

十载风雨同舟路 情谱“艳阳”耀“东方”

——红日阿康用真诚演绎厂商共谋发展和谐篇章

◆记者 张义国
通讯员 翟小锋 李从蓉

1月8日,山东红日阿康公司调整了营销中心组织机构,设立4个大区,成立了25个分公司,担任分公司经理的人选全部是通过民选、述职、竞聘后走马上任的强将。

得知此讯,河南夏邑经销商刘济华发来贺信:欣闻改革,猛虎添翼;携手红日,再创辉煌。

滕州经销商王洪生同样关注并期盼着红日阿康的改革措施。

2009年9月至11月,红日阿康接连召开了3场表彰和总结于一体的年度市场营销峰会,坦诚公布企业经营情况,传达改革讯息,并与参会客户进行了零距离交谈,广泛征求建议和意见。

“我从1993年开始经营红日阿康的产品。”王洪生说,“质量过硬,技术领先一直是红日阿康的优势。现在公司实施了制度、成本和技术的改革,营销改革又迈上了征程,与这样的公司合作,我们放心。”

“最大的实力是敢于破旧立新,最大的诚信是让客户放心,最好的市场是厂商共赢。”1月18日,红日阿康公司总经理徐辑孟在暖春座谈会上坦言,公司2009年的制度、成本、技术等改革工作进展顺利,无论是目前还是以后的一切工作,产品研发、生产、营销策略、价格策略、政策导向都必须紧密围绕市场实际需要转。营销机构改革,是确立以市场为导向,以营销为龙头、以效益为核心的实质性转变,是对营销工作的进一步授权、进一步优化、进一步的政策倾斜。

来自山东、安徽、内蒙、河北、广西等地的经销商们用热烈而持久的掌声,表达对红日阿康改革举措的支持、拥护和期待。

市场需求 永恒的营销主题

1993年,地处偏僻鲁南的红日阿康凭借自主研发的三元素复合肥技术,让“红日”复合肥扬名海内外,从而书写了中国磷肥行业的首篇华章。

当中国的磷肥行业历经16年的发展变化后,4000余家复合肥企业的生存本能加剧了产能过剩、行业的优化和整合。2009年,红日阿康大力实施技术改造,创新产品配方和工艺,推出的氨酸和硫酸系列产品再次受到市场青睐。2010年初,公司投放市场的六大系列产品以

品质优良、品种多样再次引得市场瞩目,通过电话、网络和朋友关系前来洽谈的客户络绎不绝。第十届中国高浓度磷肥产销会上,公司产品主品牌“艳阳天”、“东方红”和副品牌“喜旺年”招商成绩喜人,短短一天,达成合作意向的客户就有300余人。

每一个企业都有自己的营销目标,红日阿康的营销目标是什么?徐辑孟说,早在3年前,红日阿康就制订了“全球优质肥料供应商”的宏伟蓝图。红日阿康将从生产销售自产复合肥等化工产品,逐步增加经营品种,供应尿素、二铵、农药、种子甚至粮食、水果、蔬菜,向全球优质农资综合供应商转型和过渡,创造多元化的利润中心。

加盟的客户越多,营销道路就越宽广,离自己的目标也就越近。从“合作共赢,价值营销”的宗旨出发,红日阿康在不断满足市场需求,为客户提供高价值产品和服务的同时,信奉这样的信条——

客户不是上帝,是朋友

客户不是至高无上的上帝,是需要共同进步、携手同行的朋友。和红日阿康合作后,很多经销商对红日阿康这种“不把客户当上帝的”处事原则表示发自内心的认可和理解。因为是朋友,就要互相学习,互相帮助,共同进步。

每逢红日阿康召集经销商会议和农技培训班,红日阿康的很多经销商都要带着自己成年的儿女参加,或者让自己最得力的部属参会。

河南经销商陈华勇在5年前接替了父亲陈元贞经营近10年的“艳阳天”事业。陈华勇说,红日阿康每次会议都请专家教授举办讲座,请优秀的同行交流经验,这样的机会可不能错过。奋笔疾书的甘肃客户王玉文年近五十,每次参会都要记录密密麻麻一本;带录像机全程录像资料的黑龙江客户杜晓红不放过一个镜头;携笔记本电脑参会的河北客户李立峰拷贝了所有的会议资料……

学习提升素质,团队成就大业。不仅在会议上授课,红日阿康还自办企业报纸《红日阿康人》定期向客户邮寄。莒南客户卢召武说,每期报纸都仔细看,因为报纸上刊登的优秀案例很值得借鉴。既是红日阿康的优秀客户,又是该公司特约记者的刘济华常给《红日阿康人》投稿。刘济华50多岁了,不会使用电脑,来稿都是手写的,然后以传真的形式发送,字里行间倾注着自己对市场操作的



红日阿康公司总经理徐辑孟(左)向优秀经销商赠送车辆

感悟和对公司的厚望。山西客户王鹏程会后就将建议通过网络发送过来,得知红日阿康出会议专刊后,一次让商务人员邮寄了200份,留作召开二级商会议的授课资料……

“卖的是产品,交的是朋友,付出真诚就能收获真诚。”对于经销商朋友的认可,徐辑孟坦率地说,服务,我们一向是——

全心全意的“零距离”

2009年9月,红日阿康迎来了意料中的惊喜——被评为国内第一批、山东省首家“全国农化服务中心”。这个荣誉,业内同行纷纷表示认可,因为红日阿康当之无愧。

1997年,红日阿康就成立了农化服务部门,从全国各地专业院校招聘的50多名高级农技师,通过“零距离走访,800免费服务热线,示范田、示范村”,用自己的一腔热忱把“倡导科学施肥,服务亿万农民”的服务理念阐述得淋漓尽致。

王鹏程对红日阿康农技师的素质和水平赞赏有加。2007年,王鹏程的销售区域因为多年未见的干旱、市场无序竞争等因素,销售量急剧下滑。红日阿康的农技师李晓杰来到后,通过连续10余天的“测土施肥、科技讲座、建立示范田”等有效活动,稳步提升了销量。为此,王

鹏程在红日阿康召开的市场峰会上,面对台下300余名参会人员向李晓杰深深鞠了一躬。

河南经销商陈元贞提起红日阿康的农技师就赞不绝口:“那技术、那人品,一句话:当地的农户盼着他们来,来了就不想让他们走。”

……
数据更能说明红日阿康在服务上倾注的心血:仅2009年,公司农化服务部就整理并编辑农化服务报21期,制作施肥技术宣传单页31期,接听800农化服务热线回答农技知识咨询2500人次。在全国各地共建65个红日村,54个测土服务站,17个示范基地,举办科技讲座201场次,播放科教电影142场次,开展测土配方施肥服务4280多次,开展集市宣传活动1028次,进村宣传5639次,回访客户3801次,回访种植大户717次……

作为中国化工行业首家获得“全国名优产品服务行业十佳单位”称号的服务机构,红日阿康农化服务部的负责人表示,目前,红日阿康的农化服务已经基本形成了集科技讲座、测土配方、技术咨询、实验示范、病虫害防治指导等服务形式于一体、独具红日阿康特色的服务体系。

2010年,红日阿康农化服务部将配合营销渠道的改革,对农化进行改革,加强与全国农化中心、全国农化中心、社会团体以及各地协会、合作社的合作,示范带动、影响联动,促进各地区市场的销售。

有真诚和信用做根本,有双赢和互利做基础,有贴心服务的“零距离”,红日阿康的经销商们这样回答——

携手红日再铸辉煌

2009年,肥料市场非常低迷。当得知红日阿康竟有先付款后拿货,更有提前付款半年还没拿货的客户后,一些同行们百思不得其解:我们为了收款而降

价,你们的经销商竟然为了拿货而先付款。红日阿康的经销商邱东方说,“诚信务实是红日阿康的传统,产品和营销队伍在我遇到的合作厂家中首屈一指。款交给他们,我放心。”

“道相通,心相通,力相聚,情相融。”短短12个字是红日阿康的营销团队,厂商之间无数感人至深的故事将它演绎得让业内同行为之心动。

2009年12月12日,安徽经销商王红梅带领多名业务员像自家人一样,在第十届中国高浓度磷肥展销会红日阿康的展位周围维持秩序,打扫场地卫生,发放宣传资料。

“到家门口了,我当然要尽一份地主之谊。”王红梅爽快地说。王红梅对红日阿康有着难以割舍的深厚感情。她常说:“2006年我做红日阿康的产品销售代理时,资金不够雄厚,但公司的营销人员全心全意地扶持我,帮我开户,帮我跑市场。我不会开车,营销人员就每天早晨6点带着投影仪和测土箱带我下乡,既当司机又当农技师,每天工作超过12个小时,从没喊过一声累,没叫过一声苦。”

“不是红日阿康的产品不销售,不利于红日阿康的事情不做。”与公司合作十多年来,吉林客户王振峰对公司的忠诚令人感动。从1998年经营“艳阳天”开始,从最早的红日集团到现在的红日阿康,王振峰悉心保留着经销的每一个品种的包装袋,并将这些包装袋按时间顺序张贴在店面墙壁上。王振峰说,要让来买肥的农户一走进门店,就看到“艳阳天”的辉煌发展历程。

“创造创新,成就客户”是红日阿康的营销使命。对于这句话,徐辑孟恳切地说:“客户是公司价值的最终实现者,成就客户就是成就红日阿康。”

新起点 新征程 新希望

看了硫酸生产线,再看造粒机,看了成品库,再看原料场。1月13日,在红日

阿康厂区内参观的种植户们每到一处,撒下笑语一片。他们手持自带的数码相机与肥料合影,抱着奖杯证书拍照,眉眼中洋溢着兴奋和喜悦。

从2004年开始,为了增强厂商双方合作的信心,加强经销商、种植户对公司的了解,红日阿康通过“请进来”的方式邀请客户来公司参观,亲眼目睹复合肥的生产过程,毫不保留地向客户亮出家底。2006年,公司开展了“工业旅游”,一年四季敞开大门迎接天南地北的客商。凭借诚信和坦荡,3年来,红日阿康接待全国各地经销商和种植户已达7万余人次。

在1月18日的暖春座谈会上,山东经销商宿学耀握着手中的奖品——一把汽车钥匙,真诚地说:“2009年,活干得不够好,拿到这样的奖品,心里有些惭愧。今年,我肯定能做得更出色。成为红日阿康的经销商,我深感自豪。”

十年化肥经营路,红日阿康不了情。在暖春座谈会上,徐辑孟说,2009年,公司实施了制度改革,实现了公正,赢得了民心;实施了成本改革,降低了消耗,完善了监管;实施了技术改革,强化了创新,加快了研发。2010年伊始,公司又实施了营销机构改革。这样的改革将进一步以负责的态度对待客户,在和经销商一道沉着把握市场脉搏的同时遵循5个原则:市场尊重趋势和规律,产品体现特色与创新,交往体现真诚和信用,合作体现互利双赢,服务体现效率与细节。未来无论是产品的研发还是政策制定,都要紧紧从市场实际出发,尊重市场规律,适应市场环境。

就在不久前,迎着凛冽的寒风,红日阿康第5次服务乡亲万里行活动启程,奔赴30多处市场,对当地的贫困户、种植大户、示范村走访慰问,丰富的活动让各地经销商欢欣鼓舞……我们相信,载着使命,载着责任,载着厂商共同的祝福和期盼的红日阿康,必将在广阔的市场上扬起“丰收万家,福满家园”的风帆。



艳阳天复合肥



东方红复合肥

致力节能 专注环保

——山东华能保温材料(集团)有限公司之文化篇

核心理念

品质创造价值

员工品质:持续提升自我能力与修养;
产品品质:提升产品质量,超越顾客需求;
服务品质:优质服务,追求顾客满意;
环境品质:加强环保理念,减少资源浪费。

公司经营理念

致力节能
专注环保

工厂经营方针

提升品质:改进设备、产品管理,提高质量保障能力,完善质量管理,确保出厂产品优良;
开发创新:不断开发新产品,改进制造技术。

司训

团结一致,坦率沟通,
诚实守信,精益求精,
创新发展,共同成长。



山东华能保温材料(集团)有限公司是我国生产新型保温材料的重点企业,占地240亩,总投资1.5亿元,是我国华东地区规模最大的保温材料生产基地。

公司本着“致力节能,专注环保”的经营理念,主要涉及新型保温材料的研发生产与施工、物流、房地产等行业,下设华能

保温材料有限公司、华能热网管道保温有限公司,并在河北设立两大生产基地和两处物流中心。

山东华能保温材料(集团)有限公司现为山东省建设科技协会常务理事单位,2007年《山东省外墙外保温应用技术规程》的主编单位,并通过了山东省科技成果鉴

定。2008年经山东省建筑节能单位评审,公司研发设计的聚苯板薄抹灰外墙外保温系统质量控制体系符合DB/T7-2007标准要求,并荣获达标评审证书。2009年公司被评为山东省外墙外保温技术产品认定示范单位,受到山东省建设厅墙改节能部门的高度评价。

山东华能保温材料(集团)有限公司
电话:0539-8520111

地址:临沂市解放路西段工业三路西侧华能工业园
E-mail:huanengbw@126.com