

中机国际三五规划大家谈 第六季

战略落地 生根开花

首先,企业高层应该充分地认识到战略实施的重要性。制定战略目标的同时,应制定相应的实施计划和监控机制;其次,应该让企业员工从思想上统一认识、理解和接受企业的战略。员工是企业战略的执行人,要清楚地认识到企业的战略目标,并贯彻执行;再次,战略目标的分解。只有将战略目标具体分解到每个岗位,员工才能明确自己的任务。只有分工明确,才会任务明确,才会职责明确。企业应当配备相应的人才去完成战略,这就需要企业从战略出发,制定相应的人力资源配置计划或人才计划,为实现每一步战略目标储备和提供相应的合格人才;最后,应该实现个人利益与企业战略的有机结合,建立相应的激励机制。将每个岗位的绩效考核体系与分解后相应的企业战略挂钩,建立相应的绩效考核指标。薪酬制度应以企业整体战略和核心价值观为基础,目的是通过“分蛋糕”使得企业今后的“蛋糕”做得更大,薪酬制度必须体现企业个性化特征,使员工实现自身价值最大化的同时完成企业的战略目标。另外,企业应该为员工做好职业生涯规划,让员工能够非常清楚地看到为企业所做的服务可以得到的相应的成果和奖励。

中机国际副总经理 乔工

砥砺前行 坚定不移促发展

公司“三五”规划中提出,通过建立海外办事机构或海外业务平台,完善汽车贸易服务链,努力成为民族汽车企业“走出去”的重要渠道。国际贸易团队在过去一年中,在海外业务平台上的开拓积极响应公司号召,开疆扩土、砥砺前行,同时也战胜了前所未有的困难。在长期的驻外工作生活中,团队的成员们“顶得住压力、耐得住寂寞、经得起诱惑、看得清方向”,坚定不移地沿着“一带一路”倡议的方向走下去,一路相伴,一路成长。“不经风雨,怎么见彩虹,没有人能随随便便成功”,现在我们都真真切切地感受到了这句话的含义。

国际贸易一部 刘东

“三五”规划引领业务发展 助力团队建设

中机国际“三五”规划为我们指明发展思路和方向。贸易版块在经历不断转型和探索后,逐步形成自主品牌整车出口和关键零部件进口的核心竞争力。希望在公司“三五”规划的引领下,打造中国自主品牌整车出口龙头企业,同时,发展核心零部件的整车配套业务,携手有自主标定能力的技术团队,打造中机国际OEM自主品牌。

“三五”规划指引我们在积极开拓市场、为企业创造价值的同时,打造与中机国际核心价值观相符合的有战斗力的业务团队。“责任、创新、协同”是我们在开展业务的过程中必须坚守的信念和行为准则。责任是基石,创新是动力,协同是方法,将三者统一起来,我们的队伍必定是一支特别有活力特别能战斗的巧干实干的队伍。

国际贸易一部 田丽妮

把握机遇 不断开拓

“三五”规划处于全球经济形势复杂多变,我国经济发展进入新常态、传统行业比较优势减弱的环境下,国际贸易发展既有坚实基础、也面临严峻挑战。我们应充分利用内外部有利条件和机遇,准确把握国际贸易发展的新形势、新特征,抢抓机遇、应对挑战,着力加强市场开拓。作为一名新入职的员工,立足自身,应以公司的战略部署为纲领,要做到以下两方面:一是在现有业务正常运转、积极防范经营风险的同时,加强市场开拓意识,充分了解“一带一路”倡议沿线各国的政策和需求,依托国家政策加强新业务开发;二是不断提升个人素质和工作能力,切实将自身的职业发展与公司发展相结合,不断提高服务意识,努力提高公司效益。

国际贸易一部 李心玥

发挥优势 树立品牌

中机国际“三五”规划是对企业发展的战略指引,我们需要依托公司的优势资源平台,领会“三五”规划的核心内容,根据公司领导的要求,在提升工作责任心、创新意识和能力、协同合作等方面狠下功夫,结合自身的具体工作,为公司稳步发展添砖加瓦、保驾护航。作为贸易板块的员工,在中国制造稳步提升的大环境下,我们需要在已有的基础上对整车和零配件的供应资源进行优化整合,进行售后服务团队的培养和建设,发挥自身服务贸易的优势,将中国制造推向世界。在此过程中,我们要打造属于自己的整车出口品牌和文化,挖掘自身的核心竞争力,探索不同的业务模式,树立品牌形象。

国际贸易四部 陈文静

利用资源优势 促进双擎驱动

在公司“三五”规划指引下,我们需要以强大的展览资源优势、整车及零配件项目出口作为双擎驱动,以古巴办事处为中心、围绕“一带一路”倡议辐射整个拉美地区,积极开拓新市场、新业务,逐步成为国内外知名的综合性展览贸易服务商。在“三五”规划期间,我们要秉承公司战略规划精神,开拓业务同时也要把控风险,提升整体素质,我相信以“责任、创新、协同”为核心价值观的中机国际必定在下一个五年再创新高。

国际贸易四部 尚进文

抓住机遇 勇往直前

中机国际“三五”规划一定是创新与突破的五年战略。当下的中国充满着机遇,现在的企业享受着国家给予的大平台,无论是“四个全面”所倡导的全面深化改革,加强国家经济建设,还是“一带一路”倡议中国家给我们的外部国际优势,都非常有利于贸易业务的开拓与发展。我们要充分熟悉市场,了解国际关系与形势,了解合作方当地的民风民俗,相互理解,加强包容和信任,发展中机国际特色的国际贸易道路。对于个人来

说,要提升专业工作能力和执行力,勇往直前;对于部门来说,要加强整体专业水平,不断发掘新的合作伙伴,开拓创新,为公司的“三五”规划发展贡献力量。

国际贸易四部 史承民

胸怀方向说战略 肩负使命记初心

为适应母公司中机国际“三五”战略发展规划,同时也为北汽国际突破在平行进口汽车领域的发展瓶颈,北汽国际深入竞争激烈的市场前沿,扎根平行进口汽车市场核心腹地——天津自贸区。

公司迁址天津自贸区后,一方面组织核心业务骨干深度研究平行进口汽车市场新政策,同时调研国内外平行进口汽车市场行情变化;另一方面,成立专门物权监管组、租赁监管仓库,配合母公司不断加强并完善物权监管。同时,北汽国际主动了解客户的实际需求,不断提升自身服务效率与质量,树立良好的市场口碑,打造品牌核心竞争力。

牢记使命、不忘初心、点滴践行。北汽国际不断地思考、分析、总结、改进,在业务中持续进行微创新,市场分析中找出微特点,积累差异化。未来我们将继续脚踏实地工作,认真努力执行,在行业中形成自己的服务特色,争取早日实现“三五”战略发展目标。

北汽国际 刘志业

创新 永远在路上

国际市场风云变化,从政策变化到汇率波动都时刻影响着平行进口汽车市场的发展。公司在发展过程中不断摸索与创新,以适应市场的快速发展与变化。北汽国际加强与各金融机构的合作,结合平行进口汽车市场的新变化,在传统国际支付方式的基础上不断探索新的金融解决方案,降低成本、规避风险;公司尝试与电商平台建立合作关系,积极打造一条线上宣传、洽谈、签约、付款,线下体验、运输、交车的全新销售模式;北汽国际与第三方保险公司合作,在传统销售服务的基础上,提供延伸的售后服务,解决客户的后顾之忧。

北汽国际秉承“责任、创新、协同”的核心价值观,不断加深对平行进口汽车市场的认知,积极寻找自身的差异与不足,努力做到“人无我有,人有我优,人优我特,人特我专”。

北汽国际 陈恒超

提供优质服务 赢得客户和市场

在当前市场经济条件下,传统以价取胜的营销环境已发生了巨大的变化。当前高科技的广泛应用,信息高速流通,产品硬件标准趋同;公平、有序的市场竞争环境逐渐形成;商品的品种、质量和价格大体相当;利润已接近成本,这一切使价格竞争达到极限。因此,服务理念已逐渐被各企业所重视,谁能为客户提供优质服务,谁就能赢得客户和市场。

在买方市场中,求生存的最佳途径是提高客户满意度,做好服务工作,以真诚和温情打动客户的心,培养“永久客户”,谋求企业长远利益。

北汽国际 邓艳辉