

一支部一品牌

让党旗高高飘扬在展会

——记中机国际第三党支部

本报记者 李阳

抓防控、抗疫情是硬任务,抓生产、抓发展是硬道理。今年以来,中机国际第三党支部党员干部带头坚守一线,全员响应,先后完成粤港澳大湾区首展、全球唯一顶级车展、全球最大商展等艰巨任务。他们敢啃硬骨头,善打硬仗,是中机国际坚持高质量发展,做好“六稳”工作、落实“六保”任务的坚强战斗堡垒。

上海汽配展彰显中国实力

刚刚闭幕的上海汽配展是第三党支部党员同志做表率、公司谋实求实效、推动改革发展的又一具体体现。本届展会是疫情发生以来,全球规模最大的商业展。今年,对于第三党支部来说,吸引来自29个国家和地区的3845家境内外企业共同参展可谓压力倍增。开展前两周,上海疫情再次引起各方关注,虽然只是零星病例,但是引起了客户、组团单位、观众的恐慌情绪,一时之间关于展会取消延期的传闻四起,多家展商甚至提出要退展。临近展会,大家的工作压力要比往年大很多,党员同志主动承担压力,号召大家保持镇定和冷静,谨慎观察疫情走向。同时,党员同志带头做好客户维护工作,通过电话,微信,朋友圈等渠道,和客户进行沟通互动,了解客户的困境和问题,及时更新上海浦东新区疫情防控进展,为客户提供好的思路或建议,保持党员同志与客户的粘性。经过反复沟通协调,第三党支部党员逐一解决客户的“急难愁盼”。

伴随上海汽配展16年发展,第三党支

部党员始终以作风促新风,以表现显党性,赢得了客户和行业各界的广泛信任,也在上海汽配展不断成长中,见证并参与了中国汽车后市场不同发展阶段的迁移和产业变革大潮。

北京车展聚焦全球目光

骄阳十月,第16届北京国际汽车展览会作为2020年全球唯一的顶级国际汽车展览会,在疫情席卷全球,全行业倍受冲击的背景下,为业界同仁、为社会各界观众交出了一份展览面积20万平方米,展示车辆785台、全球首发车82台,吸引观众53万人次的亮眼答卷。北京车展的成功举办,正是第三党支部深耕汽车行业多年沉淀的宝贵财富。本届车展正值国庆、中秋双节,团队成员任劳任怨,党员同志带头作先锋,在北京新、老国展两地同时保障疫情防控,同时招商招展,强化安全保卫、餐饮供应、通信联络、信息咨询、观展指导等现场服务举措,既责任明确又协同作战。第三党支部党员再一次凭借“功成不必在我,功成必定有我”的精神,以不折不扣、不讲条件、不计得失的工作作风,打赢一场特殊战役,切实把党的路线、方针、政策领会好、传递好、落实好。

佛山车展打造首展标杆

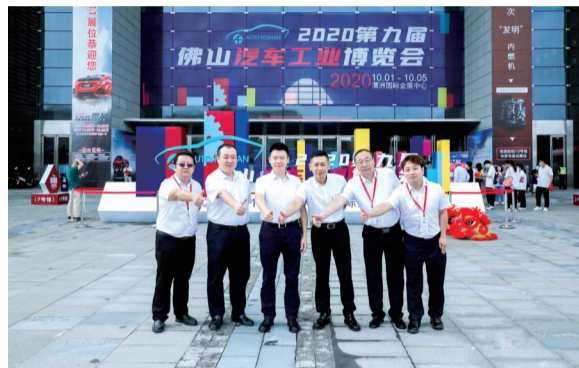
一场展会带动一方经济复苏。2020佛山汽车工业博览会(简称佛山车博会)成功打造了疫情防控常态化的办展“样本”,为期4天展会吸引5.6万人次观展,销售车辆达4200辆,销售额超过10亿元。这是中

机国际第三党支部在疫情防控常态化背景下交出的粤港澳大湾区首个线下实体展会的成绩单,标志着粤港澳大湾区会展业全面复苏,这也为疫情阴霾下的汽车市场射进一抹暖阳。面对新冠肺炎疫情带来的不利影响,第三党支部佛山项目组化压力为动力,将展会准备工作做精做细做足,既要做好疫情防控确保万无一失,又要聚集人气促进展销两旺。如何将“两难”变为“两全”,是摆在团队成员面前的一道没有退路的必答题。那段时间,大家分工明确、团结协作,党员同志冲锋在前身体力行,并且比以往更加谨慎,要求也更高更严。他们凭借责任在肩、苦干实干的精神,经受住了首场展会的“压力测试”,也为该地区会展产业按下重启键,吹响了粤港澳大湾区推动现代服务业复苏复市的号角。

疾风劲草烈火炼真金

一个支部一个堡垒,一名党员一面旗帜。第三党支部自成立以来,始终在提升组织力、强化执行力、增强战斗力上下功夫,着力打造具备专业精神、专业能力的

党员队伍。砥砺奋进,真抓实干,勇于担当是支部战斗力的具体体现。今年,在澳门、广州、呼和浩特、石家庄、菏泽等地,都能看到第三党支部敢啃硬骨头,善打硬仗的具体实践。他们在公司业务快速发展、人手相对紧张的情况下,坚持抓好思想引领,积极发挥党组织和党员作用,克服工作和生活的诸多困难,受到行业及社会各界的高度评价。



身边

吕宁: 展示党员风貌 赋能数字价值

本报通讯员 潘自祺

疫情发生以来,全国上下众志成城,万众一心抗击疫情。作为一名共产党员,吕宁始终坚守岗位,带领数据中心不断拓展新的业务模式,提升服务品质,奋力朝着完成各项工作任务关键指标而拼搏。

作为中机国际数据中心部长助理(主持工作),吕宁带领大家按照公司战略部署,广泛听取公司管理层、行业专家、各业务和管理部门的意见,将业务的需求和展览业的发展趋势相结合,积极主动作为,让国机云展览落地生根。千里之行始于足下,公司推出的“国机云展览平台”,数据中心积极整合项目线上展览资源,初步形成了线上线下展会联动机制,构建起展商和客户的沟通纽带,打造行业会展服务频道。数据中心未来将全面提速云展览平台建设,在创新融合中继续探索信息化反哺展会,强调数据价值转化的道路,提升专业流量,开拓新的盈利模式。

疫情是一场危机,同时也带来了新的契机。电话邀约作为部门的核心业务之一,如何更好地规范服务,提升服务质量是他一直思考的问题。日常工作中,吕宁提出数据中心每名成员要勇于突破常规电话呼叫的工作模式,立足工作本职,不断思考如何更好地完善工作细节和待改进项。“与客户联络的每一通电话,我们代表的都是中机国际。”吕宁在日常工作中是这样说的也是这样做的。

一次一位老人咨询广州新能源展参观事宜,老人操着浓厚的粤语,尽管说得很慢,吕宁只能听懂大概。在基本了解到老人想去看一些国产新能源汽车品牌后,便给老人做了基本介绍,并在展位图中相应位置做了标记,连同出行路线一同发微信给老人。展会第一天,老人特意来到现场,为主办方的服务点了个赞。吕宁坦言

道,看到此情此景,他认为这就是党员应该做的。

吕宁深知做会展既需要专又需要触类旁通,因为日常展会涉及的行业较多,他就利用业余时间了解行业知识框架,熟悉行业内的头部和特色企业,弄清这些企业的采买需求,将学习心得分享给团队的每一名成员。同时考虑今年因疫情原因,多数企业采用居家办公的方式,吕宁因时而变,在日常工作中重视电话沟通的基础上进一步强化微信、短信、邮件、小程序等多种触达手段的使用,形成营销组合拳,重视信息的正向传递,增加了公司展会品牌的曝光度,取得了不错的成效。

展会中的现场登录工作是数据中心的重要工作项目之一,吕宁通过思考不同类型和体量各异的展会特征,坚持专业化服务标准,遵循现场动线管理的思路,结合展

馆的实际情况,切实保证现场工作细致安全落地。他重视流程规范,强调现场登录工作流程,将观众注册工作按时间节点分解,针对涉及到的服务、开发、管理等方面进行标准化管理,期间按照现场工作流程规范,整理出《观众登录工作清单》《观众注册服务标准》。重视服务后评价体系,制定了《供应商工作检查表》,对现场服务整体情况形成客观评价和追溯,得到了项目组和服务商的一致认可。

弘扬爱国奋斗精神 建功立业新时代

