

任凭风急浪高，我自扬帆前行

访“2019年度上汽十佳青年标兵”上汽大众杨帆

本报记者 邹勇

今年，在上汽大众大众品牌中南区域销售服务中心担任高级经理、党支部书记的杨帆将迎来35岁生日。作为上汽大众各销售区域中最年轻的高级经理，杨帆目前负责湖南、湖北、江西三省大众品牌的营销工作，管理着中南区域的103家经销商。

“在上汽大众工作了12年，其中有10年外派到各

地工作。上汽大众为我提供了一个平台，让我在营销一线不断接受挑战和锻炼，这对我能力提升非常关键。”杨帆说。

排除万难 达成销售目标

杨帆所学的专业是物流管理，2008年，他进入上汽大众后在整车物流部门工作。2010年，杨帆转到了销售部门工作。从那时起，杨帆先后被外派到大众品牌山东销售服务中心和华北销售服务中心担任销售经理。由于工作业绩出色，他在2019年10月调任大众品牌中南销售服务中心任高级经理。“我在山东区域工作时只负责销售，后来又在华北区锻炼了一年半时间，到了中南区域后开始负责销售、市场、售后，以及经销商管理

等一系列工作。”

通过面对不同地域千差万别的竞争格局和客户特性，杨帆积累了丰富的营销管理经验，并带领团队实现了销售目标。在刚接手中南区域新岗位的时候，正值汽车市场十几年来首次出现连续数月两位数以上的负增长，市场骤冷，经销商库存高企，盈利性大为缩减。杨帆带领中南区域年轻的营销团队顶住压力，深入挖掘区域市场优势，采用“国五”车辆销售战略和SUV车型销售战略并举的模式，不仅在两个月内完成了3000辆公告即将到期的“国五”Polo车辆清库任务，更全力确保了中南区域2019年度销售任务的圆满达成。

对于杨帆来说，营销工作的挑战更多地在于达成销量规模的同时，还要兼顾经销商的盈利性，并且要确保

市场份额，寻求这三个点的平衡是一个很大的挑战。在杨帆的带领下，中南区域2019年第四季度的市场占有率历史性地突破8.3%，较2019年前三季度提升近1个百分点，创下中南区域近三年的市场占有率新高。

凝聚团队 应对疫情挑战

2020年全国各地都受到新冠肺炎疫情的影响。其中，中南区域受的影响最为严重。杨帆和中南区域的管理团队在2月2日就回到驻地提前自我隔离，为2月10日正式复工做好准备。

“在疫情期间，首先要稳定人心，通过返利提现的方式让经销商在暂时没有收入的情况下能够正常应对开支，避免人员流失。经销商复工后要员工尽快恢复工

作状态，通过消毒等免费服务让售后服务人员先忙起来。同时，通过云展厅、网上直播、短视频等方式，让销售人员把工作转到线上。”杨帆说。通过有序的安排，整个中南区域职工无确诊病例，保障了营销团队的身心健康及情绪稳定。同时，他指导销售及售后条线在线督促、辅导经销商逐步开展工作，将疫情对各项工作的影响降到最低。

从2月2日至今，杨帆已经有2个多月没回过家。在工作中，杨帆始终发挥着模范带头作用，引领着自己的团队，锤炼着营销技巧和管理能力，为上汽大众不断创造出区域销量新高。“今年，我们要挑战全年市场占有率突破8%的目标，虽然难度很大，但整个营销团队有信心完成任务，确保达成年度各项经济目标。”

客户满意了，我们的工作就做到位了

访“2019年度上汽十佳青年标兵”上汽乘用车张志军

本报记者 林芸

在上汽乘用车郑州基地，总有一个身影不停地在会议室和生产现场之间穿梭：看产品、了解现场的问题、审核问题的分析进展……他就是张志军，上汽乘用车郑州一厂整车质保科高级经理。截至今年4月份，张志军已经外派郑州整整3年了。“外派的经历让我直观地接触到造车一线的各种问题，对现场质量工作的理解和产品质量的认识也都深刻了很多。同时，也让我有了更多的个人时间，培养了阅读和健身的习惯。”张志军说。

好质量就是客户满意

作为一名质量经理，张志军坦言，自己是个不折不扣的完美主义者。他觉得，好质量一定是以客户满意为

标准的。工作中，张志军对于客户抱怨的问题非常关注。“通过客户反馈的问题，我们会找出工作中的疏漏环节，并把这些问题分析清楚，从而推动产品设计、工艺开发或是制造部门进行改进和优化。比如，去年海外市场客户抱怨车辆门框处的漆面夹杂着细小灰粒，我们从油漆车间的工艺环节着手，分析了车间的环境、设备、人员操作等因素，制订了各因素的控制标准，最终优化了灰粒问题，使客户抱怨大幅减少。”张志军说。

去年，在公司开展的“以客户为中心，打赢新项目攻坚战，提升市场竞争力”为主题的新项目立功竞赛活动中，张志军带领团队，从项目造车开始，历经短短7个月时间，推动新车各项质量指标快速达到成熟量产车型的水平。

项目刚启动时正值盛夏，产品制造各个环节需要进一步改善的地方比较多。当时，张志军策划开展了持续改善工作机制，通过每天邀请工厂管理层评审车辆等一系列活动，一方面尽快地以更多的视角来发现问题，另一方面也通过管理层的监督来快速推动问题的整改。他告诉记者：“车辆评审一般都是在下午两点半进行，郑州的夏天非常炎热，评审又是在室外。每天，我们看完车，衣服都被汗水浸透了。评审走完走进空调房，我们都笑称‘似乎一下子回到了人间’。”

张志军对于郑州基地质量工作的贡献远不止于此。由于该基地是上汽乘用车新建的沪外基地，当时绝大部分员工都是新招聘的员工，并且以刚毕业的大学生居多，他们对公司的管理流程和产品并不是很熟悉。为

此，张志军通过组织牵头编制《现场质量工程师手册》，让员工梳理和掌握工作中会用到的流程和接口，使他们的工作开展能更加流程化和规范化。

培养责任与担当

紧张的工作之余，张志军喜欢看看书、练练书法，还会抽空健健身。“我们做质量工作的，通常压力都比较大。这时候，读一本书或者练练书法，能让自己的心静下来，瞬间摆脱焦虑状态，从而更好地思考工作上的问题。”张志军说。他还经常对部门里的工程师讲，阅读和健身是两把刻刀，一把雕刻灵魂，另一把雕刻身体，会工作，也要会更好地生活。

作为党支部书记，张志军还经常组织各类活动，去养老院陪老人聊天、到孤儿

院给孩子们送书籍，积极践行社会责任。“我们整车质保科是一个年轻的团队，年轻员工占比很大。多参加社会实践，对于培养年轻人的责任与担当是一种很好的途径。作为科室负责人，我想做的就是给他们树立榜样，践行好‘责任心、执行力、团队协作’的科室文化，这样的队伍，才能在工作中更好地把好质量关，让客户满意。”张志军说。

据悉，今年上汽乘用车发起了“树口碑，扬品牌”用户口碑提升行动，肩负重任的张志军正带领团队再次投入到“抓紧产品制造质量，抓优产品感知质量”的新一轮战斗中。



青春筑梦

砥砺前行