

فولاد هر مزگان، شرکت برگزیده همایش سراسری رضایت‌مندی مشتری



شرکت فولاد هر مزگان در همایش سراسری رضایت‌مندی مشتری به عنوان شرکت برتر انتخاب شد. مهندس شکری زاده، مدیر فروش شرکت فولاد هر مزگان پس از دریافت لوح تقدیر این همایش گفت: در دنیای مدرن امروز و با وجود رقابتی بسیار در عرصه تولید، برای تحقق اهداف یک سازمان تجاری و تولیدی و تداوم حضور در عرصه تجارت، یکی از ارکان مهم هر سازمان، مشتری‌مداری و کسب رضایت‌وی از محصول خریداری شده و خدمات دریافتی است. از آن رو که بقای هر سازمان به مشتریان وی می‌باشد و مشتری‌رضای می‌تواند به عنوان یک منشأ تبلیغ برای محصول آن سازمان به شمار رود و از طرفی هزینه‌های جذب مشتریان جدید را نیز کاهش دهد و از طرف دیگر نیز با توجه به گستردگی رقابت، همواره احتمال ریزش مشتریان و جود دارد، بنابراین مشتریان وفادار می‌تواند مهمترین سرمایه یک سازمان دانست.

وی ادامه داد: کشف نیازها و خواسته‌های مشتریان و برآورده کردن آن یکی از اولویت‌های اصلی هر سازمان است بنابراین سازمان‌های پیشرو سعی می‌کنند تا با کسب مزیت‌های رقابتی سهم خود را از بازار افزایش داده و به بقای خود در بازار بپردازند. مشتری باید در قبال از دست دادن پول، بیشترین مطلوبیت را به دست آورد و خریدار در صورت عدم احساس دریافت حداکثر مطلوبیت ناشی از خرید محصول، خود را مغیوب دیده و اعتماد خود را از دست می‌دهد.

مدیر فروش فولاد هر مزگان تأکید کرد: رویکرد «فروش» آغاز یک تعهد است که تمامی کشورهای توسعه یافته به عنوان یک استراتژی مطرح است و عمده شرکت‌های بزرگ جهان، رضایت مشتریان را راجع بر سود خود دانسته و منافع خود را در راستای منافع مشتریان می‌بینند، لذا یک سازمان باید به طور مستمر اقدام به پایش نظریات مشتریان و نظرسنجی از آن‌ها کند زیرا رضایت‌سنجی از مشتریان در علم بازاریابی فعالیت است جهت ارزیابی عملکرد شرکت از طریق هم‌خوان نمودن خواسته‌های مشتریان یا محصولی که سازمان به آنها ارائه می‌دهد، به عبارت دیگر سازمان اندازه می‌گیرد چقدر فروش محصولات ارائه شده با انتظارات و خواسته‌های مشتریان هم‌خوانی داشته و رضایت آنها جلب شده است.

وی اظهار داشت: برخلاف تصور عمومی این قیمت و کیفیت نیست که موجب رضایت مشتری می‌شود، بلکه عدم آگاهی از نظرات مشتریان است که موجب رویگردانی آنها می‌گردد.

مدیر فروش فولاد هر مزگان با اشاره به شرایط بازارهای داخلی و خارجی، اظهار داشت: امروزه سطح انتظارات مشتریان و نیاز مصرف‌کنندگان

محصولات فولادی با گذشت زمان تغییر کرده است و سطح انتظارات آنها با توجه به اولویت‌هایشان در خصوص خرید محصول کیفی، تحویل به موقع، پاسخگویی سریع و ارائه خدمات مطلوب و تأمین پایدار بالاتر رفته و رقابت تولیدکنندگان بر سر حفظ و افزایش سهم بازار بسیار تشدید یافته و لازم است تولیدکنندگان در زمینه قیمت و شرایط پرداخت امتیازات ویژه‌ای را به مشتریان بدهند تا بتوانند بازار را مدیریت کرده و متناسب با نیاز آنها منافع بلندمدت و پایدار خود را مد نظر قرار دهند.

وی ادامه داد: در زمینه بازاریابی و فروش محصولات فولادی بویژه فروش محصول نیمه نهایی اسلب شیوه‌های فروش نیز به دلیل حفظ و خرید پایدار مشتریان انعطاف پذیرتر گشته و عمدتاً رویکرد طرفین بصورت مذاکرات توافقی از جمله انعقاد عقد قراردادها بلند مدت با مشتریان استراتژیک، ایجاد توافق نامه‌های دو طرفه بین تولیدکننده و مصرف‌کنندگان واقعی محصول و یاروش‌های فروش اعتباری که استراتژی برود بر طرفین را مدنظر قرار می‌دهد را بر می‌گزیند.

شکری زاده گفت: شرکت فولاد هر مزگان به عنوان پیشرفته‌ترین صنعت فولاد داخلی، با ایفای نقش راهبردی در توسعه صنعتی در منطقه جنوب کشور و با رویکرد توسعه پایدار به عنوان سازمانی سرآمد در صنعت

کشف نیازها و خواسته‌های مشتریان و برآورده کردن آن یکی از اولویت‌های اصلی هر سازمان است بنابراین رضایت‌سنجی از مشتریان و نظرسنجی از آن‌ها ضروری است

مستمر و استراتژی‌های توسعه بازار، در راستای جلب نظر مشتریان و ارائه محصولات مطابق استانداردهای روز دنیا، اهداف و برنامه‌های خود را تهیه و تدوین نماید. بدین منظور، کسب حداکثر رضایت مشتریان خود را به عنوان یکی از اولویت‌های مهم در تابلوی اهداف مصور ساخته و سعی می‌کند تا به نحوی گوناگون از زمان دریافت درخواست از مشتریان تا زمان تحویل و حتی پس از آن حقوق مشتریان را مدنظر قرار دهد و در هر کجای این زنجیره حتی المقدور به نیازهای آن‌ها توجه کند.

شکری زاده ادامه داد: در حال حاضر نیز تمامی واحدهای شرکت در کل فرآیند فولاد هر مزگان از جمله فروش و بازاریابی، استراتژی‌ها و اقدامات متعددی برای حفظ و افزایش رضایت مشتریان در نظر گرفته و در حال اجرا دارند و در راس آن نیز واحد برنامه ریزی فروش و تحقیقات بازاریابی، با مشتریان و بازار ارتباط مستقیمی داشته و نیازسنجی و رسیدگی به شکایات مشتریان، سنجش رضایت مشتریان، دریافت بازخوردها از مشتریان و نیازهای آن‌ها را در راستای سیاست‌گذاری‌های سازمان به منظور افزایش حداکثری رضایت مشتریان و رعایت حقوق آن‌ها در دستور کار دارد.

وی گفت: از طرف دیگر، نظام تولید و فروش بر پایه مشتری‌مداری تعریف شده و به پیش بینی و ایجاد واحدها و ساختارهایی متناسب با نیازهای مشتریان در این زنجیره پرداخته است. در این ارتباط، در سال جاری بر اساس معیارهای تعالی سازمانی، شاخص‌ها و گردشکارهای عملیاتی مجدداً مورد بازنگری قرار گرفت و در زمینه بهبود فرآیندهای فروش، معیار سنجش رضایت مشتریان مورد توجه ویژه واقع شد و با انجام اقدامات اصلاحی مطابق نظرات اخذ شده و سطح انتظارات مشتریان و ارائه بازخوردهای مورد نیاز به آن‌ها، گام‌های مهمی در راستای جلب رضایت مشتریان در شرکت برداشته شد. همچنین مطالعات، تحقیقات و شناسایی نیاز بازار در زمینه بررسی تقاضای مشتریان منجر به تهیه بانک اطلاعاتی مشتریان و رقابتی خارجی گردید که در تهیه و تدوین برنامه‌های بلندمدت فروش نقش به‌سزایی داشته است.

شکری زاده اظهار داشت: از اهم اقدامات صورت گرفته در راستای جلب رضایت مشتریان می‌توان به سنجش دوره‌ای رضایت آنها، ارائه بازخوردها و

به‌طور کل سیاست‌گذاری‌های مبتنی بر مشتری‌مداری و خط مشی و سیاست‌تکریم مشتریان موجب شده است شرکت فولاد هر مزگان همواره فراتر از الزامات و استانداردهای گام بردارد و نظر سنجی از مشتریان که در سال ۱۳۹۷ انجام شده است نشان می‌دهد که اقدامات صورت گرفته رضایت مشتریان را در پی داشته است

اقدامات اصلاحی به مشتریان، تأمین کالا مطابق نیاز آن‌ها و نوع کاربرد در محصول نهایی، ارائه تنوع در شرایط پرداخت، تحویل به موقع محصولات، بهبود مکانیزم‌های ارتباط با مشتریان، اشاره نمود. تنوع در شرایط پرداخت، تخصیص اعتبارات مالی به مشتریان، انعقاد تفاهات‌نامه‌های بلندمدت با مشتریان استراتژیک، کاهش زمان پذیرش مشتریان در کمتر از یک هفته کاری، تعریف پروژه مدیریت ارتباط با مشتریان و پیگیری مستمر در جهت استقرار آن، تعریف پروژه سیستم پروفایل مشتریان جدید و بالقوه از طریق وبسایت شرکت، حضور در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی به منظور ارتباط موثر در جذب و پذیرش مشتریان، کاهش زمان پاسخگویی تجاری در کمتر از یک روز، کاهش زمان پاسخگویی و تعاملات با مشتریان در خصوص شکایات مطرح شده در واحد فروش کمتر از سه روز کاری، بهبود ارائه خدمات مشاوره تجاری، تعاملات ویژه با مشتریان در قالب بازدیدهای ادواری، دعوت از مشتریان به شرکت، جلسات مشترک‌فای‌مابین و... نیز از جمله اقدامات اصلاحی صورت گرفته بر مبنای نظرسنجی انجام شده از مشتریان می‌باشد.

مدیر فروش فولاد هر مزگان در پایان گفت: به‌طور کل سیاست‌گذاری‌های مبتنی بر مشتری‌مداری و خط مشی و سیاست تکریم مشتریان موجب شده است شرکت فولاد هر مزگان همواره فراتر از الزامات و استانداردهای گام بردارد و نظر سنجی از مشتریان که در سال ۱۳۹۷ انجام شده است نشان می‌دهد که اقدامات صورت گرفته رضایت مشتریان را در پی داشته است و بر آنیم تا در سال‌های آتی نیز به این فعالیت تداوم بخشیم.

سنگ آهن کردستان خام‌فروشی نمی‌شود

معاون امور معادن و اکتشافات معدنی سازمان صنعت، معدن و تجارت کردستان گفت: سنگ آهن معادن این استان خام‌فروشی نمی‌شود بلکه به کنسانتره تبدیل می‌شود.

مهدی مرادی اظهار داشت: در حال حاضر ۲ میلیون و ۱۰۰ هزار تن سنگ آهن خام و یک میلیون و ۳۰۰ هزار تن کنسانتره در استان تولید می‌شود.

وی با اشاره به اینکه برای تولید هر تن کنسانتره ۱.۷ تا ۱.۸ تن سنگ آهن خام نیاز است، اضافه کرد: تولید ۱.۳ میلیون تن کنسانتره نیازمند بیش از ۲ میلیون تن سنگ آهن خام است.

معاون امور معادن و اکتشافات معدنی سازمان صنعت، معدن و تجارت کردستان افزود: بر این اساس به ضرر سراسر قاطع هم‌اکنون خام‌فروشی سنگ آهن خام در استان نداریم.

وی با اشاره به اینکه سال ۹۳ زنجیره تولید فولاد کردستان مصوب شد، گفت: در این راستا قرار است یک میلیون و ۵۰۰ هزار تن ورق فولاد گرم در این واحد تولید شود.

مرادی یادآور شد: برای تولید ۱.۵ میلیون تن ورق فولاد نزدیک به ۴ میلیون تن کانسنگ نیاز است و این کانسنگ سپس تبدیل به خردایش، کنسانتره، گندله، آهن اسفنجی و شمش می‌شود.

معاون امور معادن و اکتشافات معدنی سازمان صنعت، معدن و تجارت کردستان اظهار داشت: از این پنج حلقه ۲ حلقه خردایش و کنسانتره در استان وجود دارد و فعال است.

وی با بیان اینکه کنسانتره تولید شده استان در حال حاضر به ذوب آهن اصفهان و سپاهان و دیگر شهرهای صادر می‌شود، تأکید کرد: باره‌اندازی حلقه‌های بعدی تولید فولاد قطعاً از ارزش افزوده و اشتغال‌فرآوانی در استان ایجاد می‌شود.

مرادی افزود: ۵۰ هزار میلیارد ریال هزینه سرمایه‌گذاری راه‌اندازی زنجیره فولاد استان است و اشتغال در این رابطه هم‌بیش از ۲ هزار نفر برآورده شده است.

معاون امور معادن و اکتشافات معدنی سازمان صنعت، معدن و تجارت کردستان گفت: علاوه بر زنجیره فولاد هم‌اکنون در سقز یک هزار و ۴۰۰ هزار تن کنسانتره و آهن اسفنجی تولید می‌شود. مرادی اظهار داشت: باره‌اندازی زنجیره فولاد و ذوب آهن سقز دیگر خام‌فروشی سنگ آهن نخواهیم داشت و در سه چهار سال آینده مردم شاهد تحولات گسترده‌ای در این حوزه خواهند بود.

به گزارش ایرنا، ۴۰۰ پروانه بهره‌برداری در حوزه مواد معدنی فلزی، سنگ تزئینی، سیلیس، فلدسپات، دولومیت، باریت سنگ معدن و مصالح ساختمانی در کردستان صادر شده است.

فولادسازان جهان در مصرف آب



در دیدار مدیر روابط عمومی فولاد مبارکه با مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان بر اهمیت اطلاع‌رسانی صحیح به موقع و لزوم تعامل هر چه بیشتر صنعت و حوزه فرهنگ تأکید شد.

در این دیدار ایرج ترابی، مدیر روابط عمومی فولاد مبارکه ضمن برشمردن بخشی از اقدامات شرکت در حوزه فرهنگ و هنر رویکرد عمومی فولاد مبارکه در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی را تشریح کرد.

وی با اشاره به اقدامات زیست‌محیطی این شرکت عنوان کرد: امروز فولاد مبارکه با مصرف ۲.۷ لیتر آب برای تولید هر کیلو فولاد در بین فولادسازان جهان به یک نمونه‌سرمآمد و الگو بدل شده است.

مدیر روابط عمومی فولاد مبارکه افزود: در راستای عمل به مسئولیت‌های اجتماعی شرکت اقدامات ارزنده‌ای در زمینه بازرچرسانی آب و تأمین بخشی از آب مورد نیاز خطوط تولید از طریق تصفیه پساب شهرهای مجاور صورت پذیرفته است که علاوه بر کمک به بهداشت ساکنان منطقه زمینه لازم برای عبور صنعت از بحران کمبود آب فراهم نموده است.

گزارش

معاون وزیر صنعت:

صادرات سنگ آهن به نفع کشور نیست

معاون امور معادن و صنایع معدنی وزیر صنعت، معدن و تجارت تصریح کرد: این وزارتخانه موافق خام‌فروشی نیست و در سال رونق تولید حتماً باید مواد معدنی را در داخل کشور به ارزش افزوده تبدیل و سپس صادر کنیم.

جعفر سرقینی افزود: از سال ۹۲ این وزارتخانه اقداماتی را برای جلوگیری از خام‌فروشی مواد معدنی انجام داده و در دو دسته اصلی تقسیم‌بندی کرد که یکی از آن موارد ایجاد محدودیت قانونی برای صادرات مواد خام معدنی بود و بدین منظور معافیت‌های مالیاتی صادرات مواد خام معدنی را برداشتم و از طریق قانون و وضع عوارض حداقل پنج درصدی بر صادرات مواد خام برای سال ۹۷ و ۸ درصد برای امسال و ۱۰ درصد برای سال آینده، خام‌فروشی را کنترل کردیم.

وی گفت: اقدام دوم این بود که زنجیره تولید فولاد را کامل کردیم و امروز زنجیره نامتوازن فولاد متوازن شده به طوری که

کل زنجیره فولاد که در سال ۹۲ حدود ۱۲۰ میلیون تن ظرفیت تولید داشت امروز به حدود ۲۱۰ میلیون تن رسیده است و می‌توان گفت طی پنج سال ۹۰ میلیون تن به ظرفیت زنجیره فولاد افزوده شد که خود باعث کنترل صادرات سنگ آهن شده است.

سال گذشته ۱۵ میلیون تن سنگ آهن خام صادراتی به مصرف داخلی رسید

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت در ادامه با ذکر آماری از صادرات مواد معدنی و صنایع معدنی یادآور شد: در سال ۹۱ صادرات سنگ آهن خام ۲۲ میلیون تن بوده و در سال ۹۷ به ۸ میلیون تن کاهش یافته و ۱۵ میلیون تن آن با ورود به صنایع کشور به ارزش افزوده تبدیل شده است.

وی ادامه داد: در سال گذشته ۸ میلیون و ۲۰۰ هزار تن فولاد به خارج از کشور صادر شد که در واقع می‌توان گفت بخشی از آن سنگ آهن تولیدی بود که قبلاً صادر می‌شده و توانستیم با



پیشرفت دارد و ۱۰ میلیون تن در شرف تعریف و شروع به کار است.

وی تأکید کرد: برای تأمین سنگ آهن مورد نیاز حداقل ۱۴۰ میلیون تن سنگ آهن نیاز داریم و یکی از مشکلات اصلی ماست و برای اینکه بتوانیم این میزان را تأمین کنیم یا باید ذخایر جدید کشف کنیم و یا واردات انجام دهیم به عبارت دیگر صادرات سنگ آهن الان به نفع کشور نیست.

و با اجرای این نقشه‌کار در بخش معدن سرعت می‌گیرد.

اهداف ما قابل دستیابی است

این مقام مسؤول ادامه داد: طبق اهداف سند چشم‌انداز، اهداف مادر صنعت فولاد قابل دستیابی است و بر این اساس رسیدن به ۵۵ میلیون تن ظرفیت فولاد را تعریف کرده‌ایم و این در حالی است که هم‌اکنون ۳۵ میلیون تن ظرفیت راه‌اندازی شده داریم حدود ۱۰ میلیون تن بالای ۵۰ درصد