

# اهداف روابط عمومی فولاد مبارک بر اساس معیارهای جهانی است



مدیر روابط عمومی شرکت فولاد مبارک با اشاره به اینکه فولاد مبارک به ۴۰ کشور دنیا صادرات انجام می‌دهد، تاکید کرد: این امر تکلیف روابط عمومی را سنگین‌تر کرده و باعث شده تمامی اهداف این حوزه بر اساس یک معیاری که غالباً جهانی است، برنامه ریزی شود. تلاش بر این است که تمام فعالیت‌های روابط عمومی در حوزه‌های مختلف فرهنگی، مسئولیت اجتماعی و رسانه بر اساس یک ساختار نظاممند و سیستمی باشد.

گفت: این امر باعث ایجاد تکلیف شده و تمامی کارکنان این حوزه در راستای نیل به این اهداف حرکت می‌کنند. اگر روابط عمومی سایر سازمان‌ها قصد دارند در مسیر توفیق حرکت کنند، باید مجموعه‌ای از اهدافی را ترسیم و برای رسیدن به آن برنامه ریزی کنند. در این صورت است که نقطه ضعف و قوت کار مشخص می‌شود.

وی تعامل و ایجاد فضای سالم و قوی بین رسانه‌ها و روابط عمومی فولاد مبارک را یکی از اهداف ترسیم شده دانست که حاصل نظرسنجی و حرکت در مسیر درست بوده است. مدیر روابط عمومی شرکت فولاد مبارک تکلیف رسانه را انتشار حقایق جامعه دانست و افزود: رسانه‌ها در

فضایی هستند که مداوم اخبار را رصد می‌کنند، انتظار می‌رود حقایق را آنگونه که هست نشر دهند. فولاد مبارک تمامی مسائل مالی خود را کاملاً شفاف در کدال منتشر می‌کند و هیچ نقطه تاریک و پنهانی در صورت‌های مالی این شرکت وجود ندارد و اگر برای هر رسانه یا مسئولی شبهه‌ای وجود دارد، می‌توانند مدارک را ارائه دهند؛ قطعاً فولاد مبارک به آنها پاسخ خواهد داد. ترابی افزود: فولاد مبارک در شرایط سخت تحریم و بیماری کرونا ایستاده و به تولید خود ادامه می‌دهد تا چرخ صنعت بچرخد. انتظار می‌رود برخی رسانه‌ها بدون دانش و اطلاعات کافی باعث ایجاد شبهه نشوند. هدف رسانه روشنگری

است و باید از نگاه‌های اقتصادی پشت شفاف و بدون هیچ مسائل پشت پرده‌ای به فعالیت تولیدی خود ادامه می‌دهد، حمایت کنند. وی تاکید کرد: شرکت فولاد مبارک آماده است تا هر گونه ابهام و شبهه در خصوص مسائل مالی و تولید در این شرکت که برای رسانه و سایر مسئولان ایجاد شده را پاسخ دهد. خوشبختانه تمامی امور در شرکت فولاد مبارک که سیستمی و بدون دخالت انسانی بوده و تمامی سفارشات از لحظه ثبت تا تحویل در سیستم درج و قابل رصد است. وی با بیان اینکه شرکت فولاد مبارک روی ساختار و فرایند خود اطمینان ۱۰۰ درصدی دارد عنوان کرد: تمام محصولات تازمانی که در

داخل شرکت بوده، قابل رصد است؛ اما به محض خروج از این شرکت هیچ گونه مسئولیتی در قبال آن ندارد. مدیر روابط عمومی شرکت فولاد مبارک تصریح کرد: صنعت فولاد یک صنعت ملی است؛ از مسئولان انتظار می‌رود به عنوان تکلیفی که دارند از این صنعت بازدید کرده و از نزدیک با روند تولید، مشکلات و دغدغه‌های این صنعت آشنا شوند؛ زیرا این صنعت یک صنعت تحریم شده است.

وی با اشاره به بازدید نمایندگان مجلس شورای اسلامی از شرکت فولاد مبارک گفت: تمامی مسئولان پس از بازدید از شرکت فولاد مبارک به اتفاق از روند تولید در شرکت فولاد مبارک شگفت زده شده و قول همکاری و حمایت از این شرکت را دادند.

## فولاد مبارک نسبت به هم‌نوعان خود احساس تکلیف می‌کند

مدیر روابط عمومی شرکت فولاد مبارک با اشاره به شیوع بیماری کرونا و ایجاد محدودیت‌ها گفت: شرکت فولاد مبارک که با شروع بیماری کرونا در راستای مسئولیت اجتماعی به طور خودجوش اکسیژن مایع در اختیار تمامی بیمارستان‌های استان قرار داد. ترابی با اشاره به خرید تجهیزات بیمارستانی به مبلغ ۷۰ میلیارد تومان از سوی شرکت فولاد مبارک گفت: این امر نشان از حس تکلیف شرکت فولاد مبارک نسبت به هم‌نوعان خود است که روی تخت بیمارستان با بیماری دست و پنجه نرم می‌کنند. امروز این شرکت به خود می‌بالد که به خوبی

رسانه‌ها در فضایی هستند که مداوم اخبار را رصد می‌کنند، انتظار می‌رود حقایق را آنگونه که هست نشر دهند. فولاد مبارک تمامی مسائل مالی خود را کاملاً شفاف در کدال منتشر می‌کند و هیچ نقطه تاریک و پنهانی در صورت‌های مالی این شرکت وجود ندارد و اگر برای هر رسانه یا مسئولی شبهه‌ای وجود دارد، می‌توانند مدارک را ارائه دهند؛ قطعاً فولاد مبارک به آنها پاسخ خواهد داد

در راستای مسئولیت اجتماعی حرکت کرده است.

وی ادامه داد: فولاد مبارک سعی کرده تمام تمرکز متوجه تولید نباشد؛ بلکه در تمامی حوزه‌ها شامل فرهنگی، اجتماعی و ورزشی نیز پیش قدم بوده و به طور جدی در آن ورود کرده است.

مدیر روابط عمومی شرکت فولاد مبارک با اشاره به پیشرفت و توسعه باشگاه سپاهان گفت: فولاد مبارک برای رفع مشکلات و توسعه باشگاه سپاهان هزینه کرده است و این امر تنها در راستای عمل به مسئولیت اجتماعی و ایجاد مکانی مناسب برای ورزش جوانان بوده است.

وی اظهار کرد: شرکت فولاد مبارک مشکلات و دغدغه‌ها منطقه در هر زمینه را رصد کرده در حد توان در آبادانی آن مشارکت می‌کند.

## اخبار فولاد

معاون بهره برداری فولاد هرمزگان:

**دومین رکورد تولید ماهانه، نشان از عزم راسخ در کسب رکورد سالانه دارد**  
شرکت فولاد هرمزگان توانست در آبان ماه میزان ۱۳۸۲۲۶ تن تختال را تولید و رکوردهای جدیدی در تولید روزانه و ماهیانه تولید تختال و همچنین تعداد ذوب‌های تخلیه شده و ریخته‌گری شده روزانه و ماهیانه ثبت نماید.

سیداصغر مدنی معاون بهره برداری شرکت فولاد هرمزگان گفت: دستیابی فولاد مردمان فولاد هرمزگان به رکورد تولید آن هم به فاصله کمتری از دوم ماه از رکورد قبلی، نشان از عزم راسخ آنان در رسیدن به رکوردی جدید در تولید سالیانه و ثبت موفقیتی دیگر در این شرکت همزمان با سال جهش تولید است. وی در ادامه گفت: شرکت فولاد هرمزگان توانست در آبان ماه با تولید ۱۳۸۲۲۶ تن تختال و پس از تنها دو ماه رکورد جدیدی را ثبت نماید.



مدنی با اشاره به اینکه رکورد تولید ماهیانه تختال فولاد هرمزگان در آبان ماه تنها رکورد این شرکت نبود گفت: در آبان ماه ۸ رکورد جدید شامل رکورد تولید ماهیانه و روزانه تولید تختال، رکورد تعداد ذوب تخلیه شده روزانه و ماهیانه، رکورد تعداد ذوب ریخته‌گری شده روزانه و ماهیانه و دو رکورد تعداد ذوب تخلیه شده در کوره‌های شماره ۱ و ۲ در فولاد هرمزگان به ثبت رسید که ثبت همزمان این رکوردها برای فولاد هرمزگان غرور آفرین است.

وی تصریح کرد این رکوردها در حالی ثبت شده که نام فولاد هرمزگان در لیست تحریم‌های ظالمانه آمریکا قرار گرفته است و با همه گیری ویروس کرونا در جهش سوم خود محدودیت‌ها در سطح شرکت همچنان ادامه دارد. وی اظهار داشت تداوم و جهش تولید در فولاد هرمزگان همزمان با تحریم‌های ظالمانه و شیوع ویروس کرونا نشان از آمادگی کامل فولاد هرمزگان در شرایط بحرانی و تعهد به صنایع داخلی در تأمین نیاز آن‌ها دارد.

معاون بهره برداری شرکت فولاد هرمزگان مدنی دلایل عمده و مهمی را که سبب ثبت این رکورد شد میزان پاور آن تایم کوره ها دانست که با اجرای پروژه بهبود این زمان به میزان قابل توجهی نسبت به هدف تعیین شده کاهش داشته است و همچنین آماده بکاری و تزریق مداوم گرافیت، یکنواختی آنالیز شیمیایی آهن اسفنجی و افزایش متالیزاسیون و کربن اضافی آن، رعایت استانداردهای مسود مصرفی از جمله آهک و دولومیت، بازنگری و اجرای دستورالعمل‌های کاری و بهره برداری را دلایل مهم دیگر تحقق این رکورد دانست.



مدنی میزان تولید اسب از ابتدای سال تا کنون را ۹۵۷۷۹۴ تن عنوان و ابراز امیدواری کرد نمودار تولید همچون سال‌های گذشته صعودی امسال نیز رکورد تولید سالیانه محقق گردد.

معاون بهره برداری شرکت فولاد هرمزگان افزایش کیفیت و کمیت تولید تختال و تحویل به موقع محصول در کنار توسعه بومی سازی و حمایت از تولیدات کیفی داخلی و ارتقای زیرساخت‌ها و تأمین نیاز تختال صنایع پایین دستی با افزایش فروش داخلی را از سیاست‌های این شرکت عنوان کرد و گفت: در راستای تحقق شعار جهش تولید، با تدوین هدف «افزایش کمیت و کیفیت و تحویل به موقع محصولات» در نقشه استراتژی شرکت با واریکرد کاهش هزینه‌های تولید، افزایش بهره‌وری و راندمان تولید، مصمم هستیم به ظرفیت اسمی سالیانه کارخانه برسیم.

## گفت و گو

مدیر فروش داخلی فولاد مبارک:

# مراکز خدماتی، بستری مناسب برای سرویس دهی به مشتریان است

چهار مدیریت فروش داخلی، صادرات، مدیریت محصولات و پشتیبانی فروش و بازاریابی به منظور تحقق مسئولیت‌های معاونت فروش و بازاریابی شرکت فولاد مبارک انجام وظیفه می‌کنند. در گفت‌وگویی با محمد تاجمیر ریاحی، مدیر فروش داخلی شرکت فولاد مبارک، نقش مراکز خدماتی در توزیع مناسب و کنترل بازار و عرضه مناسب محصول مطرح شد؛ که در ادامه بخشی از آن را از نظر می‌گذرانید.

## لطفاً درباره نقش و وظیفه مدیریت فروش داخلی توضیح دهید.

بازاریابی و فروش انواع محصولات تولیدی در بازار داخلی، مدیریت سفارش‌های صادره تا زمان تولید و حمل، رسیدگی به ادعاهای احتمالی، جمع‌آوری اطلاعات بازار، مدیریت تقاضا و قیمت و توسعه بازارهای فروش از جمله وظایف مهم این واحداست.

## کانال‌های توزیع و فروش محصولات فولاد مبارک را معرفی کنید.

شرکت فولاد مبارک برای پاسخ‌گویی و تأمین نیاز بخش وسیع‌تری از متقاضیان خرید و توزیع گسترده محصولات خود در همه سطوح مصرف و در تمامی گستره جغرافیایی کشور، کانال‌های توزیع و فروش خود را در سه بخش عرضه در بورس کالا، ادارات فروش و مراکز خدماتی و تعاونی‌ها طراحی و پیاده کرده است.

با توجه به میزان تولیدات شرکت فولاد مبارک و تعداد خریداران و مصرف‌کنندگان ورق‌های فولادی، عرضه محصول در سطح خرده‌فروشی نمی‌تواند مستقیماً در واحد فروش شرکت صورت گیرد. در عین حال

شرکت فولاد مبارک با رسالتی که برای خود قائل است، مایل نیست این بخش از بازار مصرف را نادیده بگیرد. به همین لحاظ اقدام به تأسیس مراکز خدماتی در استان‌ها نموده است. این شرکت‌ها با فراهم آوردن امکاناتی همانند انبارهای سرپوشیده و مجهز، خطوط برش کلاف و تبدیل آن به ورق، خطوط دوباره پیچی و سبک‌سازی کلاف و نیز تجهیزات دیگری که می‌تواند به مصرف‌کنندگان خرد خدمات لازم را ارائه کند، محصولات عمدتاً انباری را از فولاد مبارک خریداری و با برش دادن و خرد کردن و اصلاح، در اختیار کارخانه‌های تولیدی کوچک و مصرف‌کنندگان قرار می‌دهند. این محصولات اغلب به دلیل داشتن عیوب ظاهری یا کیفی مورد تأیید واحد کنترل کیفیت نیست و به عنوان محصول انباری درجه یک یا درجه دو از سفارش‌های خط تولید جدا شده و در انبار جهت ثبت سفارش ذخیره شده است.

## قدری در مورد مراکز خدماتی توضیح دهید.

مراکز خدماتی شرکت‌هایی هستند که طبق توافق با فولاد مبارک متعهد شده‌اند محصولات تحویلی (عمدتاً انباری) را با ارائه خدمات تکمیلی مناسب و به صورت خرده‌فروشی در سطح استان یا منطقه جغرافیایی تعیین شده در اختیار مصرف‌کنندگان نهایی و صنعتگران کوچک قرار دهند. از ابتدای راه‌اندازی شرکت فولاد مبارک، مراکز خدماتی به عنوان شبکه خرده‌فروشی محصولات شرکت شروع به فعالیت کردند. در ابتدا این مراکز در قالب هلدینگ فولاد میتیل ایجاد و در سال‌های بعد مراکز خصوصی و مراکز تابعه هلدینگ آتیه فولاد نقش جهان نیز راه‌اندازی شدند.



## مراکز خدماتی در شبکه فروش فولاد مبارک چه نقشی بر عهده دارند؟

این مراکز که در سطح کشور فعالیت می‌کنند، وظیفه توزیع محصول به صورت خرده‌فروشی بین کارگاه‌های کوچک تولیدی را به عهده دارند. تأسیس این مراکز تجربه موفق است که می‌تواند الگویی برای طراحی شبکه توزیع گسترده و بلاواسطه محصول از تولیدکننده تا مصرف‌کننده در عین حال خودداری از گسترش ساختار فروش باشد. بدیهی است این شبکه هنگامی صددرصد موفق خواهد بود و به اهداف خود دست خواهد یافت که مراکز خدماتی با حرکت در مسیر اهداف تعیین شده و با رعایت موارد ذیل تمام توان خود را به کار گیرد و منافع بلندمدت را بر منافع کوتاه‌مدت و مقطعی ترجیح دهد.

وظایف تعریف شده این مراکز به‌طور کلی ارائه خدمات به مشتریان فولاد مبارک و خرده‌فروشی است و اهم این وظایف به صورت زیر تعریف شده است:

۱. بازاریابی و فروش محصولات فولاد مبارک به مصرف‌کنندگان کوچک محصولات فولادی؛
۲. مصرف‌کنندگان محصولات فولادی که مصرف سالیانه آن‌ها بیش از ۱۰۰۰ تن محصول گرم و یا بیش از ۵۰۰ تن محصول سرد و ۲۵۰ تن محصول پوشش‌دار باشد، می‌توانند به صورت مستقیم از شرکت خرید و کد مشتری دریافت نمایند و مشتریان دارای مصرف کمتر به مراکز خدماتی در هر استان معرفی می‌گردند. مراکز خدماتی موظف‌اند حداکثر نیاز این مشتریان را از طریق محصولات سفارش خط و انباری تأمین کنند.
۳. اصلاح و جداسازی محصولات انباری در جبهه دو و فروش آن به مشتریان دارای حساسیت کم؛
۴. با توجه به اینکه تولید محصولات درجه دو اجتناب‌ناپذیر است، این محصولات به مراکز خدماتی ارسال می‌شود تا پس از برش کاری و دسته‌بندی به مصرف‌کنندگان مرتبط عرضه شوند.
۵. ارائه خدمات مورد نیاز مشتریان

(شامل انواع برش عرضی و طولی، سبک‌سازی کلاف، اصلاح لبه‌ها و...):

به منظور سرعت بخشیدن به تولید در فولاد مبارک، بخش قابل توجهی از خدمات محصولات به مراکز خدماتی واگذار شده است و مراکز خدماتی باید بر حسب نیاز مصرف‌کنندگان استان محل استقرار، نسبت به تجهیز کارگاه‌های خود اقدام کنند.

۴. توزیع مناسب محصولات در تمام نقاط کشور، به ویژه بین تولیدکنندگان با مصارف کم (خرده‌فروشی):

به منظور پوشش تمام مصرف‌کنندگان محصولات فولادی، به ویژه در استان‌های کمتر بهره‌مند کشور، در هر استان یک مرکز خدماتی تأسیس شد تا محصولات فولاد مبارک در تمام نقاط کشور عرضه و علاوه بر توزیع مناسب و توجه به نیاز تمام تولیدکنندگان، مخصوصاً مشتریان با مصارف کم، مسئولیت اجتماعی شرکت تکمیل گردد و نقش بازاریابی برای تولیدات آینده شرکت بهتر اجرا شود.

۵. پیگیری و تأمین نیاز صنعتگران و مصرف‌کنندگان کوچک مناطق مختلف کشور از طریق سایر تأمین‌کنندگان جهت فعال ماندن صنایع در اقصی نقاط کشور

۶. استفاده از مراکز خدماتی به عنوان پایگاه‌های توزیع استانی:

مراکز خدماتی در هر استان می‌توانند به عنوان پایگاه توزیع محصولات فولاد مبارک و ارائه خدمات برای مشتریان مستقیم شرکت مخصوصاً برای حمل ریلی کالا‌های مشتریان مورد استفاده قرار گیرند. در حال حاضر تعداد پنج مرکز به ریل متصل اند و در سه سال آینده مراکز خدماتی بیشتری به شبکه ریلی متصل خواهند شد.