

外出学习取真经 对标先进求发展

永康五金 MBA 品牌研讨班第六期侧记



参观企业



听课学习

6月6日,第二届永康五金MBA品牌研讨班(以下简称MBA研讨班)第六期圆满结束。在市经信局的组织下,数十名政企学员来到嘉兴,对标当地优秀企业的先进经营理念、管理模式和技术创新,倾听名师点拨,吸收富有前瞻性的品牌营销理念。为期三天的成果分享和思维碰撞,为学员们日后助力现代五金产业转型升级提供了全新思考与重要提示。

实地参观 学习先进经验

5日上午,MBA研讨班学员们走进浙江美尔凯特智能厨卫股份有限公司(以下简称美尔凯特),在该公司董事长沈业林的陪同下,先后参观企业文化馆、产品展示馆。一行人走到展示馆内时,扑面而来的是阵阵凉意。抬头向上看,镶嵌在吊顶内壁的厨房专用空调闪着蓝色的微光。

这是我们的特色产品,一款厨房制冷与吊顶巧妙结合而成的厨房专用空调,不怕油,不怕烟,强制冷。沈业林的介绍,引起了大家的兴趣。

厨房专用空调的诞生,还有一个小插曲。说起空调,消费者不约而同会想到格力电器。然而,厨房专用空调就被格力电器忽略。通过市场调研,捕捉到厨房专用空调的蓝海市场,沈业林找到格力电器董事长董明珠后,商议在对方忽略的地方给消费者创造惊喜。为此,美尔凯特、格力电器于2010年联合开发了国内第一台厨房专用空调,共同填补了行业空白。

企业要为消费者带来价值,改变消费者的生活环境,提高消费者生活质

量。我们能为消费者做什么?答案是去创造一个健康舒适的室内厨房环境。沈业林说。起初,他认为,消费者需要的是优质吊顶,让消费者没有后顾之忧。但随着消费水平和消费者对家装要求的不断提高,加之产品同质化问题日益严重,传统吊顶已不能满足需求。

在深度挖掘消费者的隐性需求后,美尔凯特从自清洁吊顶中获得启发,要做高端厨卫吊顶,并在行业中首个提出吊顶电器化这一概念,将智能化的电器应用到厨卫吊顶空间中,开创

电器化集成吊顶新时代。

如今,美尔凯特将目光聚焦到一厨两卫一阳台,布局冷暖干湿净四大产品,即厨房制冷空调、浴室暖空调、阳台吊顶一体化和餐厅集成新风吊顶。其中,厨房空调被列为战略品类,于去年集中释放。从功能单一的浴霸、取暖器等小家电,到如今充满智慧的集成装饰新产品;从过去流行的小板吊顶到如今推崇的大板顶墙,美尔凯特走出了一条典型的集成装饰产业发展新路径。

专家授课 培养创新思维

实地参观,带给MBA研讨班学员们在视觉上触觉上的无比震撼。

连日来,多节文化课,同样干货满满。赞伯创始人、经济营销专家路长全带来了《组织动力学 构建应对变化的敏捷型组织》课程,为大家提供了宝贵思路。

什么叫组织?组织就是承接机会的能力。当机会呈现在眼前,你是否有能力组织起这些人,把他们编织成一张网,把这张网收入囊中?课程开始,路长全开门见

山,以黄金王国的真实故事,以及联想公司另辟蹊径打造了一个斯巴达方阵般的高执行力组织,从而组织起了整个中国PC领域最大的销售体系和服务体系的典型案例,直奔现代型企业的组织管理。

他认为,三流组织,共同规则;二流组织,共同利益;一流组织,共同信仰;顶级组织,至情至性。建立组织核心的是人际容纳度,创始人构建人际关系的能力就是组织的能力,直接决定了公司的体量,关

系到拥有多大的机会,而创始人的组织能力,第一条就是人际容纳度,能与多少人进入深度关系,能容纳什么样的人,决定了组织是丰盛的、有弹性的,还是单薄脆弱的。在组织的权力设计环节,表面上看是信息流、利益链和调动资源的能力,而决策者的信息环境至关重要,希望企业掌舵人要有意识地运营自己的信息环境,细化自己的时间颗粒度。

近年来,受房地产市场降温影响,

永康门业也面临严峻挑战,行业竞争愈发激烈。赞伯创始人、中国营销实战专家李国伟专门带来了《未来五年中国房地产行业数字格局及对门业、炊具等关联市场的影响》课程,针对性地为MBA研讨班学员们补专业课。

此外,在市经信局的邀请下,美尔凯特执行总经理朱延宏也向大家分享了《美尔凯特大客户开发策略及销售团队建设》。

分享交流 学员学有所获

陪读过程中,记者留意到,不少学员把笔记本记得满满当当,无论是在课上交流讨论环节还是课后闲暇时间,都愿意相互分享感悟。

据悉,在策划本次活动时,市经信局充分考虑了本地企业的实际需求和行业特点。通过广泛征集企业意见,该局确定了参观学习的目标和方向,并精心挑选了具有代表性的外地优秀企业作为研学对象。

求学,也要挑好专业对口的名校。市经信局相关负责人介绍,学员们沉淀了知识,开阔了视野,感受到先

进企业在发展过程中加强质量管理、科研投入、形象塑造、品牌建设的重要性,从而进一步树立讲品牌、重品质、讲质量、重信誉、强技改、重投入等理念,最终实现永康制造品牌知名度的整体提升。

通过本次学习,我愈发感受到品牌建设对于企业发展的重要性。品牌化过程的重要一点是要求我们在产品的研发创新上精益求精。近一年,我实现了公司产品的区域划分,清晰了产品定位以及完善了团队建设。我们将与时俱进,结合新质生产力,加快实

现企业品牌化、智能化。浙江新凯迪数字科技股份有限公司总经理李心迪说。

作为首个推出厨房空调的吊顶企业,美尔凯特不断给自己提高难度,给消费者提供舒适度,这一点与我们星月集团致力于让高端产品走入寻常百姓家不谋而合。一家具备社会责任的企业,往往坚持将技术优势作为品牌竞争力的重要来源,会更富有生命力。浙江星月安防科技有限公司总经理助理王家哈说。

接下来,市经信局将继续发挥品牌

班培训搭台引路的枢纽作用,做好MBA品牌班办班工作,提升培训内容与企业需求的契合度,将更多优秀企业家纳入培训计划,扩充培训内容,增强培训效果,扩大培训影响。与此同时,进一步整合品牌、创新、智造、管理等优势资源,为永康民营企业提供一个持续学习、智力支持、资源对接的平台,培育一批具有国际视野的高素质企业家队伍,提升永康五金区域公共品牌知名度和影响力,引领五金产业转型升级和可持续发展。

融媒记者 程明星