

广州局集团公司

营销攻关成效显 筑巢引商添动力

陈明君 明绮清

连日来,中国铁路广州局集团有限公司聚焦“两坚守两实现”,多角度发力,推进国铁通用物资采购平台建设。截至9月15日,广州局集团公司通过站段审核入驻平台企业875家,供应商签署合同693家,上架商品26526件,销售金额达11595.4万元。

加强日常管理,强化营销攻关,形成工作合力,着力节支降耗。广州局集团公司成立由党政主要领导任组长、各有关部门组成的平台运营工作领导小组,定期召开会议研究讨论推进工作;建立完善工作机制,制订推进方案,提出工作总体要求,明确工作目标、组织机构和工作职责,规划具体实施步骤。相关站段成立平台建设推进机构,完成客户代表和平台运营管理两支队伍的组建;按照“局集团公司负责培训中心、车间骨干,中心、车间骨干负责培训客户代表”的模式,多层次开展业务培训,提高业务技能。该局集团公司自编课件教材,抽调骨干先期培训,为后续对客户代表、审核人员、运营人员进行广泛培训培养师资。根据运营工作需要,广州局集团公司分两期开展平台使用培训,对100名业务骨干进行业务培训;根据运营工作的实际需要组织人员编写平台注册、开店流程、审核岗位、运营岗位、审核要点等课件,提高供应商入驻工作效率。

寻求各方支持,千方百计引入供应商。广州局集团公司去函广东、湖南、海南三省工信厅,宣传平台扩大应用对促进地方经济发展的作用,提请工信厅提供本省各地市、县区生产型企业的相关信息,为精准营销、提高供应商引入工作效率提供支撑。他们联系广东省政务服务数据管理局,在政府的权威平台“粤商通”App设置了采购平台宣传页面,向广东省数百万企业在宣传推广,不断扩大知名度,吸引更多企业入驻;加强与行业协会的联系,取得行业协会支持,向生产制造企业进行宣传与招商。在广东省制造业协会的大力协助下,广东福田电器、广东正优智能科技等企业入驻。同时,广州局

集团公司相关处室、货运中心对本单位日常业务联系企业进行梳理,找出注册地为湘粤琼三省的生产型企业,确定引入攻关目标并开展攻关。

网格化攻关,提升商品种类数量。广州局集团公司组织开展“抓营销促增长 抓质量促发展”和“建设我们自己的网站”等主题活动竞赛活动,调动全员干事创业积极性。各单位进一步提高站位,充分利用资源,组织开展网格化营销。各货运中心按照车间管辖范围,组织客户代表深入市场开展调查,通过上门走访、电话访问、网络联系等方式广泛宣传平台优势,全面开展网格化攻关。同时,他们加强与地方工商、市场监督管理,取得政府部门支持,精准获取企业信息,利用天眼查等软件进一步拓宽企业信息查询渠道,梳理管内企业信息进行精准营销,提高工作效率。

从前期注册账号到进驻申请,再到后期开店运营,广州局集团公司安排专人对入驻客户给予全程技术支持并提供服务。货运系统推出审核“日清”制度,即对企业提出的注册和入驻申请,必须在提出当日审核完毕;建立企业入驻咨询微信群,广邀意向企业入群,在群内发布相关培训课件供企业学习参考,并对意向企业提出的问题及时解答;建立企业入驻申报问题库和站段审核问题库,每日更新,随时解决问题;在广州、长沙设立了3个办理点,指定专人对企业现场办理入驻,同时以“上门服务”和视频指导办理相结合的方式解决企业注册的堵点。

在广州货运中心工作的顾嘉章带着16名同事从早忙到晚,一方面细心审核企业的相关资质,一方面逐一核对入驻商品价格进行审核,确保供应商所报商品价格不高于主流平台价格。“审核工作需要耐心。我们作为把关人,既要为人驻客户做好服务,也要认真把好资质关价格关,责任很大。虽然辛苦,但是看到入驻商家越来越多、节支降耗成效愈加明显,我们觉得自己的辛苦是值得。”顾嘉章说。

北京局集团公司

释放数字“红利” 激发降本增效活力

柴娜田 萌 关学生

“2月,我们在国铁通用物资采购平台开辟铁路防疫物资专区,引入路内具有相关生产资质的非运输企业,为他们提供经营创效新思路。”中国铁路北京局集团有限公司物资部相关负责人介绍。截至目前,北京局集团公司通过平台累计采购防疫专区物资达977万元,采购节约68万元。

平台上线以来,北京局集团公司积极引流上线、科学运营管理、全面推广应用,为进一步做好节支降耗提供新思路。截至9月15日,该局集团公司在平台累计采购112148笔订单,采购金额4.27亿元。

通过数字化技术,平台构建了铁路各级企业与物资供应商之间新的生态关系。借助平台统一、开放、便利、透明、可追溯等特点,北京局集团公司高度重视平台使用管理和操作执行,扎实推进平台网上运营工作。

“为开展好引流上线工作,我们组织各部门做好供应商信息的梳理汇总,以日常需求大的办公耗材、劳保用品、电子产品等为切入点,以点带面推动工作,做到有的放矢、先易后难。”北京局集团公司货运部相关负责人介绍。

按照网格化营销思路,北京局集团公司分级摸底,积极引流上线。他们主动与地方工信部门、商会建立联系,从政府层面获取企业信息支持,由货运中心营销团队向企业进行宣传推介,挖掘有效企业资源。此外,他们还开展“国铁平台入驻邀请”微信朋友圈点赞等形式新颖、互动性较强的活动,吸引企业关注。

目前,北京局集团公司共摸排企业6976家,初步筛选满足平台入驻条件的企业1921家,其中生产制造企业1746家,商贸企业175家,正在组织客户代表

与企业对接,开展调研工作。

平台上线初期,北京局集团公司结合工作实际,积极宣传、全力推广,多次组织专题培训班,一方面邀请专家对平台入驻审核过程中产生的疑问进行答疑,确保对外营销口径的准确性、及时性;另一方面深入讲解平台应用管理知识,有效增强了电商管理人员的实际操作能力。

该局集团公司严格客户代表管理,由专人负责每日收集各货运中心有关客户代表培训情况、引流上线进度、问题及建议等信息,定期对引流上线资质审核及供应商上架商品价格管控工作质量进行抽查,并对典型问题进行梳理总结,不断提高客户代表工作质量,保证引流上线供应商资质合规有效。他们还积极开展“营销供应商入驻国铁通用物资采购平台”劳动竞赛,充分调动广大干部职工营销积极性和主动性。

“我们优中选优,把综合能力强的大学毕业生职工安排在平台运营的关键岗位,不断深化平台技术与管理的创新。”北京局货运中心相关负责人说。该局集团公司对管内各货运中心大学毕业生职工进行摸底,梳理具备图片处理、视频制作、网页设计等电商运营相关技能人员613名,经层层筛选后,推荐到平台管理岗位工作。

为进一步指导所属单位规范应用平台实施采购,该局集团公司指导采购单位健全平台采购管理制度,明确归口部门,建立平台采购决策机制,细化本单位的采购流程、管理要求。物资部每月对平台应用情况进行总结分析,组织采购单位积极配合平台填报新增商品需求,严格执行监督比价原则,利用“违约我查查”程序向平台反馈价格违约、质量违约、物流违约、违约物资上线等问题。



“两坚守两实现”

铁路物资管理迈入大平台时代

拓宽企业节支降耗新空间



制图 尹力

上海局集团公司

品类日渐丰富 监管更加有力

吴少妮

临近中秋,中国铁路上海局集团有限公司基层单位人员在浏览国铁通用物资采购平台网页时发现,知名月饼品牌“杏花楼”和“元祖”推出的多款新品吸引众多订单。

一些知名企业目前已入驻平台。截至9月15日,上海局集团公司在平台签约供应商631家,上架商品19994种,各单位通过平台采购各类通用物资累计金额达4.68亿元,与平台基准价相比节约1.55亿元。

增强国铁通用物资采购平台影响力,丰富商品种类是重中之重。利用铁路货运客户大数据,上海局集团公司加大公开招商力度,引入更多优质供应商、平台商入驻平台。他们发挥货运板块营销优势,以247名客户代表为基础组成客户代表团队,向潜在客户宣传“免收店铺租金、免收销售差价、免收技术服务费”的三免政策;进一步对接省市地方政府,掌握江苏、浙江、安徽三省和上海市主要生产制造业企业信息,对照14个铁路通用物资采购品类,梳理目标企业客户,按板块、分地区开展市场调查,仅上海地区就梳理目标企业18311家。

与此同时,上海局集团公司优先组织所属单位现有物资供应商入驻平台,筛选符合条件的优质生产企业作为潜在客户,由客户代表逐一对接、引导入驻,提高平台知名度和影响力。

平台推广应用涉及物资、货运系统以及上海局集团公司所属百余家公司、上万种物资的供应商,牵涉面广,必须强化顶层设计。

在平台推广应用过程中,上海局集团公司加大监督审核力度,设置局集团公司集中审核环节,对采购订单进行统一审核监

编者按 “两坚守两实现” 攻坚战冲锋号角已经吹响。打好这场攻坚战,需要全路广大干部职工心往一处想、劲往一处使,在合力共为中不断打开新局面、实现新突破。

一流的企业必须有一流的物资管理作保障。按照“大统筹、大平台、大监管”的物资管理改革发展要求,铁路部门建立国铁通用物资采购平台,铁路物资管理迈入大平台时代。平台开通以来,业务规模迅速扩大,物资采购信息全面公开,充分发挥了物资管理节支降耗、提质增效的作用。一方面,平台拓宽了铁路电子商务采购渠道,为铁路产品供应商提供了一条能够快速便捷进入铁路市场的绿色通道,节约了国铁企业的采购成本;另一方面,平台也为国铁企业与平台商户的深度融合提供了合作机会和整合空间,通过高效优质的货运解决方案,吸引更多物流业务转向铁路货运市场,助推增运增收。

聚焦“两坚守两实现”,以国铁通用物资采购平台为依托,“物资采购”这一节支降耗的重要发力点能够闪耀出哪些新的亮点?各铁路局集团公司围绕国铁通用物资采购平台建设、实现节支降耗目标有哪些优秀做法? 对这些问题,本版进行 深入解读。

LINK 相关链接

国铁通用物资采购平台

国铁通用物资采购平台(以下简称“平台”)是中国国家铁路集团有限公司充分发挥行业、资源和管理优势,运用大数据、云计算、物联网、区块链等技术手段,打造的专业化、信息化、集约化、智能化铁路特色采购交易平台,为国铁集团及所属单位等路内外采购单位、商户提供阳光便捷、质优价廉的采购交易服务。

国铁物资有限公司是平台的经营管理主体,负责建设、运营和组织管理工作。中国铁道科学研究院集团有限公司负责平台应用软件的自主研发、运维和安全保障工作。各铁路局集团公司负责管内入驻商户的日常运营管理和市场拓展工作,货电站段(含货运中心)负责日常运营工作。

“数”说平台

自2020年6月30日全面推广以来,平台销售商品包括办公用品、粮油食品、工业品等14个一级分类,160余个二级分类,超1700种三级分类,累计入驻供应商超12000家,引入品牌3万个,上线商品突破60万家,浏览量超5500万,订单数突破140万单,销售商品超2亿件,发运商品超过186万吨,在线交易总额突破60亿元,采购节支率超过10%。

“四网一柜”

为全面推进乡村振兴、巩固拓展脱贫攻坚成果,铁路部门持续发挥行业企业优势,继续大力实施消费帮扶,已形成包含平台在内的“四网一柜”铁路消费帮扶体系,扎实有序推进消费帮扶工作。

聚焦“两坚守两实现”目标新举措

一是平台重点打造了统一组织、采购、供应的铁路防疫物资专区,累计供应防疫口罩7500多万只,各种清洁纸袋、纸杯等超1.85亿个,为坚守安全底线、助力全路疫情防控提供了坚强保证;二是加强平台价格管理,建立集采专区,进一步发挥大宗交易的价格优势和规模效应,实现需求集中、采购集中、服务集中、管理集中,进一步降低采购成本;三是为中国铁路出版社有限公司等全路近百家非运输企业在平台上拓展采销渠道,累计实现销售金额超5亿元,为中铁快运股份有限公司等路内企业物流增量提供了有力支撑,助力国铁企业经营目标完成。

“相关链接”文字由国铁物资有限公司提供

济南局集团公司

加大招商力度 实现多方共赢

李锡秉 李峰

“3项费用免除、‘万亿蛋糕’等你开启……”今年暑运,一段精心制作的宣传视频通过车站广场大屏、列车电视、新媒体等平台面向社会循环播放。中国铁路济南局集团有限公司提升站位、明确目标,按照中国国家铁路集团有限公司统一部署,将国铁通用物资采购平台建设与创新创效、节支降耗和推动铁路高质量发展紧密连接,通过广泛宣传,提高干部职工参与的积极性和主动性。

济南局集团公司加大平台招商力度,创新营销方式,扩大走访范围。6月,济南局集团公司开展“携函拜会”专项行动,一份份真挚诚恳的协助推广函被送到地方政府、各地商协会和各大企业,充分展示平台利民利商的各项优势。目前,他们已与山东省13个地方政府对接,逐步实现分区分县网格化推广。济南车务段联合泰安市工业和信息化局、商务局的“6·18”专场招商推介会,一次邀请到81家生产加工实体企业,现场注册21家,达成意向40余家,单场活动招揽率超过75%。

截至9月15日,济南局集团公司累计签约入驻供应商1422家,签约商品数量83146种,上架商品数量31006种。

按照“干什么学什么、缺什么补什么”的原则,济南局集团公司分系统、分层级组织自学和集体学习,夯实知识基础,更好对接客户服务工作。目前,济南局集团公司国铁通用物资采购平台专班队伍已有百人以上,“实在实干、马上就办、办就办好”的“专班工作法”广泛推行,工作质效大幅提高。

针对国铁通用物资采购平台运营开店和商品上架等薄弱环节,他们指导供应商及时开通店铺权限,认真做好店铺运营、商品上架、物流管控和价格管控等方面的监督。济南局集团公司设专人每日盯控物流预警信息,督促各单位运营人员协助商户进行物流盯控,确保货物按期送达。

济南局集团公司发挥监控职能,建立采购、审核、审批流程,层层把关,明确审核由单位分管领导负责;配备配强审核人员,提高审核质量和效率,发挥局集团公司、站段两级卡控的作用。他们抓牢计划、采购、结算3个环节,督促采购单位汇总需求量,及时提报采购方案;采购时进行商品比选,择优下单;每月按时间节点对账结算,杜绝逾期账单,从而最大限度降低采购成本、节支降耗,形成了路地携手、多方共赢的良好局面。