

以强烈紧迫感抓好下半年工作

2020年中销售会议已经胜利落下帷幕。总结上半年工作，销售系统队伍抗住了压力，而且自二季度以来，各事业部争先追赶，其中有四个事业部实现了业绩正增长，一些服务中心超过年初的半年目标，为我们树立了标杆、鼓舞了士气。下半年，只要我们顽强拼搏，把大会梳理的关键行动计划，以及事业部的工作部署有效执行下去，我们就有理由对实现全年目标充满乐观。

上半年工作的主要问题点在于，一是面对市场内外部变化，没有制定有效的过程管理措施；二是事业部的骨干经理、员工梯队不足，影响市场专业化运作。只有解决好这两个问题，下半年追赶的步伐才更加稳健有力。

一、夯实基础，深挖客户的需求。目前少数部门的基础工作薄弱，比如客户的灯具台账都不完整，那么最基本的灯具更新换代情况，就无法掌握。所以，要从补足短板开始，完善灯具台账，满足客户正常的产品换代的需求。另外，各事业部都开发了新产品，为市场一线送去了“炮弹”，但是在推广、销售上还有很大的提升空间。这要求我们对客户的需求变化，要有敏锐的感知、快速的反应，找准新产品与客户需求之间的结合点，搞清楚新产品给客户的价值，同时运用灵活的工作手

段，拉升新产品的销售业绩。

二、深入市场发现变化，主动发现和解决问题。今年以来，我们熟悉的业务流程、费用渠道，甚至是我们熟悉的客户都发生了变化。比如电商平台的采购越来越多，越来越普及。越是在变化的情况下，我们越应该第一时间去了解，真正识别影响目标实现的问题，再冲上去解决。那么，各级领导要主动到市场去看、去听、与客户交流，经理要比员工看的多，主任要比经理看的多，事业部领导要比主任看的多，海洋王要比竞争对手看到得多，问题解决得多，就越在竞争中占据到有利的位置。

三、培养人才梯队，保证市场专业化运作。人是公司的第一生产力。如果各行业的员工、经理、骨干梯队不足，势必会影响市场的持续投入和专业化运作。那么，首先各行业要高度重视人员的招聘和骨干经理、员工梯队培养，每个事业部必须把人员的招聘，以及骨干梯队的培养放到战略的层面，事业部领导和服务中心主任亲自抓。二是把人招进来，更重要的是把人用好，让年轻员工成长起来。这就要求我们重视基层出单，从小到大、从易到难，在小订单中培养员工的能力，提升责任担当，实现到骨干员工、经理、优秀经理和主任的持续成长，逐步形成充足的人

才梯队。三是各职能部门要做好支持保障，将市场变化，收集到的信息和行业情况及时与事业部沟通，及时解决，履行好各自的职责，有效支持事业部的人员梯队储备工作。

2020年已经过去一半，从7月份开始，每个月、每一天都是冲刺，全公司上下都要聚焦到目标上，以坚定的信念和胜者思维，稳扎稳打，步步为赢。

快速反应

在主动应变中求增长

上半年四个业绩正增长的事业部中，网电、船舶场馆事业部作为标杆，在年中销售大会上与大家分享了，如何主动应对变化，在逆势中保持业绩正增长。

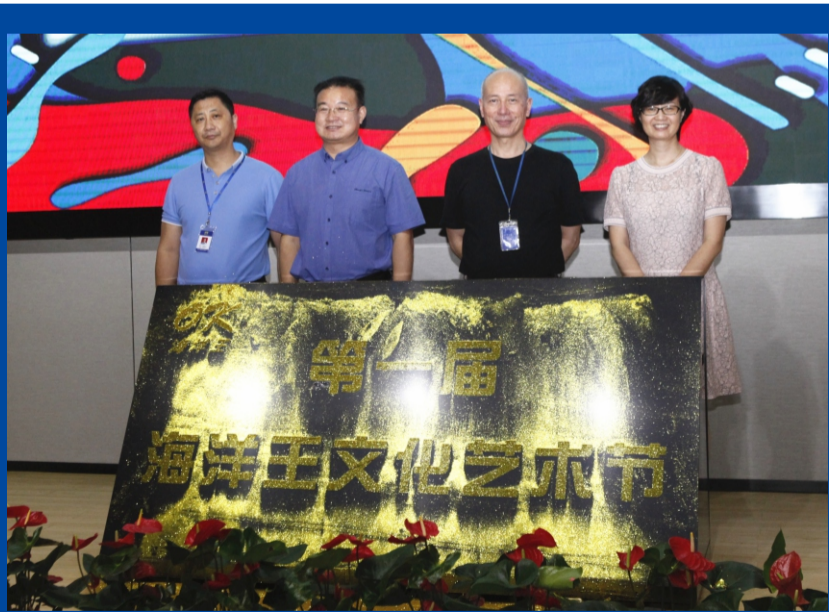
一、变化再大，目标不变。网电事业部在年初制定了全年3个亿的目标，船舶场馆事业部在连续五年增长后，也对2020年有了更高期许，争取公司名列前茅。目标确定以后，领导干部就是决定性因素。年初遇到突如其来的变化后，首先是两个事业部的领导干部队伍坚定目标信念不动摇，在压力面前不低头，死死咬定目标，然后与经理队伍、员工达成共识，克服困难，月目标、周目标都要保质保量实现。

二、夯实基础，深挖客户需求。在工作秩序恢复正常后，两个事业部立即把人员沉到市场中，深挖市场需求，增加线索机会来源。大量开展跟班——网电事业部有效跟班375次，制作服务方案1014份；船舶场馆事业部有效跟班503次，形成了7545万的改造上报机会。大量开展售后——网电事业部有效售后1388次，船舶场馆事业部有效售后次数238次，像天津地铁整理了过去13年的售后记录打印成册，济南场馆服务中心两天内回访了青岛、潍坊群体场地100片，整理了240页的巡检汇总表彰打成册给客户汇报，让我司成为客户不愿意替代的合作厂家，同时也通过售后发现了客户真实的照明问题，找到了客户认可的需求。

三、主动求变，灵活运用工作手段。目标不能变，唯一能改变的只能是做事的思路和方法。除了做好主动关心客户、捐赠防疫物资等

小事，网电事业部在火神山现场、应急演练现场、塌方救援现场、冰雪施工现场、线上电校培训现场、TQM交流现场、5S现场、变电站检修现场，及时为客户提供照明支持，让客户到处都能看到海洋王人的身影；船舶场馆事业部则根据行业特点，把技术交流开好，不仅次数达到83次，而且通过邀请客户单位各部门领导参加技术交流会，针对项目机会，讲解专业灯光与普通灯光的区别，相比竞争对手能为客户带来更大的价值，获取订单；同时针对集体决策的采购形式，通过单位与单位之间开展交流，能获得多个目标点的认可而不是个体的认可。对于5S交流，船舶场馆事业部要求主任必须具备5S讲解和动手操作经验，能与客户共建样板；先通过理论讲解交流，再与客户共建小样板，最后邀请客户集团其他部门到小样板参观，持续抓，提升客户关系。

四、战略新产品拉升业绩增长。在两个事业部上半年的业绩增长中，战略新产品起到了强力拉升作用。网电事业部结合七大渠道客户需求及照明应用场所，聚焦战略产品组合标准，制定落实战略产品推广管理制度的同时，事业部牵头制作产品市场推广资料（白皮书、推广方案、差异化分析、产品推广视频、应用案例图册等等）给予服务中心支持，提高战略产品市场竞争力。船舶场馆事业部面对全国范围内的“一场两馆”、“四个一工程”建设相对饱和的情况，要想继续增长，追求更高目标，大力深挖客户对战略新产品的需求，在新产品替换老产品上下功夫。



为了通过艺术的熏陶，让员工感悟生活真谛和艺术魅力，为员工创造一个展示和欣赏各类艺术的平台，牵引大家对美的追求和向往，给大家带来幸福和快乐，从而更加热爱工作和生活，7月10日晚，第一届海洋王文化艺术节开幕式在科技楼四楼多功能厅举行，各部门为大家带来了多姿多彩的快闪表演。本届艺术节包含“艺绩星海·文艺汇演”、“胸怀墨洋·读书活动”、部门心歌比赛（“1/4世纪·王者音乐会”）三大主题活动。火热夏季，期待海洋王人在艺术节中大显身手、一展风采！

2020年上半年销售系统荣誉墙



千万级服务中心争先奖：南京网电服务中心、军品二服务中心、沈阳网电服务中心、国际部中国区



服务中心优秀奖第一名：军品二服务中心



服务中心优秀奖第二名：沈阳网电服务中心



服务中心优秀奖第三名：郑铁服务中心



服务部优秀奖第一名：太原场馆服务中心太原场馆二服务部



服务部优秀奖第二名：军品一服务中心三服务部



服务部优秀奖第三名：福建冶金服务中心福建冶金一服务部



服务工程师优秀奖第一名：军品一服务中心_姬菲菲

2020年上半年销售系统荣誉墙



服务工程师优秀奖第二名：西安石化服务中心_于树燕



服务工程师优秀奖第三名：郑铁服务中心_张鹏飞



服务中心新产品销售争先奖：第一名：西北油田服务中心；第二名：济南石化服务中心；第三名：沈阳网电服务中心



服务部新产品销售争先奖：第一名：华南厂电服务中心广州厂电一服务部；第二名：西安石化服务中心西安石化服务部；第三名：济南石化服务中心菏泽服务部



服务工程师新产品销售争先奖：第一名：西安石化服务中心_于树艳；第二名：西北油田服务中心_吕晓婷；第三名：济南石化服务中心_孙齐伟



2020上半年标杆主任



7月10日上午，公司特邀著名军事专家、国防大学教授金一南少将莅临海洋王科技楼，为在场的公司领导干部及百余位服务中心主任进行了主题为《胜者思维与团队领导力》的专题讲座。讲座期间，全场座无虚席，不断引发听众掌声连连。

2020上半年销售系统读书辩论赛、QCC发表赛



《彭士禄传》读书辩论赛冠军：大企业事业部



《彭士禄传》读书辩论赛亚军：船舶场馆事业部



《彭士禄传》读书辩论赛季军：国际部



《彭士禄传》读书辩论赛优秀奖：网电事业部



《彭士禄传》读书辩论赛最佳辩手：北京大企业服务中心_汪颖



QCC发表赛一等奖：东北大企业服务中心“极速”圈



QCC发表赛二等奖：沈铁服务中心“星光未央”圈、武汉网电服务中心“panda”圈



QCC发表赛三等奖：军品成都服务中心“彩虹兵团”、郑州场馆服务中心“凌云”圈、西安厂电服务中心“只争朝夕”圈