

11个试点单位

人力资源部

选题:解决人才瓶颈从科学招录开始

- 目标定位:学标杆,明定位,定目标,优化人员结构
以科学招录为切入点,全程优化整合人力资源管理

中二车间

选题:提高烟嘞、MBH含量

- 内外因分析相结合,借助外力稳步提高,减员增效
实施头脑风暴法,集思广益,全体参与讨论
采用鱼骨图分析,解决瓶颈难题
建议意见汇总,事实验证后再落地实施

包装车间

选题:降低吨人工费用

- 根据不同规格产品制定新的班组产量考核办法
就考核办法对班组长进行培训
就考核办法培训后对班组长进行考试

合成一车间

选题:打开欧美等国际市场,拓展产品销售平台

- 通过小试集中验证正确按处理方案,为中试和投产做准备
改变中亚亚硝工操作模式,把控制结果可视化,数字化
不断分析、总结,以持续降低和稳定亚硝按含量

河南销售片区

选题:做好公司副减产品与市场的衔接

- 培养客户的单品上量及优势品牌
提升业务员综合素质
深入市场,了解市场一线的需求,做好新产品的开发与推广

包装部包装瓶组

选题:降低包装瓶的渗漏率

- 严抓产品质量,降低瓶子渗漏率
根据配方和市场需求,实时降低瓶子克重
改变客户观念,实行严格的客户考核,进行优胜中选
各部转变思想,把质量当成自己的事情,共同掌控

品管部中三化验室

选题:更快、更准确地为车间做好服务

- 提高检测效率
提高检测仪器的使用熟练度
提高检测准确性
提高环保意识

中六生产线

选题:提供优质制剂产品

- 改造 WVP 线:改善 WVP 线操作环境,降低劳动强度
改进 SC 线工艺:优化 SC 线生产工艺,提升产品质量
改造神鹏造粒机(WDG 线):提高 WDG 班产量及产品质量

动力车间制冷班

选题:改造三冰机水,总体制冷效率提高 20%

- 增大制冷,新增制冷机 2 台
提高冷凝、制冰效率
变更冷凝工艺,将直接膨胀供液改为重力式供液
组织员工加强专业培训学习

悬浮剂三线

选题:提升车间现场管理水平

- 设备检修:全面检修保养,除锈刷漆
墙面处理:重新粉刷
地面处理:铺设地板砖

合成二车间一线三班

选题:减少用电量

- 减少用电量:取样不开搅拌等降耗
减少污染:更换引风机,加强合成釜密封度;增加三聚投料口,连接合成釜与玻璃钢引风管管线,将刺鼻气味全部吸收到吸收塔内进行水喷淋吸收

3个备选单位

中采销售市场部

选题:提升产品盈利能力

- 调整产品结构,加强市场营销服务,产品市场聚焦,创新产品价值
登记有价值产品证件,实施过程改进

中四车间

选题:改善车间环境,提升环保水平

- 酸化:改敞口抽滤为密闭压滤
酸化:将原来的敞口沉降池改为密封罐
污水处理:硝化加分水,实现水的岗位循环,减少用水量;提高硝化污水的回收利用效率
酸化水解:减少加水量,脱溶加分水,将蒸发出的水重复利用

合成四车间

选题:降低异丙甲草胺原药生产的制造成本

- 对异丙甲生产线进行扩产改造,减员增效
岗位整合
自动化升级
废料综合利用

员工风采

有一种爱心叫奉献

自 1992 年至今,仓储部员工崔学军已坚持无偿献血二十多个年头,累计献血 32000 毫升,相当于一个正常人自身血量的 8 倍,为那些等待输血的生命贡献了自己的一份力量,用爱心和热血托起了生命的希望。一个人献一次血并不难,难得的是这份二十一年如一日的坚持与奉献。2012 年 12 月,崔学军荣获“全国无偿献血奉献奖金奖”。崔学军在加入无偿献血这一爱心行动的同时,也不断对身边的人传授献血知识,并带动了更多的人关注、参与到无偿献血这一公益事业中来。(仓储部 张奎峰)



职场·声音

坚持,是最好的品质

近来看,在滨农贴吧和百度贴吧上看到诸多吐槽和牢骚,也常常听到种种抱怨,甚至还能听到要撂挑子不干的声。诚然,有抱怨很正常,但正所谓相由心生,言为心声。如果一个人整天说说想想都是负面的,周围的朋友和同事怎么能感受到他身上的价值呢?

只要留心就会发现,在公司里,管理者和资深员工的抱怨较少。其实,绝大多数人都想要一份钱多、事少、离家近的工作。可是在这个有取必有舍的年代里,我们都知,鱼和熊掌不可兼得。这个世界上并没有完全能迎合我们所有需要的工作,即使现在能够迎合,将来也会有某些方面不够满足。即使有一天我们自己当了老板,也会发现公司里有很多问题连老板都无能为力。在无法改变环境的时候,我们所能做的唯有改变自己。圣经上说,能够控制自己情绪的人,比拿下一座城池的人更强大。若无法改变自己,无论在哪里都赢不了好的前程。

刘震云说,重复的事情不停地做,你就是专家;做重复的事情特别专注,你就是大家。在过去的八年里,我曾经在三个不同领域的六家单位工作过,可是我做了好多工作之后才渐渐懂得,我们只有认真专注于一件事情,才能最终把它做好。

我常常问自己,如果一个多月挣一两千块钱,生活会改变吗?不会!奔驰、宝马还是买不起,大房子依然住不起。在职场的起步阶段,更多需要我们考虑的不是哪里会多几百块钱,而是哪里平台够大,哪里可以让你积累更多。在熬不过去,想要放弃的时候,想一想当初是为了什么才坚持走到了这里。有人说即使最美好的婚姻,一生中也会有 200 次离婚的念头,50 次掐死对方的冲动;即使最幸福的工作,也会有 200 次辞职的想法,50 次撂挑子的纠结……坚持就是最好的品质。

频繁换工作的简历会给 HR 几个信息:第一,这个人还不知道自己干什么,所以老换工作。另外,这个人或者不够努力,或者不够坚持。新到一个岗位,大约有两三个月的蜜月期,大家对新人的要求都不高,等到半年至十个月,会碰到第一批困难。困难来临的时候,最容易的决定就是不干了,然后

少一点抱怨,多一些宽容

前几天在车站等公交车时,人很多,站旁有一个邮箱,天刚下了雨,路上还有很多积水。这时,一个十岁左右的小女孩拿着一封信来到邮箱旁,就在她要把手伸进邮箱时,忽然一辆黑色小轿车疾驰而过,溅起的水花带着泥巴飞溅了等车的人一身,邮箱和那个小女孩也未能幸免。翻开信,指责声响成一片。这时,只见小女孩摇了摇头,拿出一块小手帕擦起了邮箱。等把邮箱擦好了,她又把信放了进去,然后才抖了抖身上的泥巴。不知何时骂骂声没有了,大家都在看着这个十来岁的孩子,似乎是

点滴

记得……

记得以前这里没有正式的餐厅,一家人都在板房里吃饭。每到吃饭的时候,三人一组,五人一群,陆续陆续去吃饭,由刚开始的一桌变成了六七桌,再到变得坐不下,再到搬进大的干净明亮的餐厅,吃饭的人由开始的十余人已增加到现在的几百人。

记得原来的住宿条件是十来人租板房住,没电没水,需要自己修电,自己提水。后来,随着人员的增加,我们搬进了施工队建的平房,水电也已接好,那感觉真是幸福啊。再后来,我们便搬进了现在的宿舍楼,住宿环境,条件大大改善了,部分宿舍还通了网线。

记得原来刚建厂的时候,领导们视察一圈回来,鞋都不见了原来的模样。由于这里是红土地,下雨还好,一碰上雨天就不行了,根本拔不出脚来。记得刚开始建厂时,来厂区进料的车是没有几个能进来的,必须事先铺上砖块才能进车。最令头疼的是调土方的时候,拉土车走不了几趟,地面上去就会从别的地方出来。记得……记得……记得……虽然我们还会面临种种困难,但是会比以前更困难吗?就算再难,我们不是已经挺过来了吗!加油吧,我的伙伴们! (佚名)

报情话题

玉米田常见的地下害虫及其防治方法

玉米田常见的地下害虫有:金针虫、蛴螬、蝼蛄、地老虎,以及近年来局部地区危害严重的二点委夜蛾等。它们栖息于土中,主要危害玉米的种子、根、茎节和嫩叶,造成种子不能发芽出苗,根系不能正常生长,活心叶畸形,幼苗枯死等严重危害。

防治方法:

种衣剂包衣拌种。用含杀虫剂包衣的种子或采用杀虫剂拌种剂拌种。常用的杀虫剂有丁硫克百威、辛硫磷和吡虫啉。

玉米幼苗期,地老虎危害时,可在被害株根际扒开土捕杀幼虫。

毒土。在播种时使用辛硫磷等毒土盖种或沟施,也可用毒死蜱油剂配制毒土,与傍晚撒施于玉米行间。

毒饵。用麦麸、豆饼或棉籽饼等做好饵料炒香,喷或拌上辛硫磷乳油等杀虫剂,于傍晚撒在田间幼虫根际附近,可以兼治多种虫害,尤其是蝼蛄等。

灌根。可用辛硫磷或毒死蜱兑水灌根,对金针虫效果较好。

喷雾。可于傍晚,用菊酯类、有机磷等药剂施幼虫和周围土表。

西红柿种植前药剂浸种法

西红柿种植前种子消毒是播种前的基础消毒工作,消毒工作做好了,可以防止或减少病害的发生,并可减少农药使用,是生产无公害蔬菜种植基本措施之一。做法如下:

用 30% 代森铵 200 倍液或高锰酸钾或福尔马林 500 倍液浸泡 1 小时,药剂种杀菌消毒后随即把种子放入清水中冲洗干净。也可用 25% 的多菌灵溶液浸种半小时后用清水冲洗干净。也可用福尔马林浸煮结合,具体操作是先用清水予浸种子 3-4 小时,然后将鲜籽倒入福尔马林(即 40% 甲醛溶液)100 倍液中浸泡 15-20 分钟,取出后用湿纱布包裹好放入盆缸内密闭 2-3 小时薰蒸消毒,然后用清水冲洗干净,种子消毒以后可置放于 25-30℃ 处进行催芽,待种子有半数以上露白时即可播种。



滨农报

总第 072 期

信任-需要-成功 Believe Need Success

山东滨农科技有限公司

http://www.binnong.com

2013 年 8 月 1 日

第 08 期

(内部资料 仅供交流)

企业使命

以优质产品服务客户
以开放平台成就员工
以绿色环境回报社会

高层会专题报道

切实推进批评与自我批评,减员增效提质

本报讯 7 月 29 日上午,我公司在三楼会议室召开了高层办公例会。例会的主题是面对变化中的内外部形势,确立下半年的生产、经营和管理定位,如何基于年度任务的完成,去提升和规范公司的管理水平和经营质量。

董事长黄延昌在会上指出,上半年在持续增长的市场趋势之下,截至七月底,公司业已完成近 17 亿的销售业绩,与去年同期比获得了可喜的增长。但公司的运转情况和经营效益并没有质的提升,虽然已看到了差距,也找到了问题,却依然推而不动,还没有走出管理变革的起点之困局:一是批评与自我批评自上而下推进乏力,寻找差距浮于表面。

我们应当怎么办?——减员,增效,提质!生产系统,人员多效率差是老问题,没有效率就没有效益,从分到车间要厉行减员,提升员工技能,改善员工心态,加强人员甄别,减支,增效益,坚决不容许出工不出力的现象继续存在。销售系统,从原药到制剂,要全面分析,剔除无效销售。管理上,要切实推进变革。做到企业不不进则退,永远要如履薄冰如临深渊,因此,当前从高管开始进行的批评和自我批评评

发挥好标杆作用。因此,是谁在制约和影响着我们的进步?是我们自己!第二,对中层团队太宽容。严是爱宽是害,管理上的听之任之、制度上的过度宽松,会把公司培养多年的干部推上弯路。一线值班懈怠松垮、现场管理问题成堆,可利用物资随处可见,这样的工作状态怎么去迎接挑战?外采产品居高不下,为什么?环保治理不是优势就是瓶颈,近两年公司累计投入过亿,工艺革新、装备改良,但彻底解决问题了没有?每个车间各有各的问题,如果企业不做环保投资,那是短视,但投了巨资却没有达到应有的效果,那就是管理者无能!

对不是形式,不是运动,是针对公司目前存在的弊端,自上而下的改良!是企业遇到危机,而迫切需要的改善和提升!一定要自上而下,真正触及中层,真正化为行动。否则,我们就会坠入万丈深渊。公司就不是进步,而是最后找不到路,消失了。我们现在就是面临这样的困境。外部环境是什么?同行是什么样?我们现在是什么样?我们应当怎么做?怎么带队?怎么提要求?非常简单,就是看我们这些人能不能做,肯不肯做,能不能做到!比如,类似员工可以请长假这样的管理漏洞不要再发生了,懒散麻木,不思进取,个人利益第一位中层就不要再用了。

最后,黄总要求,公司今后的发展要提速提质,从关注投入到聚焦产出,追求效益。发展的数字可以慢下来,但创新不停止,要做好产品更新换代的储备;管理提升不能停止,要追求持续进步;市场拓展不能停止,在优化销售结构的同时要持续开展优良市场;环保改进不能停止,要不吝投入持续改进。

(本报记者 戚哲芬)

■要闻简讯

我公司 2013 年大学生新员工培训营拉开序幕



本报讯 7 月 22 日,我公司 2013 年大学生新员工培训营拉开序幕,副总经理李华致开幕辞。本届新员工培训营由军训、拓展训练(室外+室内)、室内课堂培训三部分构成,为引导新员工快速实现由校园人到企业人的转变,人力资源部对各培训项目都进行了“量身定做”。7 月 22-27 日,是为期一周的军训项目;7 月 29-8 月 2 日,是为期四天的拓展训练;8 月 3 日将进行新员工文艺汇演;8 月 5-10 日,是为期一周的公司文化和职业化训练课程。结营前,还将组织党岗演讲。

日前,军训及室外拓展训练已经结束,接下来将进行室内拓展训练与课堂教学阶段。

(本报记者 李明德)

Q&EHS 管理体系培训稳中求进



本报讯 7 月 10-11 日、26-27 日,科采管理顾问(天津)有限公司顾问团队分两次来我公司进行了为期两天的 Q&EHS 管理体系培训辅导。

7 月 10 日上午,科采公司高级顾问席自明老师为公司中层正职及主持工作的中层副职进行了题为《(人、职业、职业人)的职业承诺课程》的专题培训。席老师从“何为职业人,职业素质,谁控制了的我的一切及工作动力”四个方面进行了阐述,使大家对职业人职业化有了全新的认识和理解。下午,专家顾问团队三人就公司各部门、车间提交的部门程序文件作业进行了点评和辅导,统一了程序文件格式。

(本报记者 王勤勤)

我公司组织召开助剂应用技术交流

本报讯 7 月 12 日,我公司组织召开助剂应用技术交流会,副总经理侯立国主持交流会,技术中心、生产车间及助剂厂家专家等 60 余人参加了此次会议。

会议期间,科研所及生产部门就各类助剂在使用中遇到的问题及市场反馈情况与会专家进行了交流探讨。会后,各个助剂厂家代表就自己的发展现状及未来的合作规划进行了分享。最后,侯总为此次交流会做总结性发言。至此,交流会取得了圆满成功,为双方 2014 年更好的合作打下了基础。(供应部 王亮营)

■培训发展专题



7 月 4 日,公司人力资源部组织入职满两年的 70 余名大学生员工进行了职业发展问卷调查,旨在进一步解大学生的发展需求,为其提供成长支持计划。

(本报记者 李明德)



7 月 5 日,公司组织了新员工入职培训,会上,人力资源部主任戚哲芬、主任助理林延彬就学生的就业与发展问题与在我公司顶岗实习的 13 名滨州技术学院学生进行了交流探讨。(本报记者 林延彬)

(本报记者 林延彬)



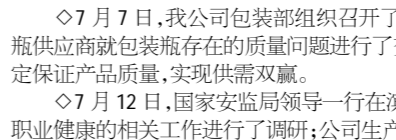
7 月 6 日,在周六生产专题培训例会上,合成四车间主任周磊就合成四车间的管理经验与大家进行了分享交流。

(本报记者 李明德)



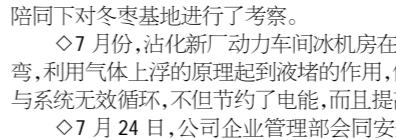
7 月 15 日,公司组织了暑期实习生座谈会,人力资源部主任戚哲芬、主任助理林延彬、助理黄昊飞、张曙光与我司进行暑期实习的 20 余名山理工大学生就未来的职业发展及所关心的问题进行了交流座谈。(本报记者 林延彬)

(本报记者 林延彬)



7 月 15-20 日,科研所组织新入职员工进行了为期一周的培训,通过观看视频和座谈,使大家对职业化有了全新的认识。

(科研所 闫文明)



7 月 20 日,在周六专题培训例会上,人力资源部主任助理林延彬就工资核算的相关事项对各车间、部门相关负责人进行了培训。

(本报记者 李明德)

7 月 24-25 日,中五车间组织车间全员员工进行了培训,车间主任及各班组长分别就车间管理、工艺、安全、质量等进行了讲解。培训期间,车间全体人员认真学习了公司文件《致全体员工书》,并进行了自我批评与检讨,深刻剖析了工作中存在的缺点与不足。培训结束后,车间组织了考试,参训人员成绩均合格。(中五车间 韩兴兴)

(中五车间 韩兴兴)

■一句话新闻

- 7 月 2-10 日,销售公司各科室及全体业务人员开展了自我批评与相互批评的检讨活动,对工作中存在的不足与缺陷进行了深刻剖析。(本报记者 徐付贵)
7 月 7 日,我公司包装部召开了包装瓶质量探讨会议,会上,我公司与各包装瓶供应商就包装瓶存在的质量问题进行了交流探讨,供应商表示,在接下来的合作中,一定保证产品质量,实现供需双赢。(包装部 赵涛)
7 月 12 日,国家安监总局一行在滨州市、滨城区相关领导的陪同下,来我公司就职业健康的相关工作进行了调研;公司生产总监张玉瑞、总经理助理郭安陪同调研,并就企业职业健康工作中遇到的问题与领导一行进行了交流。(本报记者 孙文杰)
7 月 14 日,软包装车间组织车间全体员工进行了安全知识培训,旨在提高员工的安全技能和安全意识,消除侥幸心理,杜绝违章行为。(本报记者 贾立华)
7 月 19 日,山东农业大学教授王开运一行在销售副总韩正勇、市场总监杨希坤的陪同下对东枣基地进行了考察。(本报记者 王硕宽)
7 月份,沾化新厂动力车间水机房在蒸发冷高压回液管道的 T 段下端设置了 U 形弯,利用气体上浮的原理起到液堵的作用,使未冷凝的气体再冷凝,避免了未凝气体参与系统无效循环,不但节约了电能,而且提高了制冷量。(本报记者 孟庆领)
7 月 24 日,公司企业管理部会同安全部、动力车间及生产系统相关人员,联合对公司进行一次安全隐患大排查。(本报记者 孙文杰)
7 月 30 日,公司组织中采全体业务人员进行了一场知识竞赛,最终,南方处陶伟桂冠。(本报记者 孙华芸)

# 内部标杆,你学了没有?

学相同则思相近 → 思相近则言相和 → 言相和则行相辅

编者按:自3月份起,公司在中层管理者的周六内训课堂上,已连续组织了七期上年度优秀管理者亮点宣讲。各管理者率领各自的团队在不同的责任区域,基于不同的管理基础,探索出了不少在公司内部可资借鉴、推广的特色管理经验。正值公司大力开展“批评与自我批评”,“对标找短板、比差距、固特长、优劣势”之际,这些闪光点犹如星星之火,或许更方便直接、适宜我们的管理土壤。让我们一起行动起来,去集体复制,去团队培植,直至成长为明日的深农特质,未来深农文化的延长线……

### 闭环管理

杨海岗

### 员工关怀

李国胜

### 开放务实

于喜福

### 学做结合

戚哲芬

### 沟通协调

赵福廷

### 认真负责

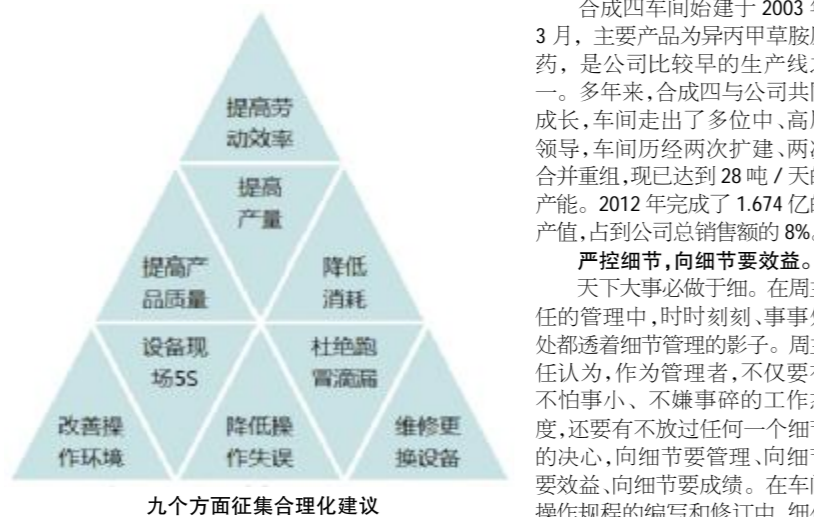
黄玉光

### ■优秀管理者专题

编者按:7月7日,在生产专题培训会上,合成四车间主任周磊就车间管理经验与大家进行了分享交流。

## 强管理 控成本 稳增长 提效益

——记合成四车间主任周磊



合成四车间始建于2003年3月,主要产品为异丙甲草胺原药,是公司比较早的生产线之一。多年来,合成四与公司共同成长,车间走出了多位中、高层领导,车间历经两次扩建、两次合并重组,现已达到28吨/天的产能。2012年完成了1.674亿的产值,占到公司总销售额的8%。

节约就是效益,节约就是收入。合成四车间想方设法从原材料消耗、人工费用、装卸又车费用、能耗、劳保辅料以及化验费等六个方面着手控制成本。分析其经验不难看出,所有的降本本提效益的办法,都离不开细节管理——对投料比的调整以降低原材料消耗,车间停车时做到“停车不停工”,并充分利用闲置的设备,严格控制提高一次性合格率以减少检验频次,有效降低了化验费用……经过一系列努力,经计算,车间2012年度共节约各项费用约267.6万元。

兼收并蓄,平稳实现车间合并。根据公司战略规划需要,分别于2010年和2013年对合成四车间进行了两次合并,在合并过程中稳定人员是最需要解决的问题。针对车间合并,周主任采取文化融合软着陆,兼收并蓄,让员工有一个慢慢接受和适应的过程,对原车间比较好的管理方法进行挖掘和学习,与老合成四的管理方法和理念逐渐融合,互相学习和借鉴,使原两个车间的管理尽快融为一个有机的整体,健康、有序运行,每一次车间合并都为车间带来了新的活力。

集思广益,合理化建议见成效。车间每年都组织员工提合理化技改建议。为使合理化建议真正收到效益,车间从九个方面进行引导,并且对员工所提建议分成4个档次进行奖励,分别奖励100元、80元、60元和40元。据车间统计,2012年共有79人对本车间的5条生产线提交了688条检修技改建议,车间经过认真研究和论证,本次检修技改共采用员工建议246项。

拂去灰尘,我们依然在路上。合成四车间每年都制定车间技改计划。2011年对异丙甲草胺生产线进行了扩产改造,日产量从16吨提到了28吨,而人员则从112人减到了91人,吨产品用工7个降到吨用工3.25个。但车间并未就此满足,在2013年的技改方案中,通过预算,人员将从91人降到60人,吨产品用工由3.25个降到2.14个,将大大提高劳动生产率。

车间2013年的技改计划,重点放在对异丙甲草胺线进行岗位整合、自动化升级、废热综合利用三个方面。技改成功后,将会每年多创造直接经济效益231万元。(本报记者)

### ■文化践行

## 改造离心机出料口:减员增效好处多



中二车间目前有三条生产线,其中,烟酰胺生产线工艺复杂,设备密集,仅反应釜一项就多达50套,操作步骤也多达30道。车间内管线纵横,阀门众多,因此,员工学习操作就比较困难。

忙得满头大汗,而且由于是开放式出料,离心机附近甲苯气味很大,严重影响了现场操作环境。对此,二班组长肖金祥经过一段时间的摸索,提出了在离心机出料口加一个半封闭式矩形出料盒的建议,盒子底部开三个直径与编织袋相同的孔,加盖板固定,盒子内部加一个活塞式推拉板,以便于出料。经过不断地实践、改进,现在离心出料只需一人就能完成两人的工作量,大大提高了生产效率。为表彰肖金祥,为其他员工树立榜样,车间给予肖金祥奖励300元。

在肖金祥的带动下,车间员工积极主动,提出了许多切实可行的建议。如为了方便出料,将离心机出料口改为半封闭式,减少了粉尘飞扬;将离心机出料口改为半封闭式,减少了粉尘飞扬;将离心机出料口改为半封闭式,减少了粉尘飞扬……

小小的智慧不断结出胜利的果实。工艺的不断优化给员工的操作带来了方便,车间的奖励也为员工增加了收入,如此便形成了良性循环。烟酰胺的生产也越来越稳,车间新上一台自动卸料离心机,但是在离心效率提高的同时,由于出料速度变快了,员工的劳动强度也相应加大了;两个人参与还是会有

## 自主置换系统,环保节能双提效

在三线机制制冷系统改造过程中,系统内留有制冷剂(液氨)10余吨。液氨性质有毒并且为二类毒物,不仅会对环境造成污染,而且还存在易燃和易爆的隐患,如果处置不当,其后果不堪设想。

对此,动力车间与制冷班对置系统召开了讨论会,对操作过程中可能会出现的环境风险进行了评价与分析,并制定了详细的实施计划:先用贮罐移出70%的物料进行外协处理;再将剩余的30%液氨汽氮送入四线制冷系统。6月27日,成功利用移动罐移出70%液氨;7月2-8日,又顺利将三线、四线利用管线进行了连接,经过连续抽空,将剩余的2-3吨制冷剂安全地移入四线制冷系统。此次置换过程避免了液氨的外泄,提高了车间的环保水平,节约费用近万元。(动力车间 陈鹏)

## 变废为宝,盘活资源

7月份,仓储部以增效节约为切入点,集中对仓库废料、废旧物资进行了清理,以使其再次发挥使用价值为思维突破口,对库存的各类原料及废旧物资的使用价值和能够使用的部位进行了分析。

包装仓库淘汰换代的13000个塑料桶运送到绿化办培育有花苗,节约花盆采购成本10000元;包装仓库生产剩余的5吨废旧纸箱垫板输送到绿板业做原材料使用;原材料生产替换下来的700块木托盘用到包装仓库做包装箱底层衬垫,有效提高了仓库在库物资储存的安全性。以上措施节约采购费用20000余元,同时也为部门将卓越绩效模式引入管理提升建立了良好的开端。(仓储部 张奎峰)

## 污水池加装板框压滤机:提高资源利用率



因合三车间津液废水在排放过程中含有大量的生产物料,不仅造成了物料的浪费,还给后续的污水处理带来了一定难度。

为保持污水处理达标,提高资源利用率,合三车间决定在合三一线与合三二线污水池前重新加装板框压滤机,使废水通过压滤机的板框压滤,滤清其中的物料。目前,经过板框压滤机处理,车间排出的污水已经开始变清,杂质大减少,不仅在很大程度上降低了污水工段的处理难度,同时也有效回收了污水中的物料,减少物料的流失,提高了资源的利用率。(合三车间 毛旭涛)

### ■销售策略

## 良好客情关系是销售的关键

时光如梭,不知不觉间来到广西市场已有半年光景。在这半年中,经历了太多曾经都没想到过的事情,最重要的是,在这一段时间里,我成长了很多,知识阅历也丰富了很多;我从一个什么都不懂的初入社会者,即将变成一个对社会有用的劳动者!

通过这段时间的出差和下乡,我发现要做好市场,就必须充分了解以下几点:公司、自己、客户和农户。公司需要的是产品销量、利润,知名度和声誉,客户需要的是利润和声誉,农户需要的是低投入高产出,而我们需要的则是销售业绩,只有真正把握好这四者的关系,才有可能把农资销售工作做得更好。

建立良好的客情关系对我们做好销售工作有重要作用。客情关系的好坏直接关系到客户是否进货及进货量的大小。在产品严重同质化的今天,在价格差别不大的情况下,我们与客户建立良好的客情关系,让客户感觉到我们的热情以及公司对他的重视,就是一种无形的服务。通过这一段时间的市场走访,我总结了以下几点维护客情关系的方法:

第一,维护客户信誉。强大的、有良好的信誉的公司是我们的坚强后盾,客户只有先认可公司才会认可产品。

第二,建立好个人形象,让客户留下深刻的印象。

## 调整思路,合理布局

2008年,我负责山东区域的市场销售,2012年,转到黑龙江。区域改变了,我的操作思路也必须随着市场转变而改变。

东北客户与山东客户不同,东北客户更看重零售,甚至有些客户只零售不批发,这样的思路,在某些方面来说,更适合公司的盈利模式。东北大地物博,客户也是心胸宽阔。一个好的产品总能找到适合的客户。有的客户只能销售大货,而有的客户则喜欢高端产品,所以在公司转型的时刻,对市场、对客户做到了解熟悉至关重要。每个客户都有自己的强项,中不实在缺少的就是这种“适合的”客户。在东北,制约大客户批发的主要原因就是赊欠。年成不好或者老百姓收粮后不卖,就会导致客户的资金链出问题。现在,国家倡导合作社,我们要持续关注的同时,也要先把自己的好产品推出去。

农产品行业中有各种各样的高端产品,那么,针对高端产品,我们该如何进行操作呢?首先,高端产品的必要条件是高质量,高效率。所谓高质量即:高品质,从产品的外观颜色、产品的包装、产品的设计以及产品卖相等方面的综合评价;高效率就是要求产品的使用效果要突出拔萃,与众不同。以“95%稳火”为例:只有高品质的产品,才能给客户增加信心。效果是该产品最基本的要求,只有好的效果才有销售的基础,才有好的口碑。

第二,制定合理的价格体系。价格的制定是一个产品成败的关键,价格不能定的太高,也不能太低,要根据市场行情而定。同时,还应制定合理的进货价、批发价以及零售价。如稳火,在开始销售时,制定的价格为2.5元/袋,与2012年相比每袋上涨价0.38元,这样的上涨幅度,客户无法接受。但是通过后期的价格调整,客户最终接受了调整,销售也有所突破。

第三,优化客户网络。高端产品的操作,最关键的就是渠道。并不是所有的客户都能操作高端产品,也不是所有的客户都有能力操作高端产品。主要是因产品,因当地环境不同而定。在“稳火”的操作过程中,关键就是网络选择方面的优化,我们要

在“稳火”的推广过程中,采用的是最直观的价格推广以及药效示范展示来进行推广的。药效示范展示的目的有两个,一是展示给经销商看,让其了解产品的效果;同时让客户有信心地推广。另一个是展示给终端经销商看,让他们相信我们的产品。最后就是让农民免费使用,以提升该产品的口碑,能提升产品的知名度。

所以,对于高端产品,我们应在合适的时间、合适的地点,通过合适的人进行推广,而不能盲目照搬,因为操作模式是不可复制的。高端产品的操作应对症下药,更要结合不同的时期、不同的对象做相应的调整。(南方区 邱玉琴)

### ■销售感悟

## 没有硝烟的“战斗”

又是一年销售季尾声,2013年注定是不平静的一年,回想起这一年的起起伏伏,心中感慨万千。刚刚过完年,百草枯就出现紧缺,突如其来消息搞得气氛十分紧张。接二连三便是各种原料的短缺和涨价,生产发货计划一下子被打乱了。

初春的大地,客户急着催业务员抓紧发货,业务员着急找公司沟通生产计划,空气中充满了紧张和火药味。客户急着催业务员抓紧发货,业务员着急找公司沟通生产计划,空气中充满了紧张和火药味。客户急着催业务员抓紧发货,业务员着急找公司沟通生产计划,空气中充满了紧张和火药味。

可接下来的日子更艰难。货都发到位了,可就在万事俱备的情况下,“东风”却迟迟不来。从冬

### ■市场分析

## 付出总有回报

每每和客户沟通,听到最多的一句话就是:今年市场太难做了!是的,各大厂家的激烈竞争、价格的模糊混乱、零售商及农民越来越挑剔的眼光,这些无不让我们深感市场的残酷及任务的艰巨……

天道酬勤,勤奋是业务员必备的素质之一。前些天在钟祥听客户讲起京博的业务员:一群人深入田间地头,把海报条幅贴到每一个村镇,拿着样品在重点乡镇做示范试验,仅仅在钟祥市场,烟酰胺销量就达到几百件。听到这里,不由得惭愧万分,市场就那么大,关键是看自己怎么去把握。今年公司制定了“355计划”,制定了下终端做促销、做药效等任务,这对我们终端市场的把握,对业务员技术能力的提升,对销量的促进,是有很好的促进作用的。勤走市场,勤跑终端,终究是有益无事的。

除了勤下乡以外,前期网络的布局,也是非常重要的。一个好的客户的选择,不一定要刻意追求其现有的销量和市场的知名度。重点是考察客户的思路是否与公司的发展战略相符,是否与公司现阶段的气质相符。认同我公司发展思路的客户,以我为主的客户,才是适合我们的客户。如我们要逐步树立以中高端产品为主的企业形象,单靠我们自身是没有意义的,还需要客户的配合、理解与支持。

要定位高端,就要针对不同的市场进行定位。如常德地区“火火优”的市场,作为高端的百草枯,针对当地小飞蓬的爆发,更应突出其优良的效果和产品定位。再如钟祥地区作为一个农业大县,用药水平相对较高,杂草抗药性增强,有针对性推广的“稳火”、“稳虎”便得到了客户的认可与支持。当然,由于其他因素的影响,“稳虎”的销售并没有达到我们的预期。这对我们来说也是一个经验教训:要定位高端,首先得拿出过硬的品质,打铁还需自身硬。不断地精益求精,不断地总结反思工作的成功与不足,踏踏实实,沉下心来做好每一个环节,日积月累,终究会有所收获。

对于空白市场的开发,我们一定要做好前期的调查工作。比如恩施利川市场,因为本地属于山区,耕地面积较少,缓坡丘陵种植最多的就是玉米。之前我们通过了解其他公司的产品销售情况,认为袋装粉剂应为本地的主流。但当我们真正挨家拜访后,才得知虽然袋装也可以销售,但真正应该主推的品种应该是磺草酮类的产品。所以,对于空白市场,我们要多走几次,每次走访都应该有新的收获。比如,对本地市场销售的产品结构、重点客户有更深的认识等。所以,针对空白市场的开发,我们要有针对性、目的性、规划性。

任何市场都有其特殊性,可塑性,我们没有开发出来,那是因为我们对当地市场最通路的产品,没有发现其需求,是我们的思路没有及时进行调整转变。

再难啃的骨头,再难办的问题,只要我们有恒心,只有我们肯想办法,积极应对,总会有其解决之道。正如一首歌中所言:世间自有公道,付出总有回报,说到不如做到,要做就做最好!

(湖北区域 王建勇)

### ■市场观察

## 买赠促销的利弊分析

2009年,康师傅绿茶“再来一瓶”的促销活动在全国轰轰烈烈,空前绝后,让康师傅绿茶在饮料行业中大火了一把,也让其所有促销方式在其面前都变得黯然失色。这种“再来一瓶”的促销方式,就是一种很典型的买赠促销。

买赠促销,其实就是消费者在购买某一产品时可获得一份产品或礼品赠送,用于吸引消费者购买新产品、弱势产品和老顾客的重复购买,实际上是对消费者一种额外的馈赠和优惠。这种促销方式,可以提升产品或品牌知名度,刺激产品销售,同时提升产品的品牌形象。

买赠促销也是在农药销售中常用的促销方式,如何在农药销售中合理并有效地利用这一促销方式呢?

首先,做好赠品的选择。赠品一定要保持与销售产品的关联性,如赠药就最好跟销售产品配套使用,要是赠小礼品就需要礼品实用并且有企业或者产品品牌形象,以提升品牌知名度。另外,不能随意夸大赠品的价值,千万不能出现因为老百姓对赠品的过高期望不能得到满足,而影响老百姓对产品品质的怀疑。赠药的流程上也需要简单可操作,以免执行不到位。

通过这种促销方式,可以提升产品的性价比,容易给客户和老百姓产生得到实惠的感觉,有利于新品在短期内,形成爆发式销售,在局部迅速形成产品影响力。但是这种促销方式有以下两个缺点,一是赠品易于被下层环节截流,起不到应有的作用;二是销售的产品形成变相降价,造成市场混乱,如果长期实行该促销政策,容易使消费者失去新奇感,达不到赠品的效果,也会让客户每年跟厂家要促销政策,养成不好的习惯。

要想让这一促销方式在我们的销售中发挥最大的作用,我们就需要加强渠道的监管和沟通工作,保证赠品能够正常到达老百姓的手中,也可以在赠品包装上打上“非卖品”的标志,逼迫消费者送给老百姓。(云南区域 丁忠军)

### ■市场思考

## 浅谈药害解决方法

近年来,随着玉米田新品种的增多及玉米田苗后合剂类新产品的不断出现,玉米田苗后药害现象层出不穷。经过参与解决及跟随客户处理药害事件,我把自己的体会与大家一起分享:

第一,药害初级阶段。出现药害后,要在稳定农民朋友情绪的前提下积极与终端零售商、农民朋友沟通,无论是不是公司产品的原因,都要首先采取解救措施,如喷施解药或者叶面肥以补救或缓解药害。

第二,药害具体解决阶段。经过前期补救,药害出现4-5天后,会有所缓解。这时,厂家业务员要与终端经销商实地走访药害区域,查找药害的真正原因。如果终端经销商在当地有一定影响力或者具备解决突发事件的能力,业务员也可以邀请受害药农一起查看药害地。

第三,药害的收尾阶段。如药害实验验证后无明显药害发生,则证明产品没有问题。如果确实是产品问题,那么我们就应与经销商及农民积极沟通,了解其诉求,根据其诉求进行具体解决。(黑龙江区域 李鲁宁)