根据公司的业务流程制定系统的信 息流,在系统中实现公司的业务,提高工作效率和工作准确性;

硬件维护等日常工作等。 此项目主要是基于以前财务报价的 时候,销售部门员工反应报价不准确以 及财务部更新标准成本困难的问题。此 项目的想法是由大宽提出来,实现系统计算产品的最新成本,同

根据各部门的业务需求, 开发各种报表

或程序; 为公司相关部门员工提供ERP

系统业务操作支持, 保证系统的正常运

行等工作;数据库维护、打印机维护、

时将产品的材料、人工、固定、变动、委外变成纯材料、纯人工、 纯固定、纯变动和纯委外。程序开发完成,然后经过测试、试运 行等阶段工作,最后投入使用的过程中大大提高了标准成本更新 的时间, 提高了产品报价的速度和准确性

通过这个项目,对于金蝶ERP系统的业务和财务处理逻辑的 了解更进一步,对于公司计划价方法的处理理解更加深刻,为以 后的工作提供了很多的方便,如财务部核算体系的理解、公司凭 证模块的制作等,同时通过程序中的多级展开的额外功能,在后 面为采购部及时采购、研发部BOM分析、生产部产品物料专用分析 等工作中都有作用。通过这个项目,我在技术上取得收获的同时,在 个人沟通能力上也有较大的提高。并明白了:一份工作要做好, 除了自身的技术和能力之外,还需要有良好的沟通习惯。

#### Q、关于这个奖项的工作,您觉得会对您个人的发展有怎样 的提升和促进?

王志明:第一,作为一个奖项,是对我过去工作的肯定,我觉 得一个人的价值得到肯定是最让人开心的事。因此,对我工作的 积极性、主人翁精神有大的鼓舞作用,我会争取在下一年中再接 再厉,再拿一个。第二,对于工作技术来说,通过项目本身的工 作对于ERP系统的理解更加深刻,对于业务流程单据的处理与财务 处理之间的逻辑关系也更加清楚: 同时作为项目本身会涉及到程 序方面的开发工作,对于技能性的工具也更加熟练,如SQL。第 :,对于个人沟通的能力也是一个锻炼。在业务处理之前需要与 相关业务人员进行沟通,需要清楚了解需求方的需求才能解决好 问题,否则在工作的过程中会遇到很多困难,同时也要充分考虑 项目实施过程中有哪些可能发生的情况,提前做好准备工作和解

#### 杨继春: "客户满意奖"入围奖获得者,负责公司废品回收、 保洁工作和用餐安排,工作中一贯恪尽职守,踏实认真,获得内部 客户一致好评。



Q、您能和我们谈谈获得这个奖项 的感受吗? 杨继春: 我能获得这个奖项,首先

要感谢公司领导的关心和各部门的大力 配合, 尤其是工作中给予我帮助、支持 与合作的同事们! 奖, 虽我获得, 但荣 誉应归大家所有。公司推行的价值观活 动,体现我们在不同的岗位、不同的工

作,都有一种进取精神。我所做的都是行政后勤工作,个人知识 少、文化低,起初电脑都不会用,在同事们的帮助下,通过自己 的学习,懂了电脑部分知识和基本操作,这对我来讲,无疑是 大进步,工作中也有很大的方便。之所以讲这点,也是想告诉大 家: 同事和团队对我们多么重要。不怕不会,就怕不学。有这样 一个好的氛围,作为艾欧史密斯人,我感到很骄傲!

#### Q、每个平凡的岗位都有着不平凡的意义,大家对您和您的 工作都很熟悉,但是不为人知的背后,您一定有自己的故事。能 跟我们谈谈您和您的工作吗?

杨继春:每个人工作的背后,都也有不少故事。我在公司三 要负责餐厅工作,搬迁后则负责废品回收处理、保洁工作和用餐 安排等行政后勤工作。这些工作看似简单,可要完成好确实不容 易,它需要认真去做,而且还会占用很多休息时间,为了想把工 作做好,让同事满意,自己有时会苦恼,甚至一项工作会让自己 吃不下饭。记得有一次聚会,同事说: "杨主管你瘦,多吃点!"; 另一同事说: "那些事也是挺繁琐……"其实这些对我都不重要, 重要的是:事情不怕多和多做,怕的是没事让你做。 废品处理过程中曾遇到过一件事:有一次秤某废品时,秤

显示的数量总感觉不对,于是换了一台秤进行了校对,结果是秤 上有人做了手脚,好在发现及时并给予解决,否则公司将会受损 失。为减少废品占用生产场地,我加快了处理频率,一些废品即 时处理,现在存放面积是过去的三分之一。保洁是项常抓持久的 工作,这方面不仅需要员工付出劳动,而且需要员工的心态和认 真:为给同事们一个良好的工作环境,我没少受批评。有时外出活动或去大型场所,都会留心观察他们是如何进行保洁的,从中 学习经验和管理模式; 平时常给员工开会, 给她们制定作业指导 并解决工作中实际困难。餐厅管理是我工作的重点。不仅收集和 提供用餐信息,而且对餐厅的各项工作都要监管,因为餐厅是外 包经营的。在用餐管理上有一套管理方法, 员工刷卡用餐, 而 些没有用餐卡 (新员工、忘记带卡、客户之类)的同事,我们发 放当日使用的公司用餐券; 初期也不是很顺利, 总是有同事到餐 厅后说卡没带, 便采取签名用餐, 结果发现无卡签名用餐, 我们 很难辨别,因此,我们加大用餐制度的宣传,对临时出现的问题 采取现场发放或电话办理,以保证用餐数据准确性。餐厅工作是每

一位同事都关注的工作, 好与不好直接关系到员工的凝聚力, 我与我们的同事一直在努力着!

#### 黄伟: "价值观推动活动"公益活动参与奖获得者,数年坚持 无偿献血10余次,献血量超2000CC,并成分献血两次,用行动谱写 了一曲动听的公益之歌。



Q、您是什么时候开始无偿献 血的,是什么支撑您坚持这么多年

黄伟:第一次献血的时候刚上大 几个年轻人一起登上了停放在 校门口的无偿献血车。最初献血是 懵懵懂懂的,没想那么多,只希望 能够帮助到需要帮助的人。至于为

何后来坚持献血,我想当献血成为了一种习惯,也就会掐着日 子去血液中心了。

#### Q、您怎么看待类似无偿献血的公益活动,您期望自己的 公益行为有所回报吗?

黄伟: 有一件事情印象比较深刻。一次与朋友聚餐,朋友 特地跑到后厨叮嘱,他的那份少放量,但是餐费依然不变。事 后询问才明白,原来朋友担心厨师常量配比的套餐吃不完而造 成粮食浪费实在可惜,才会特地跑到后厨叮嘱。尽管餐费没少, 旦是能够节约一点是一点,因为得益的是整个社会大家庭。这 个事例一直被我认为是公益的理想状态——节约、创造、帮扶、 和谐。公益活动所针对的团体,大可指全社会,小可以到生活 的家庭和工作的单位。比如:水龙头开小一点,既能为家庭、 单位减少支出,也是为社会节约能源。公益活动不仅限于无偿 献血、老年福利院帮扶、交通疏导等有组织的活动,我理解的 公益是宽泛的,包括:遵守交通法规、不乱扔垃圾、注重文明 礼貌用语、及时为他人提供帮助等都可以是公益活动——凡是 有益于社会进步、减轻社会负担的,都可以是公益活动-益活动无处不在!至于类似公益行为的回报,我希望是能够通 过我自己的行动感染身边的所有人, 让大家理解并认可这种公 益观念,并将这种观念贯彻在所有的行为中,为社会和谐发展 出力。我相信每个人都可以是公益使者,从我做起,从身边做 起,地球会因你而多一份美丽!

#### 葛德亮: "工作场所安全奖"入围奖获得者,采取有效措施 降低压力桶车间事故隐患,实现了0安全事故的记录。



印象最深刻的事情么? 葛德亮: 2010年11月份我刚到溧

水的时候,车间是一块空旷的大厂房, 因其他一些原因不能宣传搬家的事情。 只能自己按照工作经验对车间的设备 进行布局规划,也不能和车间的同事 进行沟通,当时感觉压力很大,后又 经过搬迁的重重阻碍,终于在2011年

月27日完成上海最后一车的搬运,公司搬迁圆满落幕。我们车 间最终从上海只来了7个人,因车间80%的岗位都需要一定的工 作经验,这对我们是个极大的考验,如何保证质量、产量及新 员工的操作安全都是我们后续要考虑的问题,为了完成公司制 定的2011年2月20日各车间全面生产这个目标,车间每天工作12 小时,从设备的安装、调试、新员工的培训方面展开工作,我 们分为2组,一组人员负责设备安装调试,一组人员负责新员工 培训,2月17日车间完成了所有设备的安装调试工作,2月20日 车间开机生产,完成了公司制定的目标。

车间正常生产后,通过培训产能已达到销售要求,没有因 压力桶的问题造成停产的现象,质量方面通过工艺改进,增加 外六角保护套、压筋工序由人工操作改为机械自动压筋、气压 增高、增加验漏放气工序及后续的油漆改进、包装改进、压力 桶的质量有很大的提升。安全是车间放到第一位的事情,只有 在安全的环境里工作,才能保证员工的工作安全,车间和设备 部对车间每一台设备进行安全操作评估, 对公司领导和安全部 门提出的建议,进行讨论,通过改进,冲床增加光栅保护、双 手按钮, 焊机增加防护帘等措施极大的杜绝了安全事故的发生, 车间通过培训指导,把安全风险意识贯穿于整个管理中。

#### Q、有特别想对大家说的话吗?

葛德亮: 首先我要感谢我们部门的全体同事, 我们的每 只压力桶都是由你们生产出来的,通过你们的辛苦付出,压力 桶车间的生产安全、产品质量、生产效率的提升都得到了公司 领导的认可,后续压力桶的质量提升仍离开不了各位同事及相 关部门的支持。

他们坚守在不同的岗位,来自公司的各个部门。通过访谈, 这些人的一言一行,仿佛跃然于眼前和纸上,他们的朴实无华、 兢兢业业、给你我都带来些许感想甚至震撼。就在我们身边、 因为他们的存在,很多情景正在变美好,很多事物正在被改善 让我们在为他们喝彩的同时,多一份行动的力量! 发现身边优 秀的他们,我们更期待发现你——2012年"价值观推动活动" 获奖名单即将出炉,让我们拭目以待!

# 商用800G净饮一体机新品上市

当金黄的稻谷,铺满大地的时候;当金黄的桂花,香飘天际的时候,我们的800G净软一体机也瓜熟 蒂落,正式地推向市场。这是收获的委节。 回顾过去的一年,感谢每一位为机器上市付出

辛勤劳动的人,感谢每一位关心和提供帮助的领 导,使得我们在有限的资源下用极少的固定投入开 发出这样 款时尚、大气的高端产品。在简练结构和优化功能的同时,我们的设计师赋予了它简洁和稳 重的外表。借用一句广告词: "钻石恒久远,一台永

通过市场调研, 针对客户的切实需求, 我们的这 款产品组合了直饮水功能+加热功能,不仅迎合了 些公共场合大流量直饮水的需求,同时也填补了公司 这类商用产品的空白。 800G净饮一体机不但有着专利的时尚外观,机

器也有着丰富的内涵。走近它,我们可以看到:。 1. 标准化的五级过滤,即5微米PP棉、颗粒活性炭、 1微米PP棉、RO膜和后置活性炭,充分保证净水质量;

2. 两支4006专利的侧流膜的使用,在保证了50% 以上的净水使用率的同时, 其超高的流量也使机器。 再使用过程中永无等水之忧;

3.3KW的功率容量,可提供40L/H超大热水供应 能力,可以满足80以上大流量;可以满足机场、写 字楼、学校等公共场合的用水里型 字楼、学校等公共场合的用水需求。 4. 滤芯自动报警。当滤芯寿命到时,提醒滤芯 更换,让水质安全有保障;

UV每隔24小时定时杀菌45分钟,确保水质安全; 专利的分级双罐加热系统,供水速度快;其 智能化节能管理系统,使其在待机状态可省电50%; 7. 触控式按键设计,不再为机械按键的使用寿

8. 漏水保护设计,安全更放心; 9. 内置漏电保护器,无漏电之忧;

10. 童锁设计及使用提示音,饮水使用安全且贴心; 水箱和加热罐都使用304不锈钢,饮水质量

这些都是我们的机器独一无二的特征。智 能化的设计和众多的安全措施,保证用水顺畅

另外,结构上正面使用了大幅2mm厚的304 不锈钢板,以及全不锈钢的滴水盘部分设计, 这种奢华的打造,成就了极度的视觉冲击。而 其无指纹的表面处理, 使不锈钢的表面清洁非 常方便,同时也保证了其表面永远光亮如新。 为了便于滤芯的更换, 我们设计了前开门, 同时 磁性吸条的采用,让你获得冰箱的使用手感。 为了保证内部零部件的安全, 避免不必要的水 质影响,同时加装了前门锁,只能是专职人员 使用。而上面极采用的整幅的黑底的亚克为板, 在极大提升了机器的品质感的同时,也为以后 的机器加装广告屏、增加刷卡器等预留了空间, 让机器有了进一步延伸的余地。

最后在此预祝新品顺利上市,再创佳绩!



(研发中心朱炤华供稿)