



## 《武汉中南和我》一岁啦！

2006年6月1日,《武汉中南和我》如一粒种子, 突然破土, 时间过得真快, 不断茁壮成长中的《武汉中南和我》即将迎来创刊一周年的好日子。在这个特别的日子里, 让我们把心中的激动转化成对它的持续支持和无限期待, 支持它茁壮成长, 期待它在新的一年里更加成熟。

一年来,《武汉中南和我》在公司领导和广大员工的关心爱护下成长着, 每两个月出版一期, 主要报道公司策略、公司动态、员工风采、交流共享等。

一年来,《武汉中南和我》经历了不少的挫折, 在风雨中逐渐赢得了大家的认可, 它已成为公司的一份子, 但它的未来, 仍旧需要公司所有人的关注和爱护。新的一年,《武汉中南和我》会不断创新, 不断为公司的企业文化建设努力!

《武汉中南和我》必将越办越好, 武汉中南的企业文化必定魅力永存!

《武汉中南和我》编委会

二〇〇七年五月

### 本期导读

- 找出客户的“关键时刻”(2版)
- 公司新进的伙伴(3版)
- 江西佳沃井冈山之行(3版)
- 学会制怒(4版)
- 服务理念:三心二意(4版)
- 如何在特别路段行驶(4版)
- IT知识常用篇(4版)

### 员工合理化建议表彰

本期提供合理化建议表彰名单如下:  
肖莎(长沙佳沃)

## 公司获得日工工程机械的代理权



2007年1月武汉中南工程机械设备有限责任公司与日工(上海)工程机械有限公司签署了湖北地区的代理合同。日工(上海)工程机械有限公司是由日本日工株式会社于2001年投资1亿人民币成立的100%独资企业。2004年建成日工上海嘉定工厂,2005年正式投产,专业生产沥青混凝土拌和设备和水泥双卧轴搅拌机。

日工株式会社成立于1919年, 年营业额210亿日元(2006年)。在日本沥青搅拌站市场占有率80%, 水泥搅拌站市场占有率40%。截止到2006年底, 日工共计在中国市场销售190台(含新泻)产品, 总台数占进口品牌产品销量的第2位。

日工上海将继续秉承日本日工“质量第一、顾客至上、勇于创新”的企业文化, 以立足中国、服务中国的饱满的热情迎接中国公路的新一轮的建设大潮。



## 十二年流金岁月

——武汉中南公司成立12周年感言

2007年5月19日,在一般人眼里是一个普通的日子,但是对于武汉中南而言,这一天我们共同庆祝公司组建成立12周年, 同时也祝福胡总生日快乐, 身体健康!

还记得在2005年, 公司成立10周年之际, 举行征文活动, 当时因为配件部门刚刚启动“博士德”配件管理软件, 整个配件部门都忙于盘点及核对软件的数据, 部门仅仅有一个员工参与投稿, 这件事情至今让我们感到十分的遗憾, 耿耿于怀。

武汉中南公司组建成立至今已经走过了整整12年, 12年的拼搏创业、12年的风雨兼程, 流金的岁月见证了中南人负重前行、开拓创新的坚实足迹。回顾走过的岁月, 公司从成立之初的5、6个人, 到2004年的大量新生血液的加入, 整机销售台数、配件销售额、小家电销售额等各项经营指标节节攀升, 员工队伍也在不断的壮大, 公司的人文气息逐渐浓厚, 公司管理层付出了常人难以想象的精力与心血。

“不断学习, 打造精英团队、积极参与, 共创美好明天”是我们中南人的信念, 与时俱进、加快发展是中南人神圣的职责, 每一个中南人都有责任增强公司的凝聚力、向心力, 随时准备迎接机遇, 面对挑战。

在今后的工作中, 我想每一位员工, 都应该要珍惜以前打下的坚实基础和发展的平台, 珍惜公司给予我们的机遇, 通过努力的工作, 共同为武汉中南的美好明天添砖加瓦!

◆吴景佳(配件部)

## 公司简介



英格索兰——中南之约

3月30日下午, 武汉中南公司为配合英格索兰新产品的推广, 专门针对公路、铁路、市政系统的企业客户在武汉香格里拉大酒店隆重举办了一场别开生面的产品交流会——“英格索兰——中南之约”。客户在愉快的心情下接受英格索兰品牌及产品, 了解到我公司提供的形式多样的融资政策。客户对此次联谊活动一致反映较好, 深深感受到武汉中南的实力和创新精神。会议中也产生多个客户需求信息, 收获颇丰。

◆庞文洁(大客户部)

## 2007年VOLVO高尔夫公开赛在上海举行

中国大陆举办时间最长的国际高尔夫职业大赛——VOLVO中国公开赛已跨入第13个年头。这项由中国高尔夫球协会主办、欧洲和亚洲巡回赛联合批准的国家级公开锦标赛2007年转战上海, 于4月12-15日在上海旭宝高尔夫俱乐部隆重登场。

13年来VOLVO中国公开赛以其“稳步发展, 不断创新”的办赛方针赢得声誉, 为赛事的成长打下稳固基础。今年冠名赞助商VOLVO将继续追加中国公开赛总奖金, 达到200万美元的新高, 较1995年已翻了5倍, 成为亚洲地区最重要的大赛之一, 也是欧洲巡回赛中发展最迅猛的赛事。作为将国际职业高尔夫比赛引入中国的开拓者, VOLVO对中国高尔夫所做出的贡献是有目共睹的。近年来奖金的大幅提升更显示出VOLVO对中国公开赛的将来充满信心。正如VOLVO盛事管理公司总裁及CEO梅尔·派亚特所说:“VOLVO将继续实施长期、可持续发展的投资战略, 始终不渝地支持中国公开赛和中国高尔夫事业的发展, 并随时准备向更高的目标迈进。”

## 公司加大媒体宣传力度

在市场竞争日益激烈的今天, 各品牌在依靠传统的seminar会议上已经收获不太多, 我公司率先采用报纸广告方式扩大市场影响, 公司在武汉、十堰、宜昌、长沙的地方报纸上投放了多次广告。其中长沙佳沃在湖南《潇湘晨报》上投放了6次版面广告。让对产品有兴趣的客户主动找到我们, 填补我们销售人员客户关系和区域中的空白处。现在其它品牌的竞争对手还未大量采用这类方式, 我们还将增加对其它地区广告的投入, 做到先下手为强。

## 找出客户的“关键时刻”

最近在营销领域经常听到“关键时刻”一词，这是一个哗众取宠的词汇，还是一种新的营销技巧？实际上，它是提高销售业绩的一个简单有力的工具。

“关键时刻”一词是由斯堪的纳维亚航空公司总裁詹·卡尔森通过实践总结出来的，随后形成了一整套理论，并且促就了与北美学派齐名的服务管理中的“诺丁学派”。詹·卡尔森于1981年成为斯堪的纳维亚航空公司总裁，当时该公司境况不佳，但他仅用一年时间就使该公司由亏损3000万美元转变为盈利100万美元。很多人认为，他可以和李·艾科卡及杰克·韦尔奇齐名。他将自己的业绩归功于有效地实施了“关键时刻”，因为自从卡尔森意识到客户“关键时刻”的重要性后，他就重组了公司，使得它的服务完美无缺。

卡尔森是这样发现“关键时刻”的：他询问乘客，在乘坐斯堪的纳维亚航空公司的飞机旅行后有何感想和结论。结果他发现，假如乘客看到放在自己面前的碟子没有刷干净，有咖啡渍，就会认为该公司也有可能忽略飞机发动机的检修，这样，乘客就有可能决定不乘坐这家公司的飞机。

卡尔森和员工无法理解这种逻辑。清洗碟子的人员又不负责发动机检修。乘客怎么能认为碟子上的咖啡渍和发动机没有检修有关呢？其实，人们通常会看到一个个别现象后就会对公司总体形象加以概括，这就是第一印象的力量。这些个别现象在很大程度上影响着金额核所作的决定，即是否购买这家公司的产品，或接受这家公司的服务，而且这种关联时时刻刻都在发生，通常这些个别的现象常常会带来不良的后果。

那么，你公司的咖啡渍在哪里呢？是哪些现象使客户认为你的公司不是他们所期望的？

为了找出客户的“关键时刻”，企业需要和自己做一次坦诚的对话。首先，企业是否真的愿意投入时间和资金找出客户的真正所需吗？如果答案是肯定的，那么你愿意重组你的公司，从而为客户提供完美无缺的“关键时刻”吗？如何那样做，你所获得的优势和回报是不可估量的，就象彼得·杜拉克所说：“创造顾客壁创造利润更重要”。

联邦快递就是个很好的例子。很多人平时习惯于使用其他公司的快递，但当有重要包裹必须按时送到时，他们就宁愿付高价使用联邦快递，这是为什么呢？为了找到答案，我们先来看看过去的联邦快递。当时，联邦快递还不是最好的快递公司，像所有公司一样，它不希望出现真正的竞争者，希望有忠实的客户愿意以较高价格购买他们的服务。于是公司管理人员认识到，他们必须找到客户的“关键时刻”。他们投入了大量时间和资金进行市场研究，并成功找到了客户的“关键时刻”。

联邦快递地研究清晰显示出，客户在递送货品的时候很多期望和要求，比如希望快递单容易填写；快递人员能够及时取；货品计算准确；包装牢固；送达地点方便取货等等，这些都是“关键时刻”。但是在所有的“关键时刻”中，其中一个“关键时刻”的重要性是其他“关键时刻”的六倍，那就是客户希望能够准时送达。这是每家公司都梦寐以求的研究结果，它将使公司集中精力搞好一个“关键时刻”，而不用顾虑太多其他的因素。在这个基础上，联邦快递重新设计了它的运送程序、员工雇用和培训、仓储、飞机选择、航线、步骤等等，以便将重点集中在“准时送达”上！

公司管理对这个“关键时刻”的作用信心十足。联邦快递明白，只要它能在这一点上超过竞争对手，客户就会心甘情愿地支付较高的费用。曾有一个员工为了准时送达货品而租用一架小型飞机，公司慷慨地奖励了他，因为他竭尽全力做好自己的工作，实现了客户完美的“关键时刻”，是其他员工的榜样。如果我们想象下，假如公司管理者没有意识到最核心的“关键时刻”是什么，他们会为员工租用飞机送货做出什么反应呢？这位员工的行为很可能会被认为是超越其职责范围的，是浪费了公司金钱的一种表现，于是他的结果只能被解雇。

有很多数据采集技术和参考问题可以帮我们成功地找到客户的“关键时刻”但是最重要的是下面三个问题：

**客户为什么决定购买我们的产品或服务？**

**客户为什么持续购买？**

**客户会因何原因而停止购买？**

通过回答这三个问题使我们明确客户的购买决策过程，客户是怎么做决定的？他们最看重的什么？他们如何权衡各种因素？什么因素会使他们改变想法？这些问题的答案是有有效提高销售业绩所必须清楚的。

**注：**通常，我们要迅速捕捉客户的第一反映，他们的反应经常是普遍性的而不是个别性的。还记得那些咖啡渍吗？因为碟子上有咖啡渍就拒绝乘坐该飞机并不是客户的第一反应。所以要找到客户的第一反应，就必须再再继续深入询问，这是找到客户的“关键时刻”所必需的过程。“关键时刻”是一种简单易行的方式，能够辨明客户做购买决定的方法。有了这个信息，预测客户就会变得更有兴趣和更有成效。员工会利用这些信息迅速高效地筛选出可能的客户，并将他们列为服务重点。在这个信息时代，掌握更多信息的公司才会在商场上赢得胜利，而且是大获全胜。

### 要茶水

幽：在快火车厢里。一乘客对女乘务员说：“请您再给我送一怀茶来，小姐。”“先生，离到站只有一刻钟这段事件里您已经要了10杯茶水了，你怎么能喝得下这么多水呢？”  
默：“我不喝水，我要水是因为我卧铺上的毛毯烧着了。”

### 南极探险家

申：小羽，爷爷，我长大了要成为南极探险家。  
申：爷爷，好啊！孩子！  
申：小羽，我马上就得锻炼！  
申：爷爷，怎么做？  
申：小羽：每天给我10元钱买冰淇淋场吃，锻炼耐冷的能力。

### 电风扇

幽：一胖一瘦两个朋友第一次乘飞机外出旅游。飞机起飞后，瘦子指着窗外飞机机翼上飞速旋转的螺旋桨问胖子：“那个飞速转着的东西是什么？”胖子傲慢地说：“那是电风扇。”过了一会儿，两人觉得身上有些冷，瘦子对胖子提议道：“要不我们让乘务员把那些电风扇都关上？”

### 超重

幽：某天有一班地铁已经到站，因为旅客不多，停在月台上有一会儿，似乎还没有要走的意思。有一个小姐跑得气喘吁吁的，匆匆从大厅跑向月台，刚好赶得及。她脚刚踏进地铁，整个车站响起了蜂鸣器的声音，那位小姐吓了一跳，赶快把脚收了回来，只见在蜂鸣器响完三声后，车门关上了，那位小姐很无辜又很可惜的眼神，眼睁睁看着地铁开走了。站长很奇怪，上前问小姐：“你刚才不是要上车吗？”小姐：“我……刚才不是超重了吗？”



## 公司新进的伙伴



**陈琴**  
人事行政部  
前台文员



**何新合**  
长沙佳沃  
销售代表



**付婷**  
宜昌分公司  
服务支持



**王勇**  
宜昌分公司  
服务工程师



**闫小柯**  
长沙佳沃  
配件仓管



**覃永中**  
宜昌分公司  
司机



**夏迎锋**  
长沙佳沃  
销售代表



**谌雨盛**  
长沙佳沃  
销售代表



**蔡春梅**  
人事行政部  
人事助理



**陈德志**  
宜昌分公司  
服务工程师



**谢应宜**  
宜昌分公司  
服务工程师



**杨勇**  
武汉服务部  
电焊工



**付莉**  
财务部  
会计

**5, 6** 月出生的你生日快乐!

武汉中南: 胡嘉慧、刘姣芳、唐君、彭锦江、李杰、熊兴洲、姚敏、韦娜、周云凯、罗赤平

宜昌公司: 董树新

长沙佳沃: 徐雨兰、李坚玉、陈亚辉

江西佳沃: 鲁汉、张大纯、朱红华、郑晓金、刘钧明

十堰分公司: 高志红



## 江西佳沃井冈山之行

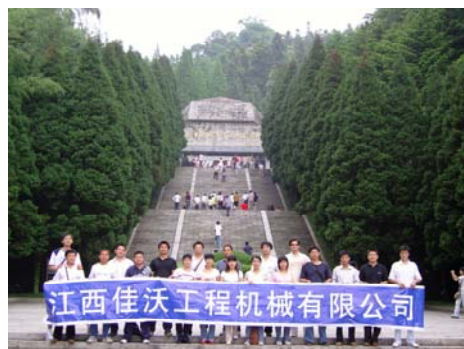
2007年5月26日, 我们(江西佳沃)的井冈山之旅开始了, 参加这次旅行的除了出差的和有工作安排的, 如销售部占昌龙、我们经理鲁汉有事及我们服务部兰瑞梁和曾绍平在上饶铅山做服务, 其他人员全部参加了。

我们这次井冈山之旅因为时间有限, 所有参观的景点大致包括六个地方: 朱毛旧居、黄洋界、龙潭、水口、北山革命烈士陵园和五指峰。这几个景点给我印象最深的应该是龙潭和水口两个地方。

在龙潭的门口导游就告诉我们“这里有五个潭, 如果都走完的话, 可能来回要将近两个半小时的时间, 如果你觉得累的话, 我们就往回走”。当时我们可还没有等导游说完, 我们就异口同声地回答“我们一定没有问题的, 一定要走完五个潭”, 其实, 从这里可以体现我们做事的一个决心, 这是我们在任何行业都需要的。但是, 感人的还在后面, 下山的时候我们有一两个女同事体力支撑不住了, 然后我们的男同事就在她们身边前面一个后面一个, 一个往前拉, 一个往后推, 这种情形让人看到就感动, 它体现了我们公司员工之间的团队精神。这一点我于2007年5月27日也就是旅游的第二天, 在水口景点的时候, 也有亲身的体会, 在水口的第一个景点, 我滑了一交, 因为我的鞋子比较滑, 当时我吓得就两个手撑着地, 简直就一动不动了, 我觉得我要掉进去了, 还没等着我想这么多, 就被拉上来了, 等我缓过神来一看, 原来是冯甘霖和辜学民, 当时把我感动得差点就要流泪了, 这就是我们公司的同事, 他们让我对他们有了更进一步的了解, 也让我对我们公司有了更进一步的了解, 这种精神让人感动。

除了以上两个地方之外, 北山革命烈士陵园对我们也有不少的震撼, 那里有很多烈士的雕像, 更有不计其数的为革命为国家献出自己生命的人的名字。在这里我们在场的所有员工合了一张影, 因为我们觉得很有必要也很有意义, 学习他们为国牺牲的精神。至于我们现在, 学习他们为国家为公司也为自己做自己应有的贡献。

◆ 茆燕 (江西佳沃)



## 好 文 共 赏

### 情绪管理——学会控制

有关医学资料认为，愤怒会导致高血压、胃溃疡、失眠等，据统计，情绪低落，容易生气的人，患癌症和神经衰弱的可能性要比正常人大。同病毒一样，愤怒是人体中的一种心理病毒，会使人重病缠身，一蹶不振。可见愤怒对人的身心有百害无一利。

日本老板想出奇招，专辟房间，摆上几个以公司老板形象为模型制作的橡皮人，有怒气的职工可随时进去对“橡皮老板”大打一通，揍过以后，职工的怒气也消减了大半。

如果你平时生气了，不妨出去参加一次剧烈的活动，看一场电影娱乐一下，出去散步，这些与痛揍“橡皮老板”有异曲同工之妙。

要学会正确认识，对待社会上存在的各种矛盾。要学会全面观察问题，多看主流，多看光明面，多看积极的一面，这样能使自己发现生存的意义和价值，使自己乐观一点，会使自己增加克服困难的勇气，增加自己的希望、信心，即使遇到严重挫折也不会气馁，不会打退堂鼓。

要学会正确释放、宣泄自己的消极情绪。一般来说，当人处于困境、逆境时容易产生不良情绪，而且当这种不良情绪不能释放、长期压抑时，就容易产生情绪化的行为。

高情商的人，懂得在必要的时候将消极情绪适时地释放、宣泄，譬如，找朋友谈心，找一些有趣的事情干，从中去寻找自己的精神安慰和精神寄托。

### 沙漠种树



有一老一少两个人同时在沙漠里种胡杨树。那个年轻人待树苗成活后，每隔三天就要给它浇水。而那位老人已等树苗成活，就来得很少了。即使来了，也只是把被风刮倒的树苗扶一把，不浇一点儿水。

转眼三年过去，两片胡杨树都长的有害碗粗了。忽然有一天刮起了沙尘暴，第二天风停后，年轻人惊讶地发现：年轻人种的树几乎全被风刮倒了，有的甚至连根拔起；而老人种的树，只是被风吹折了一些树枝和树叶。

年轻人很诧异，问其原因，老人道：“你经常给树浇水施肥，它的根就不往泥土深处扎。而我把树栽活后，就不再理睬它，逼得它们恨不得把自己的根一直扎到地底的泉源中去。有这么深的根，这些树怎能轻易被暴风刮倒？”

即使生命有合适的土壤，也不能给它太多的温暖，经历风雨世面、历艰苦磨难才是对生命的最爱。

### 驾驶技巧：如何在特殊路段行驶



● **沙地** 通过松软的沙地时，千万不要停车，一定要保持车轮匀速转动。进入沙地前，要提前加速，直到全部通过后，才可收油。在通过沙地时，会感到车轮遇到强大的阻力，车速明显降低，此时不要慌张，稍微加大油门，试着提高车速。切忌突然加大油门。

● **硬石路** 汽车在硬石路面行驶震动异常厉害，绝对是对汽车悬挂系统最苛刻的考验。驶入这种路段一定要严格控制车速，最快不过20公里/小时，除了照顾车上人员的感受，更重要的是保护轮胎，防止报废，切记慢行为上。

● **泥泞** 判断在泥泞路能否通过的简单办法，是看有没有汽车通过的胎迹，有胎迹就说明有汽车行驶过，胎迹越新前车通过的时间越短。根据胎迹的大小、宽窄还可以判断出是何种汽车，与自己汽车相比底盘的高低，马力大小，汽车重量的差异，能否顺利行驶过去。

在泥泞道路行驶的技巧是，如果泥比较厚，可以挂二挡，但车速不能太快，进入泥泞道路中间切记不要停车或换挡。在行驶时还要注意把握好行驶方向，直行穿过。否则车轮斜向前进，阻力增大，容易打滑甩尾。

● **砾石路** 砾石路，即石子较多的土路或柏油路面。起步时，轮胎会轻微打滑，可加大油门，尽快把石子踢开，以获得较大的驱动力顺利前进。这种路面会影响车辆的制动效果，紧急制动轮胎打滑，尤其是转弯时紧急减速，更容易导致车辆侧滑，因此避免事故的惟一方法还是降低车速。

● **隧道** 不管隧道中的照明有多亮，一定要开启大灯开车，这不只是让您看清路面，同时也让后方车辆能准确地辨别您的位置。如果隧道路线并不是您所熟悉的，那么，切记放慢速度，仔细看清地上的标线和反光标志，跟着前车的尾灯走，以免走到对方车道，发生危险。

### 服务理念：三心两意

——“三心”即“热心、精心、责任心”，两意即“诚意、让客户满意”

“热心”：我们要树立“人人是客”的观念！不管来者是谁、来意如何，都要一视同仁。热情的态度、甜美的笑容来感染每一位客户。

“精心”：即我们要有过硬的专业水平，同时要有严谨、细致的工作作风；一切服务活动要以客户的需求为出发点，处处主动为客户着想，想客户没想到的、做别人没有的服务，处处体现出我们的专业性。

“责任心”：“永远对用户负责”是我们对用户的承诺，也是我们永无止境的追求。保证产品质量和专业水平，是对用户高度责任的最好体现，我们只有严把质量关、不断提高产品质量和专业水平，才能真正体现出我们对用户的责任。

“诚意”：“用户服务”是我们团队的基本要求，我们必须认识到“客户的问题就是我们的问题”！对待客户要做到善于聆听，要有耐心，无论在什么情况下都不与客户争辩，不找借口，不推诿，做到真心实意地为客户着想、切实解决问题。

“让用户满意”：用户是否满意，是衡量我们工作的唯一标准。我们必须以客户为中心，贯彻“客户至上，信誉第一”的理念，想客户之所想，做客户之所需，并与用户保持良好的沟通，力所能及地为客户提供超出客户期望值的服务，让客户真正感动、信赖和满意。

◆高志红（十堰分公司）

### IT知识之常用篇

#### 计算器实现高级运算

相信大家都用过Windows中的计算器，通过它可以很方便地计算出结果，但如果进行计算的公式长，操作起来就比较麻烦了，需要一项一项进行输入，如果输错了，会影响结果的正确性。

这里告诉大家一个快速进行四则运算的小技巧。

首先将要进行计算的公式用记事本写好，如  $(38+7)$

$*5+15-550/25=$ ，然后打开计算器，将这个公式粘贴进去，就会直接出现结果，不用再一项项输入了；乘方运算一样可以实现，比如要计算3的8次方，则可以在记事本中输入  $3^8=$ ，若要计算3的1/8次方，则应输入  $3^{(1/8)}=$ ，然后粘贴入计算器就可以得到结果。该方法还可以进行许多复杂的计算：比如输入  $30s=$ 、 $30t=$ 、 $5n=$ 可以计算  $\sin 30^\circ$ 、 $\tan 30^\circ$ 、 $\ln 5$ 。公式的编写相当于直接输入时计算器的按键顺序。更多的计算类型大家可以通过查看计算器的帮助文件获得。