

宏岳

2
2020
总第 62 期



www.hy-pipe.com

暗装截止阀

保 / 护 / 您 / 一 / 家

可拆卸阀芯，轻松更换



可快易连接，安全便捷



CW617铜，防爆防漏



陶瓷片阀芯，寿命更长



宏岳集团助力恒大新能源汽车产业基地项目

宏岳集团管理体系年度审核顺利通过

防疫监督常态化，确保生产安全

宏岳 1+ 鄂尔多斯水电技师交流会圆满落幕

目录 CONTENTS

聚焦宏岳

- 04 宏岳集团助力恒大新能源汽车产业基地项目
- 05 宏岳集团管理体系年度审核顺利通过
- 06 防疫监督常态化，确保生产安全
- 06 管材管件车间开展放高温中暑应急演练
- 06 孝感市区总工会向湖北宏岳捐赠疫情防控物资
- 07 宏岳 1+ 鄂尔多斯水电技师交流会圆满落幕



04

行业资讯

- 08 我们都是 1+ 事业的追梦人



05

员工风采

- 09 我们都是 1+ 事业的追梦人
- 10 责任感是完成任务的基石
- 10 风雨过后，方见彩虹
- 11 提高客户服务的满意度
- 12 如何做好客户服务工作
- 14 心系客户做好宏岳
- 15 服务意识—卓越人生的基石
- 16 金牌服务决胜未来
- 18 浅谈财务人员如何提高服务意识
- 19 服务才是未来
- 20 你会到非洲看我吗？
- 20 难关过后，是海阔天空
- 22 聚焦客户服务，从我做起
- 23 服务客户，提升自己
- 24 浅谈提高外贸客户满意度的方法
- 26 企业发展，人人有责任
- 27 环环相扣的服务，无人置身事外
- 28 “十心服务”换客户“十分满意”
- 28 保持一颗平常心
- 29 如何提升服务
- 30 赢在服务：制造业新阵地
- 31 清洗餐具引发的思考



06



07



12

宏岳集团获得荣誉及参编标准 (2009-2019 年)

行业地位

.....
中国塑料加工工业协会副理事长单位
中国塑协管道专委会副理事长单位
中国辐射供暖供冷委员会副主任单位

荣誉展示

.....
河北省名牌产品
国家守合同重信用企业
中国轻工业百强企业
中国塑料行业十强企业
中国地暖行业名牌产品
中国地暖管十大品牌
中国合格评定国家认可委员会实验室认可
中国环境标志产品认证
中国塑料行业信用评价首批 AAA 企业
中国房地产开发企业 500 强首选品牌
中国家装管道行业十大品牌
中国企业品牌创新成果奖
中国房地产上市公司百强投资潜力 5 强
中国塑料加工业优秀科技创新企业
北京市建筑材料供应单位产品质量诚信 AA 级企业
河北省质量效益型先进企业
河北省企业技术中心
塑料管道安装工(河北)培训基地
河北省工业企业研发机构技术中心

主编及参编标准

.....
国家标准：《冷热水用分集水器》
国家标准：《预制轻薄型地面辐射供暖板》
国家标准：《给水排水管道工程施工及验收规范》
国家标准：《地暖施工图集》
行业标准：《建筑排水管道系统噪音测试方法》
行业标准：《辐射供暖供冷技术规程》
行业标准：《高密度聚乙烯外护管聚氨酯发泡预制直埋保温复合塑料管》
行业标准：《发泡水泥施工技术规程》

《宏岳》 栏目征稿

如果您也有想与人分享的快乐，无论是旅行的漂亮照片，自己写的一首诗，或者是画的一幅画，都请与我们联系，我们会择优刊登，稿酬从优。把您的精彩晒出来，让我们一起见证快乐。

电话：**0335-5910058**
邮箱：qhdsqb@hy-pipe.com

< 内部刊物 免费交流 >

01 > 宏岳集团助力恒大新能源汽车产业基地项目



近期，宏岳集团助力广州南沙恒大新能源汽车产业基地建设项目正式签约，将为基地建设输送 PE 波纹管、PPR 给水管、PVC 排水管等多种塑料管道产品，应用于基地的建筑给排水、室外排水等系统，为园区提供良好的用水环境，助力产业筑城、科技革新。

在国家大力发展高新技术产业的政策引导下，广州南沙新能源项目多点开花。为应对这一势头，近年来，宏岳也在不断用高新科技武装自身，持续引进自动化生产线，搭建智能化管理平台，构筑完善化物流网络，大大提升了生产及服务的质量与效率。同时，

全力开启线上采购服务平台、远程直播参观验厂等服务，从先进的信息科学技术出发，丰富用户合作体验。

宏岳产品本次助力恒大新能源汽车产业基地，昭示着我们的产品并不局限于传统商业地产。未来，在社会飞速发展的各个领域，无论是新农村建设中的给排水管道、5G 时代的电力通信管道，还是海绵城市所需的市政管网管道，宏岳都将发挥自身实力，用全面、先进、可靠的产品贡献自己的力量。

◇市场部 杨宗朋



02 > 宏岳集团管理体系年度审核顺利通过



2019年7月16日-7月18日，宏岳公司 QES 体系年度监督审核工作如期开展。公司高管、部门负责人及内审员参加了首次会议，审核组长代表审核组宣布了审核目的、依据、原则、程序及做法等审核事项，公司总经理要求各部门本着发现问题、解决问题、持续改进管理体系的态度，全力配合接受审核组的检查。

在历时三天的审核中，审核组通过抽查工作记录、检验报告、现场察看、提问等审核方式分别对公司各

职能部门及分厂进行了全面审核，并进行大量客观证据的收集和查证。

在末次会议上，审核组对我公司“三体系”运行的有效性给予肯定，一致认为公司三体系管理是充分、适宜、有效的，能确保管理方针和目标的实现，出具了推荐我公司通过本次“三体系”认证审核的意见。审核组同时对我公司生产工艺流程、生产运行自检 / 巡检 / 质检记录等规范提出了合理改善意见。

◇人力行政部 丁百弟



03 > 防疫监督常态化，确保生产安全



面对新冠疫情，“宏岳人”并没有在疫情严峻时退缩，也没有在控制稳定时松懈。集团“防疫指挥部”时刻督促安全生产，以实现员工零感染、零疑似的预期目标。

疫情爆发以来，人力行政部组织开展公司全面防疫消杀、建立隔离室、建立班车 / 入厂体温监测点、食堂 / 宿舍的消杀及分餐制安排等工作。排查员工行程路线，每天统计公司员工身体状况等信息，积极响应政府防疫部门工作要求，良性互动。保洁人员防疫

期间每天多次对厂区消杀工作，安保人员严格执行入厂人员测温登记及提送货车辆消杀工作，食堂人员每天4餐分发盒饭，以上措施均有效保障员工及时返岗到岗，员工放心、舒心的工作，为客户提供优质产品和服务。

疫情尚未彻底结束，需要全体员工共同努力，将各项防疫工作继续做到位，以取得抗击疫情的最后胜利！

◇人力行政部 崔彦丽

04 > 管材管件车间开展放高温中暑应急演练



为提高一线员工安全生产意识，牢固树立“安全第一、预防为主、综合治理”思路，2020年7月17日，人力行政部对下级管件分厂组织开展放高温中暑应急演练，通过演练大大提高了员工应急救治能力。

通过演练各职能小组配合默契、协作有力、全力投入，救援过程十分逼真，提升了现场作业人员对中暑突发事件的处置能力，检验了大家对中暑状况的判断和现场应急的处置能力及现场报警、抢救常识的掌握，加强了员工的防暑安全意识，演练达到预期效果。

◇人力行政部 王鹏

05 > 宏岳 1+ 鄂尔多斯水电技师交流会圆满落幕



6月底，宏岳1+鄂尔多斯服务中心水电技师交流大会在万兴隆大酒店召开，来自鄂尔多斯的80余名水电技师参加了本次会议。

关键词 1：形势

会议伊始，宏岳1+鄂尔多斯服务中心总经理在向与会者致辞中，除了欢迎与感谢，更多地分享了水电安装行业发展趋势。“今年受到疫情影响，各行各业都受到打击，这是不可避免的。但我们水电行业是社会刚需，是疫情过后最容易缓过来的一批行业，只要大家坚持，我们也会最先看到曙光。”

他认为虽然大环境低迷，但就前两季度市场恢复情况来看，2020年度水电安装需求将进一步提升。这一观点为与会嘉宾打上了一支强心剂，而一组组硬核的数据则提供了“铁证”，获得大家一致认同。

关键词 2：创新

更好地应对形势需要更强大的产品支撑，宏岳1+东北区域经理将1+产品技术及应用知识带到现场，并着重介绍了PE-Xa快易给水系统的优势特点及施工工艺，现场通过实物实例，充分地展示了宏岳1+产品的技术先进性和质量可靠性，尤其是PE-Xa管路便捷的连接方式和安全的产品性能，引起了现场嘉宾的高度关注。

关键词 3：未来

宏岳1+服务中心用行动充分诠释了宏岳1+的理念，将优秀的工程师们拧成一股绳，为业主提供更安全、更舒适的水电家居系统不断前行，为居者构筑健康安全家居生活，为中国家装贡献自己应有的力量，直面手可及的未来。
◇市场部 杨宗朋



国内塑料加工业 2020 年前 5 月概况

近日，国家统计局发布 2020 年 1-5 月我国塑料加工业经济运行数据显示，在年初受新冠肺炎疫情严重冲击，行业主要指标出现负增长后，降幅逐月收窄，生产经营正有序恢复，单月产量同比增长，规模持续增大，累计利润实现正增长，营业收入利润率同比显著提高，主要指标均呈回复性增长态势。

具体来看，单月产量同比大幅增长。1~5 月，我国塑料加工行业汇总统计企业累计完成产量 2755.4 万吨，同比下降 4.17%，与 1~4 月相比，降幅收窄 10.11 个百分点。从单月产量看，3 月即实现正增长，同比增长 6.12%；4 月同比增长 6.15%；5 月同比增长 5.74%。

累计利润实现正增长。1~5 月，我国塑料加工业累计利润 380.43 亿元，同比增长 11.99%，在轻工行业 18 个大类中排第 3 位，比轻工行业高 18.72 个百分点，比全国工业高 31.29 个百分点。其中，塑料薄膜制造累计利润同比增长率高达 37.82%。营业收入利润率为 5.71%，比上年同期提高 0.89 个百分点，高于全国工业 0.71 个百分点。

规模持续增大，效益占比提高。截至 2020 年 5 月末，我国塑料加工业规模以上企业数达 16308 家，比 2019 年 5 月末增加 878 家，比 2019 年末 15835 增加 473 家。累计利润占全国比例为 2.06%，比去年同期提高 0.58 个百分点；占轻工业比例为 9.17%，比去年同期提高 1.72 个百分点。

累计出口额降幅进一步收窄。根据海关总署统计数据，1~5 月，我国塑料制品累计出口额 278.78 亿美元，同比下降 2.7%，与 1~4 月相比，降幅收窄 1.43 个百分点。

今年前 5 月累计利润实现正增长，这也跟 2019 年塑料加工业的转型升级有着不可估量的关联；2019 年，塑料加工业结构调整取得新成效、行业集中度也得到了进一步提升。

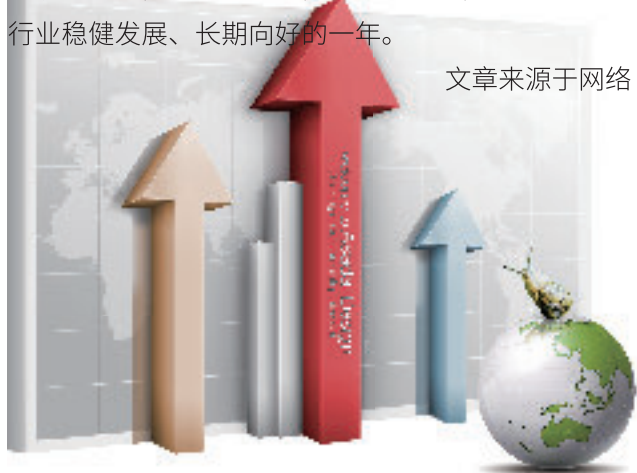
2019 年，塑料加工业淘汰落后产能、加快产品转型升级工作取得了明显成效。行业大力实施三品战略等措施，逐渐向高端化、品牌化、绿色化转型。如：电池隔膜行业扩大高端产品产能；塑料配线器材行业

加快五大通用塑料高端专用料的开发利用，加快改性复合塑料、特种工程塑料、合金材料的产业化；塑料助剂行业企业进行产品结构调整；滚塑行业企业首次推出尼龙滚塑材料，取代进口，在工程机械油箱等领域得到应用；高端聚酯薄膜国内部分产品已可替代进口，进口数量进一步减少；人造革合成革加速淘汰落后产能，以水性聚氨酯等环保材料生产生态型合成革产量增加；科技型创新产品比重持续加大，进一步推进了塑料工业结构调整与转型升级。

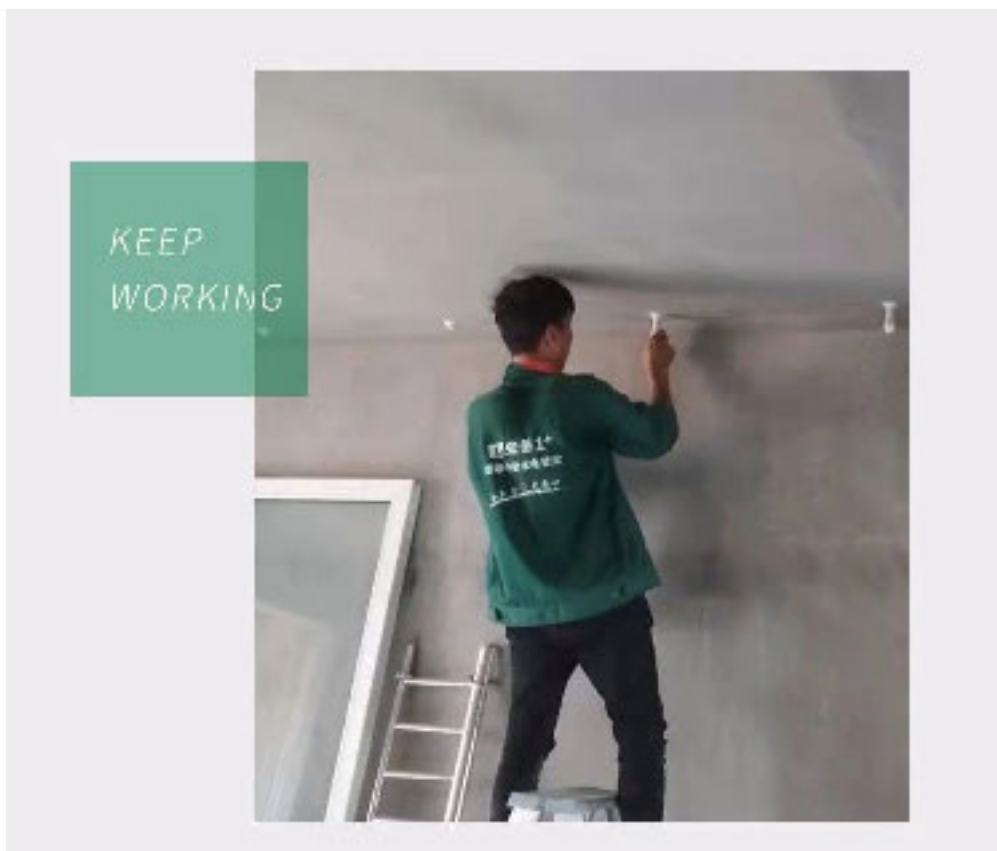
此外，塑料加工行业规模以上企业数量稳步增长，2019 年末规上企业达 15835 家，比上年末增加了 264 家，增长率为 1.7%。塑料加工行业内规模较大、总体质量较好的行业龙头企业发展步伐加快，数量增加，其相应的市场综合竞争能力也逐步提升；规模小、技术水平低的企业发展则出现了困难，有部分停产或转产。订单越来越向实力雄厚、管理规范、质量优异的大企业转移，行业继续呈现出强者愈强，弱者愈弱的趋势。资源配置也向优势企业倾斜，进一步推进产业结构优化。

新冠肺炎疫情发生后，我国塑料加工业响应党和政府号召，迅速组织生产疫情紧缺物资，驰援定点医院，积极捐钱捐物，为全国抗击疫情做出贡献。在做好科学防护的前提下，迅速有序复工复产，抓住市场深刻变革带来的机遇，充分利用政策支持，全面推进生产经营活动，成绩亮眼，为经济健康稳定发展做出了贡献。新冠肺炎疫情带来的影响是阶段性的，随着环境的好转，政策的拉动，市场的恢复，2020 年将是行业稳健发展、长期向好的一年。

文章来源于网络



我们都是 1+ 事业追梦人



对于我们一线销售人员而言，仪容、仪表的大方、端庄，对客户尊重，是对客户最基本的服务；想客户之所想，急客户之所急，解客户之所惑，供客户之所需则是更高级别的服务。

我们在对客户服务过程中，我们的一言一行都要符合相应岗位的规范与要求，以协调适宜的语言和行动主动服务，让客户感到专业与舒适，是我们最基本的职业风范。而接下来，提供优质的产品，快捷的供货，安全的物流，周到的售后，则能将客户牢牢把握住。

服务无止境，接待无小事。我们在工作中要努力提高我们的服务意识和服从意识，要增加我们的服务意识和服务意识。首先要有一个积极、健康的服务态度。曾经担任中国足球队教练的米卢说过一句名言：“态度决定一切”。恐怕只有为数不多的员工能够理解这句话的真谛。

服务意识的提高除了有积极、健康的态度以外，还应该从管理制度上得到充分的保障。因此，提高服

务意识的前提是不断强化我们员工的服从意识，认识到员工服从意识的重要性。

我们在工作中的服务意识和我们的职业道德，是相辅相承、互相交叉，在工作中不能把某一项单独割裂开来，因此，我们在对客户服务中以尊重为前提，规范化的服务以及良好的操守。在竞争日益激烈，产品差异化日趋变小的形势下，提高企业员工的软性服务技能日益重要，是一项低投入、高回报的投资。

在这个“客户至上”的年代，有温度的服务总能深得人心。客户的满意，是我们前进的动力，以客户为中心，是我们始终如一的坚持，在客户满意的道路上，我们将前行不止，以专业的经验，高效的团队真诚的服务，源源不断地为客户创造价值。

千里之行，始于足下。只有我们先把服务做好了，才会有机会用心的做下一步工作，也才会把工作做的更好。

◇ 1+ 事业部 林卓

责任感是完成任务的基石

对于我们业务员来说，我们担负着将公司及营销中心的意图贯彻给每个客户，并起到协助和引导客户确保目标任务顺利达成的责任。当我们时刻保持着责任意识，服务意识，工作当中就会认真负责，做到最好，毫不吝啬地投入自己的精力和热情，这样我们就会从工作中学习到更多的知识，积累更多的经验，就能从全身心投入工作过程中找到快乐。渐渐地就会为我们的工作成就感到满足。为我们能成为宏岳集团的发展贡献自己的一份力量感到自豪，工作自然而然的就变成很有意义的事，也是成为实现梦想的方式。

宏岳集团给予我们每个业务员培训学习提高的机会，教会了我们认真，负责，效率，创新，学习这些永远不可或缺的工作品质，在这众多的品质当中，责任感给了我最多的启示。提高工作效率，增强责任感，增强服务意识是完成任务的基石，有了责任意识，我们的工作就有了主动性。作为宏岳集团的一员，在我进入集团的那一刻起，就应该把宏岳当成自己的家，把工作当成自己的事，当成“天职”。

责任感是简单无价的，责任感让我们在工作中表现得更加卓越。如果你的工作还不够优秀，如果你还

没有发挥出个人最高水平，就表示你需要更强烈的责任感，对此，有人曾提出这样的建议：当一个箭没有射中靶心时，它会转身反省自己的失误所在，没有命中目标，不是目标的过失。如果你想提高自己的命中率，就应从改善自己的责任心入手。

我们不需要惊天动地的壮举，更不需要语惊四座的豪言，始终保持责任感把经销商的每件事付诸实际行动，就会受到广大经销商的称赞和认可，我们的任务就一定能够完成。

◇区域事业部 安礼兵



服务，让企业立于不败之地

现在的塑胶管道市场竞争越来越激烈，在市场趋于白热化，产品趋于同质化，品牌差异不明显的当下，服务越来越多的被企业所关注，放在了重要位置上，已经成为提升销量和利润的法宝。客户也愿意和服务好、售后优的企业合作，甚至愿意为此承担更高价格，为的是安心，省心，舒心。服务同时也成为提现品牌价值的重要一环。能为企业产品增值，品牌形象加分，及利润提升产生飞跃的增长。

客户服务对于公司市政部而言更是重点需要加强的。市政工程销售，在更多的时候是一种人的销售，服务的销售，体系的销售。比如在品牌，在产品上，宏岳与联塑，中财，伟星等龙头企业各有所长；价格上又不能同那些良莠不齐的小品牌做价格战而牺牲质

量。如何体现我们的优势？就是服务。以客户为中心的服务，为客户多考虑一点的服务，为客户多做一点的服务。

当客户有困难时，不管是产品、项目、流程还是工程，我们要及时出现，为他们细心分析，耐心讲解，多联系勤沟通，一起努力解决。让客户知道我们就在他身边，我们能帮助他排忧解难，才能体现我们与别家的不同，客户和我们的合作才会更安心。

服务让品牌更具有鲜明的特点，让企业在行业中更富有竞争力，只有带给客户足够的信任感和安全感，才能令企业立于不败之地。

◇市政事业部 李颖

提高客户服务的满意度



客户是检测中心生存的基础，追求客户满意是检测中心建立和实施质量管理体系的目标。检测中心的生存和发展，取决于客户对其的需要，没有客户或不能满足客户的要求检测中心就不能生存的。我们检测中心只有理解和把握客户当前的需求，为客户提供满意的产品和服务，才能够生存；只有收集和了解客户对产品的未来的、潜在的需求，为其提供超值的、真正满意的服务，才能够发展。下面就检测中心怎样才能做好客户服务工作，谈一下自己的看法：

(1) 明确自己的客户群体

对检测中心来说，客户就是服务的需求者，即被测物品的供方和需方。因此检测中心要清楚自己的客户群体，随时关注客户群体的变化和客户的需求期望方面的变化，及时调整自己的策略，以取得客户的信任。

(2) 识别客户的要求

客户对产品或服务的要求是多层次、多方面、多角度的，不同的客户有不同的需求层次和对产品的不同需求。当一个要求得到满足并习以为常后，客户通常会提出更高的要求。所以检测中心要采取各种不同的方法识别和满足不同客户的要求，时刻关注客户需求方面的动向，了解客户潜在的需求和期望，努力做一些超越客户期望的工作，培养更多客户的忠诚感，为检测中心的长期发展打下基础。

(3) 与客户沟通，增进相互了解

检测中心应充分认识与客户沟通的重要性，采取多种形式积极、主动、有效地与客户进行沟通与合作，通过沟通与合作可以增进与客户的相互了解，比较全面、深入地正确理解客户的需求。另外，在管理和技术方面给客户提出建议和指导以及根据检测结果得出的意见和解释，使客户感受到服务的价值，充分理解所提供服务的内涵；通过沟通与合作可以及时了解客户的意见，对检测中心改进质量管理体系和工作质量，改善对客户的服务都大有帮助。

(4) 关注客户满意度，并进行收集、分析和利用

客户满意是客户对其要求以被满足的程度的感受，①要考虑客户可能有哪些事前的期望，这些期望是否能够满足；②要采取多种方式如：抽样调查问卷调查走访客户、投诉接待等收集客户满意方面的信息，并努力做到收集的信息准确、真实、客观、全面、有代表性；③对收集到的资料进行整理和分析，确定客户满意程度的变化趋势，得到体系不断完善和改进的有效性方面的信息；④利用客户满意度的分析结果，找出差距和不足以及目前存在的主要问题，制定纠正措施和预防措施，寻求改进的机会。

总之，检测中心要树立正确的客户服务理念，不断提高客户服务质量，加强和客户沟通，提高客户满意度，不断改变经营策略，为客户提供富有成效的优质服务。

◇ 工艺品质部 王蕾蕾

如何做好客户服务工作



服务是一种人与人交流的方式，其目的是满足客户需求，创造符合客户期望的美好生活。优质服务必须以客户需求为导向，不断调整服务内容，满足客户的期望，让客户对服务产生认同，从而继续支持和购买企业的产品及提供的服务内容。以客户需求为导向的优质服务模式，通过对客户需求进行科学分析，构筑以客户需求为导向的服务工作系统和工作过程，形成核心竞争力；同时，根据客户需求变化，契合企业使命和愿景，不断完善工作系统，持续改进工作过程，打造精品服务，铸就企业品牌。

客户服务是企业核心竞争力所在，其关键过程必须由企业直接掌控，以确保核心竞争力不断提升。过程实施与改进是服务模式重要的环节，关系到服务战略目标实现、客户需求满足和服务质量提高。以客户需求为导向，从企业价值链分析、组织构建入手，按照“全面覆盖、分类合理、层次分明、逻辑清晰”的原则，选择系统化分析工具设计和创新工作过程。在设计过程中，应充分考虑战略目标、客户需求、成本控制、时间周期等因素，以“质量、效率、成本”作为关键评价指标，实现卓越服务管理绩效。

对于我们地产事业部的服务代表，是公司直接面对地产项目现场客户的部门，要想做好服务工作，首先要做好以下几点工作：

1、理解我们的企业、理解我们的工作、理解我们的客户、理解我们自己。

做客户服务工作，对我们而言，最重要的是上面的四个理解。理解我们的企业，了解公司的发展方向、

长期目标以及短期目标，配合公司的各种目标来开展我们的工作；理解我们的工作，我们的工作是为我们所有的地产客户提供服务，我们的工作是一项长期的、系统的、有意义的工作；理解我们的客户，我们将要面对的是各种各样的客户，这对我们部门每位服务代表都是一个考验；理解我们自己，做好自己的定位，向着自己的理想、目标前进。

2、态度和理念。

无论是公司还是个人，在对待服务的态度和理念上，都应该有明确的观点。对待客户服务这项工作上的态度是以客户为导向的，是以客户为中心的。我们做为员工，也应该将公司的服务理念落到实处，于细微处体现公司的理念，给客户留下深刻的记忆。

3、沟通技巧。

关于这一点，我们部门很多同事都谈到过这一点，“沟通”对于我们做客户服务工作的人员来说，是相当重要的；在和客户的沟通中，把握两个原则：一个是少说多听，多倾听客户诉说，对于客户的一些建议表示认同，对模棱两可的地方进行重复，以确定客户的问题，然后对客户的诉说的内容进行归纳整理，理出客户的问题所在或需求；二是要学会拒绝，对极个别客户一些无理的要求要给予坚决拒绝，以免给公司的经营带来不必要的损失。对于无理的要求，如果不在最开始阶段给予拒绝，而是将问题留到上一级处理，无非是给客户暗示，“在我这里不能得到解决，到了上一级则可以”，而不论最后是否能给客户处理好，客户肯定都是不会满意的。此外，对于我们来说，沟



通还包括同现场沟通、同客服沟通、同部门沟通等等。

4、平息客户抱怨。

客户抱怨是难免的。我们如何在现有资源情况下，平息顾客抱怨是很重要的。每个客户抱怨时都不会仅仅是为了抱怨，他们都会有期望，准确了解到客户真实的想法，并以合适的方式解决顾客抱怨，得到客户的谅解以及支持。

5、分清最重要的和最紧迫的问题。

我们每天都会碰到很多问题，都会接到很多电话，这是我们工作的一部分。在这些问题中，有些可能很重要，而另一些可能很紧迫，我们如何合理地调配公司客服和物控部资源，首先解决那些最紧迫又最重要的工作，然后是最紧迫的。分清主次，分辨轻重，这往往容易被我们忽略。

所以要想与客户建立真诚长期的互惠互信合作关系，还需要做好以下几点工作：

第一：要树立“客户为先”、“客户就是上帝”的服务意识，心想客户所要的，急客户之所急。

第二：端正心态，克服“客户不理睬我多没面子”、“服务低贱”等心理障碍，要热情、主动、用心与客户接近。

第三：要有积极沟通的行动，主动、有效地与客户沟通，逐渐拉近距离，增加感情投资，就能更好地知道客户需要什么，在想什么，与我们的服务和管理有什么关联？我们该怎么办？注重满足客户合理需求，以此建立稳固、牢靠和长期的双赢关系。

第四：要有知了就做的劲头，一旦了解到客户的

需要，只要是合理的，同时正确引导客户。我们现在能做什么？做到什么程度？突出我们与竞争对手产品的差异及优势特点在哪里？尽量告诉客户，让客户接受我们的品牌，只要是我们可以做到的，就要立即行动，不要停留在口头上，让客户感觉到我们的服务是及时、认真、负责和细致的。

第五：要学会识别和了解客户的需求。在沟通的基础上，我们要实行换位思考。把自己换位到客户的立场上，我们就会知道客户是怎么想的，有什么最切实的需要。根据客户需求不同，选择相应服务方式。

第六：要学会洞悉客户需求的发展，随机应变。我们知道了客户的需求，但是还需要洞悉需求的发展，因为需求也是不断发展的。现在的市场经济在迅猛的发展，同时也带来的更多服务产业以及各种服务的变革，不管是无形的或者是有形的服务，都要求我们顺应时代的变迁，给客户提供的只有更好的服务！服务需要制度化但同时也需要变通。如果说以前的服务是两个水桶的水，那么现在的服务则已经被扩展为一个游泳池的水，那么从水桶到游泳池我们不能永远只带着水桶去见客户，因为客户的需求也在改变，而且是多样的。

总而言之，我们需要给客户优质的服务，要注意细节。不管你处于哪个岗位，都要知道在工作中“没有最好的服务，只有更好的服务”这个理念，这样我们才能为客户提供“客户需求的服务”。

◇地产事业部 陈平

心系客户做好宏岳



服务从细节做起 细节决定成败

对于客户，既然是企业生命的关键，应如何妥善运作和适当应对？孙子兵法说：“上兵伐谋，其次伐交，再其次伐兵，最下攻城。”也就是说，首先要具有优良的观念和心态，采取正确有效的策略，其次要创造及维持良好的客户关系，推动各种杰出有效的计划和制度，以最优质和零缺陷的产品提供给客户，想客户之所想，急客户之所急。

要让客户满意，我们首先要充分了解客户需求，由此而在生产、品质和管理诸方面采取务实的措施，包括计划、制度、操作程序等，全面彻底地去推动。做到让客户满意，必能使许多挑剔情势无从发生。彻底了解客户的需求和期望；客户不满意，需求不满足，或有更高的需求和期望，才会挑剔和抱怨，甚至投诉。公司应针对产品的生产、品质、原料、包装，以及售前、售中、售后服务等，运用各种方法，调查及了解客户的需求和所要求的期望。为使了解更彻底，我们还要换位思考，站在客户的角度，不断要求自己，不断挑剔自己，并把自我要求和挑剔的每一点，都彻底充分的做到。

彻底做好技术、生产、品管及服务工作。客户的要求和期望，主要是针对产品的价格、品质和交期，以及服务的品质、效率和态度。公司内的每一个单位，以及每一单位的上下各层级人员，都要全体总动员，彻底做好每一个岗位的工作，并按照计划和制度的安排，彼此主动互相配合和支持。全体总动员做好产品和服务，如果发生异常、问题、困难和应改善点，则

应立即改善解决，总结和检讨。

与客户维持良好的关系。所谓管理，并非管人理事，而是事理人。将产品与服务管好，再加上调理好客户关系，就能做好客户管理，抱怨挑剔投诉之事也必大为减少。调理客户关系，包括建立关系、维护关系和运用关系，都须用心认真做好。运用的方法，包括充分的沟通协调、做好产品和服务、建立交情、运用交际及为客户创造利益等。做生意先交朋友，做生意同时交朋友，是朋友就不会太挑剔，更不会投诉。

妥善处理客户异常。公司的产品和服务做得再好，总会有疏漏不良之处。让最挑剔的客户满意，可将之转变为忠实客户，客户还会不断的介绍客户。妥善处理客户的挑剔，站在客户的立场看问题。面对客户的挑剔和投诉，首先不是防卫、排斥和拒绝，而是虚心倾听，冷静客观的研究分析客户挑剔的观点。研究分析时，还要站在客户的立场，就客观的事实和主观的感觉和情绪，去了解客户为何挑剔。在面对最挑剔客户时，尤须如此。面对时，先以了解和歉意认同客户的感受，就事实加以沟通讨论。客户挑剔之点，如果是应改进的事实，应提出改善、解决及补救之道；如果非事实，应做充分沟通说明。

仓库作为一个收发存的部门，亦是公司重要部门，平时除了保管好公司产品，更为艰苦的是发货工作，虽然没直接面对客户，但每天都在配合销售部门做好为客户发货的工作，正因为这样，装车期间或多或少遇到各种问题，比如车况不好，管材刮伤、变形等等，

服务意识—卓越人生的基石

在市场争夺趋于白热化的阶段，“服务”已经成为企业核心竞争力之一。客户服务工作的好与坏代表着一个企业的文化修养、整体形象和综合素质；能否赢得价值客户，不仅要看企业的产品质量，产品标准，产品价格等方面，客户服务也是一个关键环节。

首先，需在思想上提高认识，发挥意识的能动作用。服务意识有强烈与淡漠之分，有主动与被动之分。认识程度不同影响着服务水平的发挥。只有提高了认识，才可能有更好地服务客户。“勿以恶小而为之，勿以善小而不为。”服务，看起来是小作为，但是时常会影响大局面。激发服务过程中的主观能动性，才能做好服务工作。

其次，对客户保持热情和友好的态度。良好的沟通与客户建立互相信任的关系是提供良好的客户服务的关键。在与客户的沟通中，对客户保持热情和友好的态度是非常重要的。客户需要与我们交流，当客户致电投诉或反映问题时，是希望得到重视，得到帮助。我们要设身处地为客户设想，体会客户的感受，重要的是在沟通当中要始终保持冷静和热情友好的服务态度。

最后，学无止境，善于取经。要提高服务水平，不能固步自封，原地踏步。同其他所有行业一样，服务意识、服务水平的提高需要学习和探索。只有服务

意识到位，才能有超前意识。

总之，客服的服务意识是要逐步培养的，而恰恰是一句“您好”，一句“再见”，甚至于更微小的细节，无不体现着我们的服务水平。我们面对客户的微笑不应是“职业性”的，而是发自内心的，是与人友善，为他人服务的真情流露。只有提高了个人的服务意识，服务水平才能真正得到提高，才能更好地服务于客户，我们的企业也才能在激烈的竞争中取得优势。

◇湖北宏岳 丁丹利



应为(接上页)

遇到好说话的客户倒没什么问题，但对于挑剔的客户而言，公司就会面临投诉的发生，面对客户投诉，作为发货的部门有不可推卸的责任，为了避免投诉，必须从装车防护下功夫。其次，装车效率也是一个问题，合理分配现有人员尽可能的缩短装车时间，改善装车效率，对客户而言，货物及时发出，对公司评价、信心也大大提高。

实践中，客户下单很多临时性，发货较急，为了服务好客户，只能采取临时加班装货来满足客户赶工期的需求；还有集中一天发货较多的情况都会难以避免的，就采取连班装车，再晚也尽量把发货工作完成，

从中存在问题及时与销售人员进行沟通，向客户反馈问题，比较明显的是客户下的单装不完，或许司机不愿意装太高等等，通知沟通达到客户满意的结果；合理调整人员的休息时间来配合销售与客户之间的交货顺利进行。同时，客户收到货向公司销售人员反馈意见也是难免的，我们是站在服务的岗位上，虚心听取客户意见，客户至上，服务到位，这是我们做事应有的态度。

一个人的能力是有限的，带领好一个团队就是走向成功的第一步。服务客户，从我做起，齐心协力，宏岳的未来一定会更好。

◇广东宏岳 冯锐康

金牌服务决胜未来



我们生活在服务经济时代，每个人都在享受他人的服务，同时也为他人提供服务。如何树立服务品牌？如何更好地服务客户？值得我们去思考。

一、从“危机意识”中看客户服务

海尔张瑞敏：“永远战战兢兢，永远如履薄冰！”

联想柳传志：“我们一直在设立一个机制，让我们的经营者不打盹。你一打盹，对手的机会就来了！”

华为任正非：“华为总会有冬天，准备好棉衣，比不准备好。”

微软比尔·盖茨：“我们离破产永远只有十八个月！”

戴尔电脑迈克尔·戴尔：“我有的时候半夜会醒，一想起事情就害怕。但如果不这样的话，那么你就会很快就会被别人干掉。”

正是他们的危机意识，才使这些企业成为优秀的公司。

科学家做过这样一项实验：把一只青蛙放到盛满凉水的大锅里，然后，用小火慢慢加热，青蛙没有感到温度的慢慢升高，一直在水中欢快地游动。随着水温逐渐增高，青蛙的游动渐趋缓慢。等到温度升得很高时，青蛙已变得非常虚弱，无力挣扎，慢慢地被煮死。

第二次科学家把一只青蛙放到盛满开水的大锅里。这只青蛙一入水，便立刻感觉到环境的变化，迅速挣扎，蹦跃出水，虽受轻伤，却避免了被煮死的命运。

两只青蛙不同的命运告诉我们：在时刻变动的环境中，能够生存的不是最聪明的，也不是最强壮的，而是最灵活的。企业是否能够面对市场的变化并在变

化下生存变得非常重要。

二、客户服务工作新角色定位

绝大多数企业都在公司的战略规划中强调客户服务工作的重要性，如何提高服务质量、增加服务项目就成为客户服务管理人员面临的新的挑战。那么，客户服务部该有什么样的定位呢？

第一种角色：以客户为导向的全方位助理

我们所进行的客户服务工作，是一个面向客户的服务闭环。在业务流程设定的过程中，我们应该以客户服务部的指令来进行流程运作，只有这样才能实现真正的“以客户为导向”的目标，才能让我们的服务成本有效降低。

第二种角色：企业内部的质量监督

质量监督是：产品质量、与客户有互动的岗位服务质量、内部管理质量的总体监督。只有全面推行质量管理，才能有效提高企业在客户心目中的信誉与品牌价值。我们都听说过摩托罗拉公司、通用公司和海尔集体引用的六西格玛质量管理法，它不仅是一种质量控制的方法，同时它强调在各个岗位、各个环节中的持续改进，说明服务质量其实更应该挖掘、提升它背后的其他环节的质量管理，这样才能体现我们所提到的服务质量。所以，在这项工作中，客户服务部应该承担企业内部全面质量管理监督的角色。

第三种角色：企业文化形象代言人

好的企业文化会直接通过内部员工传递给所有客户，包括企业中的你自己！

在为客户提供服务的时候，我们无法时时刻刻都

客户至上 服务为先



在社会经济迅猛发展的时代，企业发展有着非常多的机会，而要想在市场中站稳，就必须了解市场，了解客户需求，谁获得了客户谁就获得了市场，企业就有发展的机会，因此提高客户服务质量是一项非常重要的工作。

如何做好服务，要从以下几方面实施：

首先提供优质的产品是对客户最好的服务，一个企业只有不断地提升产品质量，让客户在使用中不出现因质量问题所带来的困扰，不因质量问题造成客户利益的

损失，这样客户才能从心底真正的认可我们的产品。

其次服务质量的优劣取决于是否积极主动的为客户提供服务，我们要热忱对待客户，以客户为中心。而在实际工作中，我们总是习惯在客户打来咨询电话或产品发生事故时才提供服务。由于售后人员的技术水平强弱不同，对客户的服务满意度也不一样，很可能造成客户的流失。因此我们只有积极主动的为客户提供服务，在服务工作中掌握主动，第一时间掌握客户的需求及产品的使用情况，认真记录产品的问题并完善地解决。客户感到亲人般的温暖，才能成为事业上的好伙伴。

再次提升服务质量需要企业全员参与，服务质量的提升不是单一部门的责任，他需要公司各个部门协调一致，通力配合。现实中存在部门之间的沟通不畅，造成对客户服务的低质量，甚至造成客户的投诉和抱怨，因此需要公司全员参与，做到“心往一处想，劲往一处使”。

最后提升服务质量需要公司制度与管理措施的配合，在制定制度时必须环环相扣，各部门互相监督，同时要有服务的时效性，超过服务时限要追究相关人员责任。

作为公司部品事业部的一员，我们将在严把产品质量关的前提下，积极开发新产品，积极配合处理售后相关事宜，以最短的时效、一流的客户满意度提升部门的客户服务。

◇部品事业部 吴伟涛

应为（接上页）

和员工一起面对客户，完全凭借员工平时在企业内部的经验积累和现场的发挥。如果企业在平时能够为员工提供更多更好的、有针对性的学习机会，相信员工在面对客户的时候，一定会发自内心全力服务好我们的客户，并且显示出承担责任以及帮助承担来自客户压力的信心。

我们看到了客户服务对于企业生存的重要性，做

广告通常能够在短时间内获取大量的客户，产生购买行为。但是客户服务不是短期的，而是长远的。良好的口碑会给企业带来更多的客户，而这种口碑不是广告做出来的，而是人与人之间、客户与客户之间信息的传递带来的。它可以使企业获利，这种获利是企业经营成本最低的一种方式，而重视客户服务则是在竞争中取胜的必然法则。

◇湖北宏岳 丁丹利

浅谈财务人员如何提高服务意识



管理学大师彼得·德鲁克说：“企业的宗旨就是创造客户，客户是唯一的效益中心。”可以说一个企业的价值高低不在于有多少厂房、土地等资产，而在于其拥有多少客户，客户构成了企业生存的根基。在互联网时代的今天，越来越多的企业意识到客户对于企业构建新的竞争能力的重要性，那么聚焦客户服务，就成为我们工作当中不可忽视一项工作。

说到客户服务，相信大家脑海中一闪立刻就联系到营销、配送，但很少有人会联系到财务工作中。也许有人会认为，财务仅仅是一个职能部门、服务好营销、配送，搞好后勤工作就可以了，与服务又有什么关系呢？殊不知，一切的经济业务都要经过财务部门，财务部门可以说是与外界业务单位联系的窗口。因此，作为财务部人员，我们要提高服务水平，树立“服务品牌”意识，即是一种积极主动为客户提供卓越服务的态度，同时为企业内部、外部提供高质量的服务。

服务其实是一种形象的树立，一种口碑的搏得。工作中，财务人员在日常工作中需要无时无刻为客户提供服务，因此要有一颗博大包容的心胸，坦然地面对服务中的各种误解；不是息事宁人式的宽容，而是一种良好素质的体现。无论何时何地，面对何人，我们都要始终保持真诚的态度、愉快的心情，用真心去感化对方，用真爱去赢得信任与支持！

首先，要立足本职，树立服务意识，积极主动服务

客户。财务人员必须树立正确的服务意识，顺应时代发展的步伐。我们可以把客户当成朋友、当成领导，急其所难，帮其所需。端正工作态度，工作态度决定一切。平时工作中不能感情用事，要冷静的思维，要时刻提醒自己的工作原则，处理任何事情的时候为企业着想，从企业的利益出发，以“两个至上”为价值观，以一颗感恩的心来看世界、看生活、看世事。这样才能让服务意识开花结果，从而提升整体服务质量。

其次，提高专业水平，加强自身素质建设。有了服务意识，有了服务行为，没有高水平的服务，仍然不能提供高质量的服务。高水平的服务来自于高水平的业务知识，来自于娴熟的业务处理能力。同时，具备了专业素质，还需要了解业务活动，熟悉业务流程，熟悉业务活动全貌，才能真正了解业务部门的需求，才能针对不同的需求提供优质及时的服务，提高服务水平，促进业务的拓展。只有掌握好专业知识，提高自身的素质，才能更好的为客户服务、为企业服务。

再次，加强专业判断，正确处理财务监督的原则性和财务服务的灵活性的关系。所谓财务监督的原则性是我们严格执行财务制度，执行财务纪律，维护企业利益，这是原则性，我们不能违背，否则就要犯错误，企业利益就会遭受损失。所谓财务服务的灵活性，就是在提供财务服务时，对照财务制度，加强专业判断，充分把握事件的实质。提高服务意识。只有服务水平提高了，才能得到大家对财务工作的认可，单位良好的形象才能得到维护。无论是对内还是对外业务办理过程中，都要热心耐心地对待每一位办事人员，并做到快速、仔细、保质、保量地处理每一笔业务。

市场竞争激烈、企业不断发展、经营模式不断创新对财务工作提出了更高的要求，要求财务人员更新观念及提供增进服务效果高效的服务。作为财务人，我们需要广泛、灵活、有洞见的学习体验，需要广博、宽泛的通识教育，同时要有更广、更深、更创新，具备洞察和解决“未知的问题”的能力，为企业守护和创造价值，也许这才是未来财务工作令人激动的魅力所在。

◇财务部 康海燕

服务才是未来



质量是一个企业的生命，质量是企业树立品牌的前提，质量是企业效益的源泉，但是我们公司在把质量关的同时，还要注重服务，要为客户做好服务。过去，塑胶行业的价值创造主要集中在产品层面。人们通过购买产品，一方面满足了客户对产品的需求，另一方面也同时增加了我公司的经济利润。唯有增强服务意识，才可以为企业产品实现飞跃式增值。

作为财务部门，我们接触客户的机会比较少。我们可以把同事当做客户，树立服务客户的意识。有了强烈的服务意识，才会在日常财务工作中更好的服务于同事。比如：在遇到其他部门同事报销，我们要耐心的捋发票，算发票金额，看发票信息是否正确，如果出现错误，我们要告诉同事需要如何改正。因为财务工作比较注重原则性，我们在考虑税筹、公司资金等方面的同时，更大程度的方便其他部门的同事工作。

树立服务意识，做好服务行为，为企业的内部、外部提供高质量的服务。我理解的服务是对工作对象要态度热情，准确及时、服务周到、耐心细致等。

作为一名信贷会计，我的工作就是为企业融资，

服务于企业资金流，增加企业的流动资金，为企业的发展注入资金支持。在做信贷融资方面的工作时，需要接触银行，我要更好的服务于其他银行，服务于贷款融资业务，尽最大力量为公司获得最大的资金流引入。

为了更好地服务企业，我们应该加强学习，进一步提高自身素质。一、通过对财务工作制度、信贷业务知识、相关政策的学习，增强分析问题、解决问题的能力。二、努力提高自己的整体素质，努力学习，多看书，多学习，多总结。三、多关注相关行业政策，努力拓展新的融资渠道。

工作是个人成长之基、事业进步之源。作为一名员工，要正视自己的工作角色，找准自己的位置。我会把工作当成事业去干，之前听领导常说，八小时以内干的是工作，八小时以外干的是事业。如果要想要更好的服务企业，就应该用更多的时间和经历去努力工作学习，提升自己，做到享受工作带来的乐趣，最后让工作成为自己的事业。

◇财务部 李际阳

你会到非洲看我吗？

——记“威海国际”非洲员工们的心声

我有一些关系亲近的客户好友，他们工作在遥远的异国他乡。我们常常在晚上微聊，聊千头万绪的工作、聊酸甜苦辣的生活，聊多姿多彩的人生。那语言跨越了两个大洲的千山与万水，那思绪激荡起两个文明的融汇和撞击。好友们都有一个共性，他们是长期工作在非洲的中国人，他们在多哥、加纳；他们在埃塞、莫桑；他们在安哥拉、刚果（金）……

几个朋友来自“威海国际”，他们现在或是曾经长期工作和生活 在非洲，我与他们缘起于工作，却从他们身上打开了一扇又一扇充满异域风情的知识之门，让我看到了不一样的风景，不一样的天地，不一样的人生。他们让我感知到祖国真的强大了，我们能建好身边富裕的“家园”，我们也可以共建一个美好的“世界”。

我和刘总认识三年多了，他曾在非洲工作了八年。那年五一节放假前，在最后一个工作日的上午 8 点 30 分，我和同事一起自驾车，驱车一夜行程近千公里来到了他的办公室。在递交标书文件的那一刻，刘总握着我的手高兴的说，“你们辛苦了，效率真高啊！本来是临时通知大家见个面，太仓促了，正赶上“五一节”车票又十分紧张，其他有困难到场的代表都改成电话会议了，你们还是及时赶来，真是很支持我们的工作。”我说，“宏岳的服务理念就是‘诚、信、实’，昨天傍晚，我放下电话就立刻动身出发，这就是‘真诚’，表达了我们企业合作的意愿；我答应准时到达会议现场，就一定会‘守信’到达；我们宏岳人和宏岳产品都永远‘实实在在’，永把质量放在第一位。”那一次，我们宏岳给客户公司领导们都留下了良好深刻的印象。

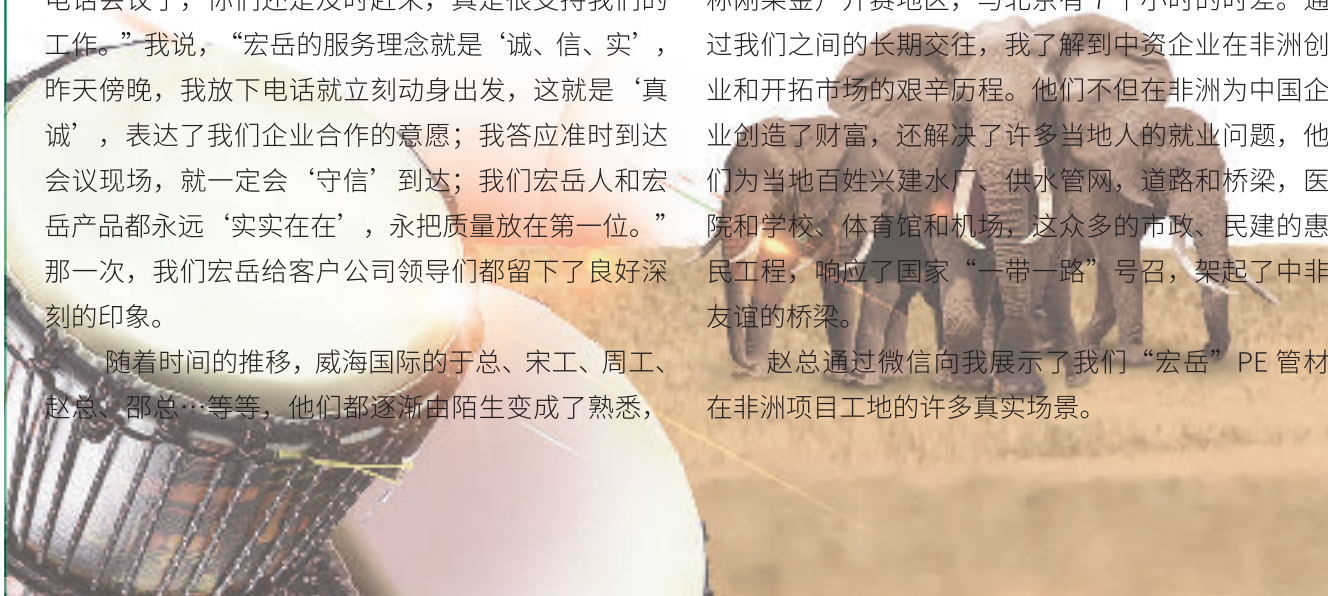
随着时间的推移，威海国际的于总、宋工、周工、赵总、邵总……等等，他们都逐渐由陌生变成了熟悉，

由普通朋友变成了合作中的亲密伙伴。大家交流的话题也由开始的产品应用、施工方法，扩展到了当地外籍员工的工作效率，所在国的政治环境、风土人情。这些新颖的话题，开拓了我的眼界，扩展了我的知识，提高了我开拓海外市场的综合素质和能力，受益多多。

客户非洲项目地的工程师们通常与欧洲监理和西方业主当地时间上午开会，下午工程师们则讨论一些施工方案和产品技术问题，这时候经常需要与主要设备、材料供应厂家交流一些产品技术问题。由于时差原因，此时在我们国内正好是晚上，于是我经常要在这个时间段随时“应战”，久而久之，我成了半个“夜猫子”，前半夜经常要与客户微聊业务。几个客户朋友起初常说一些抱歉一类的话，比如“哎呀，国内已经快晚上 11 点了吧？不好意思打扰您了，有个急事想咨询一下厂家，占用您个人时间了等等”。后来，通过我的真诚服务，客户们逐渐放松了下来，不再拘束，项目预算方案、施工进度变更、订单增补计划等等，业务工作衔接也愈发地自如和流畅。

赵总是“威海国际”在非洲的一个有 11 年经历的资深项目经理，他的项目地在刚果民主共和国（简称刚果金）开赛地区，与北京有 7 个小时的时差。通过我们之间的长期交往，我了解到中资企业在非洲创业和开拓市场的艰辛历程。他们不但在非洲为中国企业创造了财富，还解决了许多当地人的就业问题，他们为当地百姓兴建水厂、供水管网，道路和桥梁，医院和学校、体育馆和机场，这众多的市政、民建的惠民工程，响应了国家“一带一路”号召，架起了中非友谊的桥梁。

赵总通过微信向我展示了我们“宏岳”PE 管材在非洲项目工地的许多真实场景。



他介绍道，建设城镇乡村的供水管网是一个艰巨辛苦的工程。这些惠民工程的施工地点，常常道路条件差，没有现成的电力设施，水资源短缺，生活条件艰苦。



宏岳牌 PE 管材热熔连接，施工现场



威海国际员工与外籍雇员收获自种的菜豆和白菜

他们吸收了大量当地人作为施工和后勤人员，素质高的和能力强的还担当了基层管理人员。

面对艰苦的生活条件和施工环境，赵总带领的工程团队却充满了乐观主义精神，他们的后勤人员从国内带来各种粮食蔬菜种子，开荒种地，不但解决了施工队伍自身的后勤保障问题，还教会当地人发展种植业和勤劳致富。



当地雇员在施工



在刚果（金）看到了青岛啤酒广告

员工们进城里办事的时候，看到了家乡的啤酒——青岛啤酒时，那种对祖国家乡的思念之情油然而生。

赵总对我说“威海国际”的员工们远离祖国，奋战在遥远的非洲大陆，他们有的是刚毕业的莘莘学子，刚刚告别了大学校园来到了异国他乡创业成长，学习技能，拓展经历；他们有的是中年的父亲，告别年迈

的双亲和妻儿，肩负着中国企业海外开拓的使命，到了这片热土担当重任；他们有梦想、有激情，他们有开拓一片事业天地的志向，他们也有功成名就，衣锦还乡的憧憬。他们有着许许多多的心声……

我想，

- 那是无数青年人勇闯世界，实现自我价值的心声；
- 那是海外员工情系祖国，思念亲人的心声；
- 那是众多中国企业海外开拓发展的心声；
- 那是非洲的全体中国人传播中非友谊的心声！

◇海外项目部 冯海涛



聚焦客户服务，从我做起

在 2020 年刚刚过去的半年间，中国的经济应受疫情的影响受到了很大的冲击，2020 年上半年，中国经济的总值为 45.67 万亿元，按照同比下降 1.6%。相比于低迷的经济环境，宏岳集团上半年的销售却屡创佳绩，海外项目部更是已超额完成了百分之四十以上的年度任务，创造了历年以来的最佳销售战绩。

纵观全局，取得如此喜人战绩的原因，与在全公司、全生产销售体系内推进的“以客户为中心”的公司整体经营理念密不可分，公司的全体同仁本着“急客户所急，满足客户所需”的原则全心全意为客户服务。而研发部作为公司的核心部门更是发挥了极为重要的作用。

研发部在产品研发过程中，深入市场，挖掘客户的实际需求，以“聚焦客户体验，提升产品质量”作为产品的设计准则，多次参与营销中心的客户拜访和投标设计中，最大程度的听取客户的心声，对现有的产品不断的进行技术改进，使得现有产品的性能实现进一步的跃升；同时，对公司还未开发的产品进行调

研，在新产品的设计中融入客户的“金点子”，进一步提升新产品对客户需要的契合程度。

2020 年是宏岳集团吹响上市号角的关键一年，站在这样一个关键的时间节点上，研发部的全体同仁都在“向客户而生，为市场而战”的精神内核的指导下，为实现数十亿元乃至百亿元的销售目标贡献自己的力量。在 2020 年的上半年中，我们遇到过坎坷，但是在坎坷中我们仍然创造了辉煌。

在 2020 年的下半年中，研发部要进一步树立“我的客户是谁、我的客户需要什么、我为客户做什么、我还能为客户做什么”的市场思维和价值取向，在技术上为营销部门提供强而有力的支撑，在激烈的市场竞争中，开拓市场，实现虎口夺食，进一步扩大市场份额。

人人心中有客户、人人手上谋市场，我们相信一个彻底市场化、充分现代化、致力行业领先的新的宏岳塑胶集团正在向我们走来，并必将向我们走来！

◇研发部 王倩



服务客户，提升自己



转眼间，从事海外客服的工作已经两年多的时间了，每年成百上千万的货物经过我们部门发往世界各地。从一开始的懵懵懂懂，到现在对工作的满腔热忱，海外客服的工作给了我一颗追求完美的心。

海外客服工作主要分为最主要的工作板块，公司订单流程衔接和客户货物发运。虽然我们不直接对接客户，间接服务客服工作的最大特点：订单执行情况起着至关重要的作用，以及在最后集装箱发运安排以及报关单据都是客户能否正常清关并且顺利收到货物的关键一环。

服务放到企业中来讲，第一是服务决定一切：因为服务是企业的灵魂，服务的好与坏决定了企业的经济利益。这一切的核心都围绕着让客户满意。客户的满意就代表我们赢得经销商甚至消费者的心，我们以自己的诚心、精心、细心、热心、耐心的服务。得到客户的放心、称心、动心、舒心、欢心。为了达到这一切我们企业必须提高自身员工对于服务的培养以及

企业产品的提高，这样才能让客户更加满意。第二是团队的用心服务决定服务的力度：团队的精神的强大是对付客户的重要法宝，古时候愚公移走太行王屋二山。不单是他个人的坚持，还有他们整个团队的力量才使他们完成了移山。如果我们想要提高我们团队的服务心，就要合理设立团队目标要培养团员之间的互爱，互相尊重。还要培养团队协作精神，和多元文化团队的沟通。更重要的就是培养团员的创新能力，这样就能更好的了解客户的需求满足客户，从而我们企业也提高了自身的品牌价值。因为我们培养好了团队的精神，知道只有站在客户的立场上去行动才能赢的双赢的成就。

如果说，服务工作是一种很辛苦的职业，那就让我们投入到这种苦中去锻炼自己吧。玉不琢不成器，终有一天，你会发现，它已使我们变得更坚韧，让我们更宽容，更丰富，同时也更美丽。

◇海外客服部 田彬彬

浅谈提高外贸客户满意度的方法



在现代商业的激烈竞争环境之下，客户是一个企业的绝对支柱，得客户者得市场！尤其是当下国际疫情未得到彻底控制，海外市场经济状况和外贸出口形势面临很大挑战，提升新老客户的满意度对于维护和开发客户来说显得尤为重要。

国际市场中，建材产品的经营从业者都在同行业的圈子中活动，行业内主要品牌对彼此的供应商情况都比较清楚。一家客户对于其供应商的评价往往会带入到整个行业供应链的各个环节。从前期的业务接洽，过程中洽谈以及销售后服务中所体现的专业水平，都在影响客户对一个供应商的评价。与此供应商是否进行合作？是否会持续合作？服务是除了价格竞争外的最主要因素。

在交易过程中，商品的质量、订单要求完成度、物流的速度、货物交付过程的全流程控制、售后服务等方面影响买家满意度的主要因素。我们主要考虑从以下角度着手提升买家满意度，改善交易过程中客户的合作体验。

（一）、前期沟通中对于产品的描述尽可能的详尽。由于塑料管道产品的特殊性，我们收到的客户询

盘跟我们自身的产品的匹配度通常不会超过 60%，所以在与客户确认产品时，应该明确产品的执行标准，包装要求，价格条款，运输方式等细节，以免给客户造成不必要的误会，影响双方的业务进展。

（二）、快速及时的回复客户的询盘，掌握礼貌，简洁，清晰的原则。我们接触的客户遍布全球，业务人员不能因为客户来自于欠发达国家而对客户在言语上有所歧视。欠发达国家不代表没有开发价值，反而开发的潜力可能更大。此外还要了解客户所在国家和地区的风俗习惯，在商言商，应该注意哪些话题应该避免，哪些政治敏感事件不应提及。

（三）、遇到误会、争执时应维持良好沟通。即使已经关注了很多沟通细节，但是产生误会的可能性仍然存在，尤其是在卖方的业务人员或者买方的采购人员由于离职调岗等原因经过工作交接之后，良好的沟通对于避免发生误会显得更加重要。此外，同一个产品，在不同国家的称呼不尽相同，就好像我们通常所称呼的管箍，直通与直接，客户的称呼可能是 Coupler, Coupling, Nipple, Socket 等等。总之，耐心，专心与用心的专业态度可以使整个过程变得顺畅。

(四)、做好买家的物流体验。良好的物流体验包括发货速度、物流运送时间、货物完整与否、货运公司的服务及响应速度等重要内容。根据客户的订单数量将合适的物流方式推荐给客户，不仅体现了作为供应商的专业和责任心，也可以给客户和自己节省很多精力和成本。例如在邮寄样品的时候，同是UPS，UPS Worldwide Express Saver 注重速度，而UPS Worldwide Expedited 注重安全，再比如某些国家和地区，有专线快递（例如中东地区的 ARAMEX），会比DHL, TNT 等主流快递便宜很多，千万不要让客户觉得与他沟通的业务人员毫不熟悉其所在国家的物流状况。同时在货物发货后，及时告知客户物流状态，船公司和空运系统均会在其官网上列明运输状态。同时做好客户跟进，及时与客户联系确认货物的送达及反馈。

(五)、售后服务的提供及纠纷的处理。及时完美的结束一笔交易，后续跟进的优秀服务是让买家留下深刻印象及区别其他供应商的重要方式。首先，根据合同条款所承诺的售后服务一定要兑现，主动关心客户在订单收货后的销售情况，了解客户的进一步需求。其次要做好定期的客情维护。客户所在国家的各种节假日请定期送去祝福及问候。再次，当纠纷出现时，主动及时的沟通并努力消除误会，争取给出令客户满意的结果，以便不影响后续的进一步合作。

后疫情时代，我们所面临的竞争与挑战前所未有的。俗语说机遇属于有准备的人。而在外贸行业，机遇属于满足国际客户需求、紧跟海外市场发展，充分掌握国际商务游戏规则的人。

◇外贸事业部 李满秋

我们用中英文结合的词语解释作为今天结束语：

What is SERVICE 什么是“服务”

S: Smile for everyone 向每个人微笑

E: Excellence in everything you do 让自己成为本领域的专家

R: Reaching out to every customer with hospitality 态度友善亲切

V: Viewing every customer as special 为每个客户提供专属服务

I: Inviting your customer to return 争取回头客

C: Creating a warm atmosphere 创造温馨的沟通氛围

E: Eyes and soul contact that shows we care 用眼神和心灵传达关心



企业发展，人人有责任



受疫情影响的大环境下，许多客户订单取消，越来越多的企业举步维艰。在经济大环境好的情况下，企业对软实力这一块可能不够重视，一旦危机显现，这时候就会暴露出许多问题，将直接影响我们给客户的印象。

有些人会说我们没直接接触客户，我们离客户还很远。而这只是狭义的看法，其实客户离我们并不远，一直伴随着我们的生产过程，我们就是一节节链条，一步步把合格产品送到客户手中，在产品的生命周期内，带给客户价值感受和体验。在产品交付过程中，每一节链条都要发挥出作用，高质，高效的把产品交付到下一节链条。本着更好的服务于客户的理念，可以把我们工作中的下一个接口单位作为本岗位的客户，及时保质保量的把产品交付到下一个工作单元，避免误工的产生，每一个工作单元都顺畅无障碍往下

流动，就会大大提高我们的效率，给客户更好的客户体验，从而提升我们的竞争力。

作为我们采购部，就要在同样价格下，选择更高质量的原材料，控制好交期，避免延误生产。同时还要关注生产用量，监控库存，既要保证生产用量，又要控制库存，减少企业资金占用率，减小企业成本，达到一种合理的平衡。

你还会觉得客户离我们很遥远吗？

客户就在我们身边，你以什么样的产品交付给客户，他都能感受到。明天他可以取消订单，也可以追加订单，而这都取决于你我的态度，是懒散低效还是严谨高效。做事情永远从客户角度出发，把客户放在心上。

客户在我心中！

◇汇信采购部 王娜

环环相扣的服务，无人置身事外

计划管理部是生产及销售部门的中枢机构，发挥着上传下达、协调内外的重要作用。我们虽然不直接面对客户，但是生产和销售部门都是我们的客户，我们服务的是整个生产计划实施的过程。面对公司的销售部门，他们是我们的“上帝”，只有源源不断的订单流入，生产部门才能有更多的活干，才能形成更多的产值；面对公司的生产部门，他们是我们的“供应商”，我们要给他们提供均衡、准确、完整并且可执行的生产计划，只有生产计划顺利实施，我们才能保证客户需求，才能给公司形成资金链，才能创造价值，这是一个链条，任何一个环节出现问题，都会影响最后的结果输出。

计划员的工作是忙碌的，每天早晨还不到上班时间，就经常接到各车间负责人或者班长的电话，协调生产异常及车间排产情况，上班后除了每天的汇总订单下达计划之外，还要经常接到客服/业务微信或者电话询问产品交期、最小开机量及现有生产节奏等问题，我们都会认真做好解答；计划员的工作是时常面对无序的状况，经常接到各种应急及特殊的生产订单

需要协调，诸如接到客户生产订单要求提前发货，生产完成后的订单需要二次贴标签、合格证等等的问题，计划遇到的应急情况经常需要关联到诸如生产、工艺、物控、客服等若干个部门协调，耗费计划人员大量的精力，还需要有一定的沟通技巧。

公司内部下达紧急订单时有发生，极大考验了计划人员的应急处理问题的能力，但每一次我们都凭借努力积极的协调完美解决，不为别的，只为合格的产品能及时交付到客户手中。

多少次，寂静的办公室只有明亮的灯光和埋头加班的我们；多少次，因为长时间的查看数据眼睛模糊、头晕恶心，站起来望望窗外都是一种享受；然而，虽然忙碌、虽然辛苦，但我们从来都没有抱怨。因为我们深深地知道，我们的本职就是做好服务，我们的岗位和职责就是做好服务，正因为如此，我们每个人都应该立足自身岗位，尽心尽力地做好服务工作，服务于生产，服务于销售，服务于客户。

◇计划管理部 张艳君



“十心服务”换客户“十分满意”

在没有做过客服工作之前，总认为客服的工作很简单，就是坐在办公桌前接电话，解决一下售后问题就行了。在来到湖北宏岳公司经历了这一年多的不断学习，让我深刻的体会到客服工作是一个人与人之间沟通和交流的工作。

客服人员代表的是用户与公司交流的窗口。作为客服人员，在工作中不要把自己放在用户的对立面。要多对顾客道歉，这不是贬低公司的形象，而是在展现公司“诚信实”的形象，凡事都要从用户的角度考虑问题，不能站在用户的对立面来解决问题，否则问题是永远都不能解决的。在处理问题的过程中，客户当然是希望能够及时解决问题的，如果不能及时解决问题，我们应该给用户一个期限承诺，而且在这个期限内出现什么问题，应及时向顾客联系和沟通，做到让顾客满意。

我认为作为一名客服服务人员，首先要保持好自身的心态，才能服务好每一位客户。在服务的行业当中服务决定一切。因为服务是企业的灵魂，服务的好

与坏决定了企业的经济利益。这一切的核心都围绕着让客户满意。客户的满意就代表我们赢得消费者的心，我们以自己的诚心、精心、细心、热心、耐心的服务。得到客户的放心、称心、动心、舒心、欢心。

以上这些是我在工作中体会的，可能只接触到了客服工作的皮毛。在客服这一行里还有更多的东西需要我去摸索和学习，希望能在以后的工作中能为顾客服务得更好！

◇湖北宏岳 丁丹利



保持一颗平常心

工作对每个人来说都是一种向往，向往着职场里的忙忙碌碌，谈笑风生；但有时也是一种苦恼，苦恼着每天的两点一线，工作带来的烦躁，让人感叹鱼和熊掌不可兼得。然而，经过两年多的工作经验，似乎领悟了一些，平静的心态也许才是工作中最需要的。

刚接触工作时，很难应对突如其来的各种单证和各种事情的处理，所以，心理总是很沮丧。随着时间的推移，工作也越来越熟练了，但仍然会面对每天的繁琐事情，心情总是有很大的起伏，弄得整个人身心俱疲。然而，在一次偶然的阅读中，我深有体会，其中有这样的一句话“工作是由复杂的繁琐事情组成，这是你工作的乐趣所在”让我深有体会，从这以后，我就保持了一颗平常心去面对工作中的每一件事。果然，事情处理起来也得心应手很多，让自己也更轻松了。

生活就像海洋，只有意志坚强的人，才能到达彼岸，我想工作也是吧，都是相通的。对青年关于工作的劝告有位名人只用三句话就概括了，那就是：认真工作，更认真的工作，工作到底。我想认真工作我还是有的，更认真的工作和工作到底这个方向，我还要努力。

真想干总会有办法，不想干总会有理由；面对困难，智者想尽千方百计，愚者说尽千言万语；老实人不一定可靠，但可靠的必定是老实人，决定今天的不是今天，而是昨天对人生的态度，我们的今天由过去决定，我们的明天由今天决定。做好现在的每一天吧！

工作心得：不能因为工作失误而低头丧气。时刻让自己保持一直努力前进的平静心态。万事保持一个平常心！

◇客服部 俞稳贤

如何提升服务

在塑料管道市场竞争日益激烈的情况下，企业想要有良性的发展空间，提升自身竞争力，除了产品质量要严格把关、产品价格要低外，优质的服务也是必不可少的，是提高客户满意度的保证。所以，培养员工的服务意识至关重要，员工的服务意识提高了，服务质量也自然提高，才能更好地留住客户提高竞争力。

对于一个企业来说，服务意识不再是第一线做服务和销售的组织成员所需要的，也是应该是财务、研发、人力资源等各职能部门和每一位组织成员所具备的。换句话说，企业的全部组织成员都应该有强烈的服务意识。每一个成员都应充分认识到自己就是一名服务者，是企业信誉和形象的缔造者和维护者，只有人人从自身做起，想客户所想，急客户所急，自觉自愿，积极主动的做好工作，才能维护好企业的形象使企业在市场中立于不败地位。

（一）我们要自觉增强服务意识。在服务日渐成为指导人们各项活动的理念之一的现代社会，服务意识的内涵早已超出“微笑服务”的范畴。做好本职工作、合乎制度要求，只能是合格的员工；而能够真正站在服务对象立场着想，才是真正优秀的员工。

（二）积极主动服务客户。随着社会的发展可以看出，与以前相比，客户更注意自己所得到的服务，

对服务有了更多的要求，对服务人员也有更高的要求，需要得到更好的服务质量。而我们也应该站在客户的角度想问题，在为他们解决问题的时候，更应积极主动、灵活而且有弹性，让客户感觉到你总是为他想出更好的办法，体现我们的专业，我们对自己的负责，对客户的负责，在和客户沟通时，我们需要摆正自己的位置，服务人员不是被动的服务提供者，而是主动的意见贡献者。

（三）提高公司的整体服务水平，需要制定相关制度且大家协同努力发展。主要规范服务流程，调整目前的服务管理方式，修缮完整相关管理制度。根据公司的方针对各个部门的工作进行细化将管理服务制度深入到日常工作的所有阶段和环节，形成一套完整的工作考评流程。加大员工服务培训和检查监督力度，结合绩效考核制度和检查考评制度，加强执行力，强化奖惩的及时性和有效性，提高各部门员工的服务意识和责任心，使各项规章制度落到实处。如果我们每一个人都有大局意识，都有集体荣誉感、责任感。如果我们都像爱护眼睛一样珍视公司的荣誉，公司的服务意识、服务质量和水平一定会有较大的提升。我们的企业竞争力和产品也可以实现飞跃式增值。

◇设备部 董晓旭



赢在服务：制造业新阵地



当今的制造业与传统制造业最大的区别不仅在于要更质优价美，还要以客户为中心，以服务为导向。现代化科技的发展使得制造业只要投入大量资金，购买先进设备，就能制造出市场上最前沿的产品，这就使得旗鼓相当的企业产出品几乎拉开差距，同质化严重。这样齐头并进的势头使得同行间的利润被不断压缩，市场份额暗流涌动，若不率先做出改革，在日趋激烈的抢食市场份额的这场无硝烟的战争中将不知鹿死谁手，花落谁家！

公司是一台飞速运转的机器，各个部门之间都是这台机器的重要组成部分，不可分割。作为后勤保障工作的库管员虽然不能像一线销售人员那样直接接触市场，服务意识可能没那么强烈，但“兵马未动粮草先行”的古训足以说明后勤保障工作的重要性，任何一环配合不到位都会严重影响整个公司的效率，最终影响客户体验。服务意识不足，客户体验不好，影响公司市场份额，最终公司的每一名员工都会深受其害，但那也是自食恶果而已。所以，作为公司的一员，提高自己的服务意识就是保住稳定工作的唯一途径，只有努力共建公司这个大家，才能营造各自幸福的小家，合作才能共赢。

作为一名物控部库管员来说，首先要明确自己的职责所在，一名合格的库管员不仅要严格执行出入库

手续，还要把所管物资做到账务相符，码放整齐，一目了然，这样在出入库的时候才能有条不紊的进行下去，提高工作效率，节约时间成本。只有把自己的本职工作做到游刃有余了，才能进一步考虑和自己有关的这一环节的工作做到熟能生巧，和其他部门默契配合。

物控部库管员一般接触的都是外雇的物流公司人员，送货和装货司机有时要等一段时间才能卸货和装车，库管员只有积极配合装卸班组把产品有序的进出入库，把来货以最快的速度配合公司其他部门快速出入库，才能减少司机等待时间，给物流司机留下一个好的印象。物流司机虽说不是公司人员，但他们把产品以最快的速度送到客户手中，这无疑也从侧面佐证了公司高效率运转的事实。

公司的每一员都是公司的一张名片，我们的一言一行都对公司的形象产生深远影响，不仅仅是好品质赢得好口碑，贴心的服务，舒心的体验，更能坚定客户对公司品牌的信仰，而物流人员行走天下，这无疑是在让公司口碑名满天下绝佳的免费宣传方式，再好的广告也比不上口口相传更令人信服！

润物细无声的服务是俘获人心的锦囊妙计，用心成就你我。

◇物控部 王占秋

清洗餐具引发的思考

某日，餐后清洗餐具。细审之，缝隙之处，藏污纳垢，颇令人作呕。遂找来洗涤灵，钢丝球，仔细清理，耗时约5分钟。

转念又想：如果这个饭盆是由餐馆提供，我会有何种想法？该店环境太差，令人作呕。任你巧舌如簧，我也不会光顾第二次。但是如果要求餐馆清洗干净，他们是不是又需要增加人手，转而把增加的人工费用又算到我的头上？我要的是干净的餐具，但并不愿意为此付额外费用。难道真的是便宜没好货？

我们向客户提供的管材管件，就如这餐馆提供的餐具。如果我们平时对于产品的瑕疵视而不见，甚至视为正常现象，总有一天客户会离我们远去，谁都不愿意用一个“肮脏的餐具”。这个“肮脏的餐具”完全没有影响到你“吃饭”这一使用功能，但是你让客户从“饭盆”的问题看到你的质量管理。

那么，如何提升客户的满意度呢？仍然以“餐具”为例，可以从以下几方面进行改善：

1. 优化“餐具”设计：在设计环节，就要考虑到使用环节。设计的产品避免“藏污纳垢”，徒增使用不方便、维修更换难等后续成本。并尽可能做到优质不加价。

2. 标准化“餐具清理”流程：明确生产、包装、运输标准作业方式及流程。明确的标准和清晰的流程是产品质量的重要保证。通过反复的额督促检查，做

到操作人员习惯性把“餐具”洗干净。

3. 自动化“洗餐具”：老虎也有打盹的时候，所以人工仍是过程中的较大不稳定因素。如果条件允许，就赢引进“自动洗碗机”。机械自动化区别于人工除了工作效率与成本，更重要在于其统一的、精确的参数标准，相比之下，机器因失手抛摔产品或记错数据的概率比认为操作要小得多。

4. “上菜服务员”加强与客户的沟通：着重加强对一线服务人员的能力培训，通过沟通可快速得知哪些是客户普遍的需求，哪些是个别需求，哪些是无理需求。将客户的普遍需求反馈到支持部门，对产品和服务方式进一步优化。解决了普遍需求，可以留住客户。满足客户的个性需求，才能吸引更多的客户。最后审视我们认为是“无理需求”的部分，如果我们的追求超越客户需求，何愁客户不来呢？才能如果我们听不到客户的声音，等到失去客户的时候再改正，悔之晚矣。倾听客户需求是产品持续改进的外部动力。

如今，我们的客户已不再是家门口的老街坊，老邻居，而是遍布全国，乃至全球。如果我们做的不好，甚至还来不及听到客户的反馈，就已经失去了客户。通过宏岳集团二十多年的积累，我们要不断优化产品设计、流程优化、自动化改造以及客户服务，提升产品品质，满足客户需求，超越客户预期。

◇管件分厂 姬利



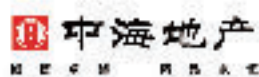
宏岳管业 诚信通天下

HONGYUE PIPE INDUSTRY WIN THE WORLD WITH INTEGRITY



部分战略合作伙伴 (排名不分先后)

PRINCIPAL STRATEGIC PARTNERS



宏岳塑胶集团股份有限公司
HONGYUE PLASTIC GROUP CO., LTD

地址：河北省秦皇岛经济技术开发区龙海道81号
电话：0335-8886666 <http://www.hy-pipe.com>

全国免费服务热线：4008-95-9933