



## 浅谈“以客户为中心”

■ 马凤来 / 中玻（朝阳）

刚接触到“以客户为中心”这句话时，我肤浅地理解为：顾客是上帝，把重点放在销售和服务上，原料部门是接触不到客户的，这句话对我来说简直就是风马牛不相及。只是最近，公司上下都在学习“以客户为中心”，我则认为这似乎是风靡一时的浮夸。

然而，就在今天，我看了公司报纸的头版头条，董事长讲话中，重点提到的以客户为中心，就是以市场客户需求为导向，为客户提供高品质的产品和高品位的服务。我恍然大悟，茅塞顿开，作为生产部，提供高品质的产品则是间接的服务于客户，更是以客户为中心的首要任务，我们与客户的难道不是息息相关吗？

高质量产品的成功出炉，是需



要经过多个车间，复杂的工序以及精湛的技术，各车间都存在着前因后果的必然联系。例如：水泵房的

工作是以高度的责任心，制出合格的软水供各车间使用，只有保证各项指标达标，才能使煤气炉和融化

等车间的任务顺利完成。各个车间无不环环相扣，脉脉相通。稍有不慎也许会牵一发而动全身，导致功亏一篑，只有把每道工序流程达到最优化，才能制出更高质量的产品，服务于客户。这就需要我们大家共同奋斗，努力拼搏，取长补短，优中取优。

以客户为中心，不是空谈，更不是纸上谈兵，从我做起，牵动各车间的你我他。亲爱的同事们，通过学习“以客户为中心”，大家打算将怎样工作呢？准备好了吗？

大家齐心协力吧，开动思维的马达，利用聪明的智慧，把客户的需求，从生产车间的根源抓起，成功地制造出更优质的产品，再加上高品味的服务，岂不是锦上添花？公司伟大的变革图强将指日可待，实现跨越发展的新的宏伟蓝图才会实现。

## 感谢您我的公司

■ 张芳方 / 沙河安全

时光荏苒，岁月如梭，弹指一挥间，不知不觉已经在安全工作三年了，时光击打着我的傲气，岁月磨平了我的棱角。

“感恩的心，感谢有你”唱出了多少深情厚谊。然而，所有这一切，都比不了我们与安全这个大家庭之间的那份情、那份爱更深长。我更需要感恩的是我们的安全，它不仅给我们提供了生存的必要条件，还为我们提供了一个发挥自我、表现自我、施展自我才华的平台。

安全这个大家庭让我感觉到温暖，组织的关心，领导的关怀，同事的关爱。我们要怀着感恩的心为公司付出，把我们的聪明和智慧回报给公司。我们个人的力量确实很小，但是，只要我们安全的每一位员工，都能把安全当作自己的“家”，工作的时候再认真一点、尽心一点、尽责一点，我们的安全就会跃上一个新的台阶。

今天，我们能拥有一份踏实而稳定的工作，应该感到幸运和自豪。要知道，还有多少人在奔波、在烦恼，在为找不到理想的工作而

彷徨。我们要为自己是安全大家庭中的一员而感到自豪；要为自己能拥有一个实现自我人生价值的工作岗位而感到高兴；要为安全能为我们提供各种展示自我能力的舞台而感到幸福。我们要感恩我们安全公司，要对我们的安全说一声“感谢”，只有这样才能激起我们心中的无限感激之情和深深的报恩之意。

回顾过去，感恩现在，才能拥有更美好的明天。公司给了我们很多，很多，我们只有怀着一颗感恩的心，努力工作，才能对得起养育我们的安全公司，对得起安全公司给予我们的那份收入。让我们带着感动，带着爱心，带着真诚，珍惜我们现在所拥有的那份美好，把握公司赋予我们的大好机遇，感恩公司，甘于奉献，积极工作，尽自己应尽的责任，为安全公司的腾飞发展做出更大的贡献！

公司在发展，社会在进步，我们在成长，让我们的安全公司风雨同舟，同舟共济，共同走向更美好的明天。

## 坚持才能看到阳光

■ 周静静 / 河北中玻

东流逝水，叶落纷纷，荏苒的时光就这样悄悄地、慢慢地消逝了。一年一岁，一岁一年，渐渐地接近，又偷偷地远离，捉不住越出手指缝隙的匆匆时光。就这样一晃，来到漆房已经两年了，经历了很多，也收获了很多，两年前的今天仿佛就在昨天，记得我刚到漆房的时候感觉自己很笨什么都不会，看见同事又会修补又会调腻子，我觉得很了不起。

可我什么都会只能去打磨，连打磨到什么程度都不懂，只会拿着砂纸磨，有时候用力太大就会磨漏，磨漏后很难修补，由此给同事带来的麻烦很难过。我就下定决心努力学习，经过努力我从什么都不会，到后来学会了如何打磨、修补、调腻子、擦底。到漆房半年后，我爱上了喷漆，我就积极的去拉钩

子，因为只有这样才能接近喷漆台，才可以看到怎么喷漆。后来我感觉我越来越喜欢喷漆了，我就在业余时间拿着喷漆枪练习喷水，就在这时候也许我遇到了贵人，是我的班长看到了我喜欢喷漆给了我机会，让我用废漆喷。我以为很简单，结果喷的时候却不是那么容易，喷的厚了就会流，喷的薄了不光滑，喷不到了没有颜色，这些问题我都遇到了，但我没有放弃。因为我爱喷漆，所以我不能放弃。就这样只要有机会我就会学喷，从我学喷漆那天起我就没有想过放弃，因为这就是我的工作。

学了这么长时间比刚开始懂了很多，也会喷很多颜色了，可比起一个喷漆工我还远远不够。我一定会更努力学习，我爱这份工作，我爱喷漆，我爱同事们，同时我不会让班长失望。即使做油漆工很苦、很累，也很脏，每天搞得像非人类似的，照着镜子，不知道的还以为是谁呢？可我不会放弃，我必须坚持。尽管我做的不是很好，但是我用心、我努力，就不怕做得不好。因为我很爱这份工作！



### 凉拌茄子

#### 用料：

紫茄子2根、葱姜蒜少许、生抽1勺、老抽少许、醋少许、味精少许、盐、油泼辣椒、花椒或者藤椒油、白糖小半勺。

#### 做法：

- 1、茄子在锅中蒸熟，晾凉后用手撕成条。
- 2、蒜捣碎加入少许盐加生抽一勺，老抽几滴，白糖小半勺，味精少许，油泼辣椒（可放可不放）和醋小半勺打成调料汁。
- 3、调好的酱汁泼在茄子条上，撒上切碎的小葱。
- 4、如果想复杂一点，可以用干辣椒丝和小葱一起撒在茄子上，再倒入少许滚油，会更香。

#### 小贴士：

茄子尽量不沾铁器，所以用手撕最好。

## 倾听客户心声 提升服务品质

7月14日上午，“沙河安全客户服务交流会”在沙河市洺水迎宾馆召开。此次交流会的目的是通过与客户的交流和沟通，了解客户的真正需求，通过交流分享，意在与客户达成共识，提升客户服务意识，提高客户的满意度和忠诚度。会议开始后，首先由集团市场客户中心总经理姚衡为大家分享了上一次客户交流会中客户反馈的9个方面的问题，并针对上一次客户的反馈问题和建议，通过本次会议做了相应的解决和解答。随后集团市场客户中心三位成员围绕安全集团发展规划、安全基本法、提高服务意识以及客户关系管理为大家进行了详细的讲解。最后由集团顾问林老师为大家分享了销售知识。姚总强调公司的发展离不开每一位在座客户的支持和信任，今后公司将持续提升对客户的服务，始终坚持“以客户为中心”的服务和管理理念，提供优质产品的同时，提供更优质的服务，增强客户满意度和忠诚度；提供有最高科技含量的产品，引领市场消费需求，最终达到使客户在使用我们产品的同时，也享受到心灵的快乐和情感的愉悦。



快速响应客户需求，这几点也是未来企业竞争要素。

#### （一）提升产品质量

产品质量是客户认可和信赖的保障，公司计划逐步在每条生产线安装在线检测设备，提高产品质量稳定性，减少因人为因素对产品质量造成的影响，为产品质量的不断提升提供保障。

#### （二）提升产品服务

服务是品牌建设的保障，公司会逐步完善服务体系，让大家因为购买和使用龙玻产品而舒心。

#### （三）丰富产品种类

依据市场和客户需求，适当增加龙玻的产品种类，满足客户的差异化需求，扩大“龙玻”系列产品在市场上的占有率。将打造以平板玻璃为主体，玻璃深加工和节能门窗为两翼的全国大型玻璃建材企业集团。

#### 三、实施品牌化战略

##### （一）品牌战略

它是企业实现快速发展的必要条件，是公司将品牌作为核心竞争力，以获取差别利润与价值的企业经营战略。

##### （二）实施品牌战略的必要性

当前我国已经进入消费需求持续增长、消费结构升级明显增强的重要阶段，消费者的品牌消费习惯正在形成，人们无论购买任何产品时，首先都会考虑产品品牌。品牌已经演变成人们对其产品品质、售后服务、产品创新能力等要素的一种认知和信任。因此我们要加强品牌推广，实施品牌战略。

##### （三）实施品牌战略方式

我们要以细节的完美成就产品的品质，提升产品的认可度，扩大品牌的影响力。

- 1、保证产品质量，树立产品品牌
- 质量是产品的生命，是产品在市场立足、

在客户中得到认可的根本保证。公司各项产品在“安全玻璃”企业品牌统领下，重点打造“龙玻”、“中玻”、“望美”三个分项品牌，以品质赢得客户，以品牌占领市场，实现企业的长久持续发展。

#### 2、品牌推广

加大宣传推广力度，公司在未来会加大对龙玻品牌宣传的力度，扩大宣传渠道，如采用户外高炮、网络媒体、报纸等宣传方式，提升知名度，扩大品牌影响力。

#### 四、为客户提供高品位的服务

我们把长期服务客户作为企业的出发点，与客户建立互利、共赢、对等的合作伙伴关系。

##### （一）客户服务

我们要建立完善的客户服务体系，了解我们的客户，了解客户的需求，向客户提供专业化和标准化的服务。

##### （二）开发客户关系管理软件（CRM）

CRM是利用相应的信息技术以及互联网技术来协调企业与顾客间在销售、营销和服务上的交互，从而提升其管理方式，向客户提供创新式的个性化的客户交互和服务的过程。

其目标是吸引新客户、保留老客户、将已有客户转为忠实客户、增加市场份额。

它为企业提供更全方位的管理视角，赋予企业更完善的客户交流能力，最大化客户的收益率。通过对客户详细资料的深入分析，来提高客户满意程度；通过“一对一”营销原则，满足不同价值客户的个性化需求，提高客户忠诚度和保有率，实现客户价值持续贡献，从而全面提升企业盈利能力。客户的保持周期越长，企业的相对投资回报就越高，从而给企业带来的利润就会越大。

##### （三）借助平台更好服务客户

结合电脑端和手机端同时上线自助订货系统，方便客户及时对公司现存量查询、客户余额查询、派车数量查询、结算金额查询，产品预订、短信推送等。

后期我们将在以下几方面继续研发完善：

1、利用信息化智能化的手段对装车效率进行分析计算，根据客户下单数据进行分析，推送准确货物装车时间，客户可以按照推送信息安排司机进场装车，为客户大大节约车辆在公司停留时间。

2、实现场内一卡通管理，在自助派车的基础上实现场内一卡通管理，司机可自助取卡入场，场内实现一卡排队、装车、结算、出场等，提供装车效率与准确率。（下转第二版）

(上接第一版)

3、研发经销商管理平台,实现客户数据查询,售后服务,客户评价,票据打印,更好的为经销商提供服务。

4、建立综合交易平台,为经销商提供平台服务,在此平台上实现公司的所有业务,包括销售业务,采购业务,财务系统以及售后服务等,由我们专业的技术团队对系统维护,保障运行稳定,降低经销商业务成本费用。

我们的目的是:减少客户人员劳动强度,提高客户货物装车效率,降低客户车辆在公司装车时间,提高客户车辆使用效率,实现智能化。我们坚持以客户的立场出发,为客户提供高效、便捷、优质的服务。

#### 五、客户是我们生存的基础

从企业活下去的根本来看,企业要有利润,但利润只能从客户那里来。华为的生存本身是靠满足客户需求,提供客户所需的产品和服务并获得合理的回报来支撑;员工是要给工资的,股东是要给回报的,天底下唯一给华为钱的,只有客户。我们不为客户服务,还能有谁服务?客户是我们生存的唯一理由。——《华为公司的核心价值观》

客户的利益所在,就是我们生存与发展的最根本的利益所在。在互利共赢的情况下以顾客满意度作为衡量一切工作的准绳。

#### 六、以客户为中心是我们全员应尽的职责

以客户为中心不单是市场客户中心的职责,也不仅是集团某一个部门的职责,而是我们河北安全实业集团所有部门、所有管理者和员工每个人都应履行的职责。

有些人可能会想我们不是对外窗口部门,服务客户和我无关,这样的理解是错误的。不管我们在哪一个岗位上,服务都和我们息息相关:原材料验收、化验采购、生产质检等部门员工如果服务意识不高,产品的质量就会受到影响,没有好的产品就不能满足客户的需求,使我们的产品失去市场;办公后勤人员服务意识不强,就不能为公司的生产经营提供良好高质量的服务,影响一线员工和窗口人员不能更高效的工作;对外服务窗口部门如果没有高度的服务意识,不能为客户提供良好的服务,同等条件下客户就会选择其他的合作伙伴,使我们失去宝贵的客户资源。

我们必须加强全员的服务意识,从生产到销售,产品质量、产品服务并重,建立与客户互利共赢的合作关系。我们正处在集团变革图强的关键时期,全员一定要深刻的重视并响应集团“以客户为中心”的号召,提高我们为“客户提供高质量的产品和高品质服务”的大局意识,实现与客户的共赢,增强企业的竞争力,提升公司的市场地位。

集团于2017年4月18日对第一批创新项目进行了奖励,现与各位同事共同学习一下创新的经验和方法。

项目名称:优化七线退

发中心人员对七线退火温度进行调整。采取降低退火窑A1区、A2区整体温度,A1区由原来的566℃降低为554℃控制,降低12℃,A2区温度由原来的532℃降低为525℃控制,降低7℃。其他区的温度根据实际情况进行微调。

申报单位:沙河市安全实业有限公司生产四部  
申报人:彭庆虎、王利学、胡瑞峰、霍雷开、马力杨、端雄虎、吕帅、孙任平、杜男男、侯伟亮、王利永

经验分享:2016年10月—12月,浮法七线玻璃装箱后及售后有大量的内坏现象,尤其是南板较为严重,造成品牌形象受损,阻碍了智能化库房管理的运行,2016年12月末结合集团技术研



发中心人员对七线退火温度进行调整。采取降低退火窑A1区、A2区整体温度,A1区由原来的566℃降低为554℃控制,降低12℃,A2区温度由原来的532℃降低为525℃控制,降低7℃。其他区的温度根据实际情况进行微调。

创新节能成果:调整前10月—12月份装箱后出现内坏约1900片(含售后内坏340片),调整后1月份到现在内坏现象有所减少,根据生产七线提供的翻

架内坏记录,将装箱温度不正常和内坏原因未查明导致的内坏计算在内坏数量中,将因挖磨原因和人为原因导致的内坏刨除在外,从

2016年12月25日到2017年3月15日为止,生产七线共计内坏1656片,按平均厚度5mm,60元/重量箱计算,共约减少损失3400重量箱,约20万元。

集团对创新项目申报人奖励金额为20000元。希望我们每一位员工、每一个团队都立足岗位,发挥自己的聪明才智、积极开拓思路,在工作中敢于创新、大胆创新,珍惜企业给我们创造的机会平台,在实现自己价值的同时,助力与集团的创新兴企之路。

## 创新

## “煮饺子”与创新思维

■ 安晓燕 / 集团

前几天,我有幸参加了集团组织的培训,在培训中老师讲的观点和知识让我耳目一新,受益匪浅。其中培训老师讲的一个“煮饺子”的事例使我印象深刻。

在讲课时,老师问:“你们有谁煮过饺子?”

我们都说:“煮过。”  
老师接着问:“饺子要怎么煮才能熟?”

我们都说:“把饺子放进锅里,等水开了放三次凉水就可以了。”

老师接着又问:“为什么要放三次凉水?不放凉水饺子能不能煮熟?”大家都愣了。

老师接下来讲,我们都知道煮饺子要放三次凉水饺子才能煮熟,但是为什么要放凉水我们都没有思考过。是谁告诉我们要这样煮饺子的?肯定是说我们的妈妈,那妈妈又是妈妈的妈妈那传下来的,就是这样一代代的传下来的经验,之后我们就认定煮饺子就得放三次水,要不然饺子就

煮不熟。其实,煮饺子放三次凉水是因为在以前用的是灶火,无法灵活地控制火力,只能通过加凉水让水降温,不至于把饺子煮熟。但是社会发展到现在,我们谁都不会再用灶火做饭了,完全可以通过人为来改变火力,所以就算不加凉水也可以通过控制火力的大小把饺子煮好、煮熟。

其实,在我们的实际工作中,“煮饺子”的事例比比皆是。在新员工入职后,我们的老员工都需要带新人,在工作中的流程、制度、经验、习惯等也都会传授给新人,新人也会一丝不苟地照做下去,就这样一批带一批。到最后,当我们问一个老员工,你为什么要这样干?你这样干的目的是什么?我们听到的最多的是“不知道,我来以后就是这样”、“师傅教的”……

我们的工作需要经验。在长期工作中形成的制度、经验、数据……是我们企业的宝贵财富。但是,我们也不能被这些东西限制了我们的创新思维。社会在不断进步,事物在不断改变,在当

初的情况下,一些制度、经验、理念可能是最好、最适合的,但是不代表在当下的形势下也是最好、最适合的。在十几年前,我们的信息没有这么发达,没有这么多的分公司,一些制度都是在当时的情况下最合适的。但是现在在我们集团有多家分公司,又是处在如此科技信息高速发达的时代,一些东西是不是就可以创新改变呢?

我们在工作中最需要的是大家多思考,多问“为什么”,而不是说“从我开始干就是这样”、“师傅教的”……我们如果一直固定在这样的思维模式,轻易地接受“常识”,那就永远不可能有创新。生活工作中是得有“常识”,但不代表所有的常识都是对的,不代表所有的常识都适应当前的形势。

希望我们大家都走出“煮饺子”的思维限制,挑战“常识”,打破心理局限,在工作中开拓创新思维,多问几个为什么,做一个“打破砂锅问到底”的人。因为一切皆在变,凡事皆有可能。

### 凉拌黑木耳

用料:

黑木耳120克(泡发后)、大蒜3瓣、小葱数根、干红辣椒1个、生抽15ml、陈醋15ml、白糖15克、麻油1大勺、鸡粉少许。

做法:

1、黑木耳用清水加盐浸泡至涨发,剪去根部冲洗干净,入沸水焯烫半分钟捞出,用纯净水冲凉沥干备用。

2、蒜瓣拍扁切碎、干红辣椒去籽剪成小段、葱切末;碗里放入陈醋、生抽、白糖、鸡粉,再将葱蒜辣椒覆盖在调料上,淋上热麻油调匀;上桌前半小时与黑木耳混合拌匀即可。

小贴士:

黑木耳应现泡现吃,浸泡时间过久容易产生生物毒素对健康不利;泡发黑木耳时加一点盐或淀粉,能有效去除木耳表面的附着物;调料中有醋,泡久了木耳会变软,即拌即食可保持口感的爽脆。

## 汇 率

本期为各位同事推荐的知识点是——汇率。

一个外星人到地球参观,看到地球上有一棵果树,一棵种在欧洲,另一棵种在中国,都结了果子。外星人很眼馋,对地球人说:“我要买你们的果子吃。”地球人说:“好,但要先确定你到哪里去买,到中国去买,1元人民币1个;到欧洲去买,1欧元1个。”外星人说:“那我用1欧元买一个好了。”地球人说:“且慢!其实你不用花钱就可以,你先从中国借1个果子,到欧洲去换1欧元,拿1欧元到中国去,就可以换10个果子,拿一个果子还给中国人,你就白得了9个果子。你再拿9个果子去换9欧元,再到中国去换90个果子,拿这90个果子再去换90欧元,到中国去换900个果子——这样下去,中国的好东西都被你买光了!”外星人说:“哪有这样的好事!那中国人为什么不到欧洲去卖个好价钱?”地球人说:“中国有关方面规定,10元人民币等于1欧元,也就是规定了10个中国的果子等于



欧洲1个果子啊!”汇率亦称外汇行市或汇价。

一国货币兑换另一国货币的比率是以一种货币表示另一种货币的价格。由于世界各国货币的名称不同,币值不一,所以一国货币对其他国家的货币要规定一个兑换率,即汇率。汇率是国际贸易中最重要的调节杠杆。因为一个国家生产的商品都是按本国货币来计算成本的,要拿到国际市场上竞争,其商品成本一定与汇率相关。汇率的高低也就直接影响该商品在国际市场上的成本和价格,

进而影响商品的国际竞争力。例如:一件价值100元人民币的商品,如果美元对人民币汇率为8.25,则这件商品在国际市场上的价格就是12.12美元。如果美元汇率涨到8.50,也就是说美元升值,人民币贬值,该商品在国内市场上成本实际上是低了,直接使它在国际市场上的价格变低。商品的价格降低,竞争力变强,肯定好卖,从而促进该商品的出口;反之,如果美元汇率跌到8.00,也就是说美元贬值,人民币升值,必将有利于美国出口商品。因此,美元升值而人民币贬值就会有利于中国商品对美国的出口;反过来,美元贬值而人民币升值则会大大刺激美国对中国的出口。汇率的波动会给进出口贸易带来大范围的波动。日本和美国为什么不停地给人民币施压升值压力?一个重要原因就是,人民币升值可令中国出口商品在国际市场上的成本有较大幅度的增加,能打击中国商品的竞争力,并反过来刺激中国大量进口别国的商品。正因如此,很多国家和地区都实行相对稳定的货币汇率政策。

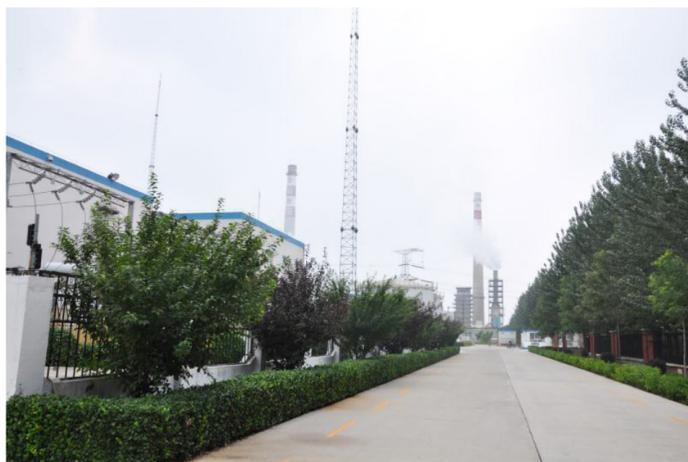
## 读《以客户为中心》有感

■ 张志勇 / 天津中玻

随着公司图强变革的脚步,利用闲暇时间学习了一下华为公司业务管理纲要《以客户为中心》这本书,从书中使自己明白了什么叫真正的客户,客户对公司的重要性。华为公司通过“以客户为中心”的持续奋斗精神,才逐步造就了今天的世界级超强公司。

为客户服务是华为生存的唯一理由,华为的成功就是长期关注客户的利益。只有满足客户需要,客户才会购买自己的产品,与客户实现共赢,促进企业发展,因此我们公司推出自己的发展理念“以客户为中心,以奋斗者为本,以共赢促发展,”始终把客户放在第一位,使公司在任何时候都首先考虑客户的利益,全方位为客户着想,以优质的产品、合理的价格,为客户提供服务。

作为生产管理人员,应做到时刻艰苦奋斗,提高产品质量,让客户用的放心;降低生产成本,内部挖潜创新,为公司赢得效益。在生产



管理上要有粗放式生产逐步转向精细化的科学生产模式,只有不断的在产品品质上改革创新,开拓新市场,吸引和巩固广大客户,才能在行业中立足。我们还需要不断地改进,建立良好的品牌,实现我们的品牌战略,使企业健康地走下去。

现在的市场在高速变化,客户的需求日新

月异,倘若我们还不改变、不创新,不去“以客户为中心”了解客户的需求,就会不断走下坡路,不断消耗“积蓄”,终将面临市场的抛弃。书中讲到:“企业能够活下去,取决于自己,而不是别人。活不下去,也不是因为别人不活,而是自己没法活”。这句话很直接的反映出,企业只有在不断地改进和提高的过程中才能活下去,这需要我们认清当前公司形势,了解提高的方向和目标。就我们公司现状而言,产量可观,品种单一,质量意识有待提高,那么我们就努力去改变现状,认清事实,追求高端,改变目前的弱势,真正实现品质建设。在这方面,我们要学习华为,敢于自我批判,解放思想,以开放的心态面对问题,勇于改变、挑战,为客户提供更优质的产品。

《以客户为中心》是一本很好的企业管理教材,文中句句都是经典语录,有幸阅读此书,使我开拓了新的工作思路,在发展的道路上有了方向,懂得如何践行“以客户为中心”。