

学得深才能做得深

这两年，我们谈得最多的就是变化。面对变化，我们应该怎么办？是被动等待，还是积极应对，这是摆在我们各级领导干部面前不能回避的问题。对于销售一线的员工来说，积极应对，就是要加强学习，把不会的变成会的，把未知的变成知道的，以变应变，以变制变，我们就能够把握市场的主动权，掌握竞争的制空权，把市场做深做透。

今年上半年，面对变化和竞争，有的服务中心并没有感到多大的压力，市场越做越轻松，业绩越做越高，超千万的服务中心比去年多了一倍多。但是也有一些服务中心，在变化面前感到无所适从，感到恐慌，感到压力，市场越做越没有底气，越做越没有章法，业绩越做越低迷。同样的环境，同样的变化，为什么会有不同的结果？其实做得好的服务中心，不是因为他们市场好，运气好，而是因为他们变化面前，善于学习，找到了适应变化的规律，所以没有被变化牵着鼻子走。

变化意味着什么？变化意味着学习。杨总在年中大会的报告中说，现在我们很多客户的管理改革，采购流程的变化都非常快，不去了解、学习，还是按照以往的套路走，发现过去能走得通的路现在走不通了，过去能帮忙的朋友现在帮不上了，问题一个接着一个，这样做订单肯定是行不通的。从自身讲，今年上半年公司上市的新产品比去年更多，但是我们有一些服务中心、服务部甚至连样灯都没有，轻轻松松拿着电脑、手机的照片、资料给客户看几眼，真的能打动客户吗？新产品销售不出去，还是卖一些老产品过日子，显然是无法维持下去的。只有把新产品学透了，形成新老产品组合，我们才能解决

客户的照明问题，满足客户的专业需求。这就是，只有学得专，才有可能做得专，我们只有学得深，才有可能做得深。

其实，上半年有少数的服务中心主任、服务部经理，被免职、被降级，有的不一定就是不努力。但是不学习、不改变一定是事实。不信你们扪心自问一下，面对变化学了什么？针对竞争又做了什么？新产品了解了多少？智能控制你能够给客户讲清楚吗？QC、5S、公司的文化，你能够给客户完整介绍吗？

市场每天都在变化，竞争随时都在继续，残酷的事实告诉我们，在激烈的市场竞争和变化面前，唯有学习才能够进步，唯有创新求变才能够发展。可以说，一些老主任、老经理，对市场的变化可以说感受非常明显。现在客户不仅比质量、比功能、比服务、比价格，还比我们过去没有想到的东西。有些老主任感叹道，现在市场变化太大了，有时下市场感觉自己就不会做市场了，很多东西不清楚了，指导员工心有余而力不足。这就是没有学习的结果。

能力的短板是整个销售队伍普遍存在的问题，提升短板主要还是要靠学习。比如公司推出了智能控制，云集了大量的我们过去没有了解的新知识，但是有的主任不愿学习，就交给经理，经理不愿学，就交给专工，专工不愿意学就找总部的服务管理部。试想，你不学习，不把它搞明白，怎么向客户推这个系统？要知道现在有的客户，可能就是这方面的专家，如果你一知半解，胡吹乱侃，反而适得其反。再比如客户有QC、5S的需求，那么你就去学习这方面的知识，不能连QC、5S是什么就

不知道。但是现在确有这样的人，就是不知道。

所以在这里，我们要强烈地呼吁一下主任、经理、员工，尤其是刚刚入司的新员工，要加强学习，要把跟工作有关的知识学深学透，这样你才能把市

场做深做透。我们不要把自己的工作看简单了，以为就是一个卖灯的。我们做的是专业照明，我们卖灯就要卖的跟别人不一样才行。做专业照明的过程，就是一个不断学习的过程，学得越深，才能做得越深。

快速反应

学习标杆，争做标杆

2018年上半年，面对复杂的市场形势和激烈的市场竞争，大部分服务中心实现了业绩正增长，同时还有一批优秀的服务中心和服务部，勇于挑战更高目标，取得了非常优异的成绩，增强了公司全体员工的信心，振奋了整个团队的士气。这些标杆服务中心和服务部，是我们每个人学习的标杆。虽然他们所处的行业不同，遇到的困难也不一样，但是从他们在年中销售会议标杆演讲中，我们发现以下共同的精神和闪光点：

一、强烈的责任感，执著的目标信念。目标对于每个海洋王人来说，就是军令，就是一份沉甸甸的责任。虽然上半年公司一些行业的形势不容乐观，但是这些服务中心面对困难并没有给自己找借口，降低目标追求，而是以更加强烈的目标信念，不可动摇的意志，顽强拼搏，像狼一样拼杀在市场中，寸土必争。“如果没有斩断徘徊的勇敢，就将不会延伸前进的航线；如果没有勇往直前的信念，就将不会听到胜利的宣言”，标杆服务中心上半年能够实现目标，首先是有勇往直前的目标信念，然后制定明确的行动计划与措施，对目标进行了严格的管控，定期梳理目标实现情况，解决订单中的每一个问题，最后一步步实现目标。

二、坚持付出，深耕市场。无论是新市场、老市场，还是竞争激烈的市场，挖掘到有效需求是实现目标的第一步。标杆服务中心和服务部通过持续不断的付出与奉献，深耕市场，得到了客户的认可与支持。如一个标杆服务中心，为了进入客户的采购名单，坚持几年持续不断的拜访、付出，不断调整思维方式，寻求突破点，最后让公司产品成功打入客户单位，先生根发芽，再不断深耕，在客

户单位的采购量越来越多。冶金事业部一服务中心，连年多次是标杆，2018年上半年重新出发，通过管理手段挖掘客户需求，上半年又创造了较高的业绩。另外还有标杆服务部经理，他们做市场、挖需求不一定就有很多创举，而是坚持比竞争对手多做一点，多奉献一些，才能成为客户的朋友，发现更多的需求。

三、建立标准，按标准做事。目前，公司有一些员工还是按经验做市场，各有各的套路，订单往往做不到有效的过程管理，目标实现率难以保证。但是在标杆服务中心，他们做每一件事情都建立了明确的标准，如拜访客户有标准，每一个员工下市场都知道自己要做什么，达到什么效果，避免了盲目拜访，做无用功；服务方案有标准，不仅借鉴了成功方案的经验，保证了方案的质量，也减少了员工摸索的时间；跟班有标准，每个员工都明确了跟班要达到什么目的，提高了跟班效率。另外在上会、内勤、培训等工作上都有标准，每个人都在按标准扎扎实实开展工作。按标准做事，不走捷径，就是最快的方法，所以他们的目标实现率得到了有效保证。

四、持续改进，用工匠精神做好每一件小事。在市场竞争中，虽然竞争对手和我们也在运用相同的工作手段，做的事情看起来一样，但是只要用心一点，尽心一些，结果完全不同。标杆主任和经理在跟班、上会、5S交流以及为客户做小事中，坚持简单的事情重复做，重复的事情用心做，体现出海洋王人服务的专业性和用心程度。面对每一个改进点，他们反复琢磨，一点一滴改善，持续不断进步，最后赢得了客户的信任与支持。



7月10日，销售系统《钱学森传》辩论赛在海洋王科技楼举行。辩论双方对手你来我往，唇枪舌战，现场高潮迭起、掌声不断，气氛激烈。经过激烈角逐，网电事业部、公消事业部、冶金事业部分别获得冠、亚、季军。

2018年上半年销售系统荣誉墙



千万级服务中心争先奖：上海冶金服务中心



千万级服务中心争先奖：南京网电服务中心



千万级服务中心争先奖：西安电煤服务中心



千万级服务中心争先奖：西北油田服务中心



千万级服务中心争先奖：乌鲁木齐石化服务中心



千万级服务中心争先奖：军品二服务中心



千万级服务中心争先奖：成都场馆服务中心



千万级服务中心争先奖：国际部马来西亚国家代表处、国际项目一部、中国区服务中心

2018年上半年销售系统荣誉墙



优秀服务中心奖第一名：乌鲁木齐石化服务中心



优秀服务中心奖第二名：西安电煤服务中心



优秀服务中心奖第三名：军品二服务中心



优秀服务部第一名：华南厂电服务中心深圳厂电服务部



优秀服务部第二名：北京公安消防服务中心太原公安消防服务部



优秀服务部第三名：北京石化服务中心沧炼服务部



优秀服务工程师第一名：成铁服务中心唐国平



优秀服务工程师第二名：乌鲁木齐石化服务中心詹习秀敏

2018年上半年销售系统荣誉墙



优秀服务工程师第三名：东营服务中心李银奇



优秀服务中心新产品销售争先奖：郑铁服务中心、
华东公安消防服务中心、广铁服务中心



优秀服务部新产品销售争先奖：郑铁服务中心郑州
铁路二服务部、洛阳铁路服务部、新乡铁路服务部



新产品销售争先奖服务工程师：郑铁服务中心位乐乐、
广铁服务中心吴潇、郑铁服务中心王锐



2018年销售系统最美海洋王人



2018年销售系统“责任达人”



2018年销售系统心歌比赛特等奖：成都场馆



2018年销售系统心歌比赛一等奖：华东公安消防、北铁