# 由浙江台州检验检疫局鞋类实验室业务开拓引发的思考

李益民

本期主打>>>

10月26日上午一上班，中国童鞋之乡负责质量安全监督的工作人员就将辖区40家企业的样品送到台州检验检疫局鞋类实验室检测。至此，温岭市申报中国童鞋产业联盟标准涉及的样品委托检测合作方的选择也就尘埃落定。台州局实验室在同中国皮革工业协会有关检测机构的委托检测业务竞争中取得了胜利，此检测项就为实验室带来12万的业务收入。既为今年岁末的业务收入锦上添花，也为实验室业务亮点的培育提供了新的契机。从今年前10个月业务发展来看，预计2015年企业委托业务将达到36万左右，同比增长将超过85%，绝对值不见得感动人心，相对增加值可谓是鼓舞人心，从鞋类实验室全年将要达到的120余万工作量中创造的利润贡献率来说，大大超过淘宝委托检测业务的贡献度。

回顾台州局鞋类实验室三年来委托检测业务市场开拓之路可谓是一波三折，披荆斩棘。出口鞋类产品法检目录的调出，作为温岭三家鞋类专业检测机构的后来者，又面临温州、广州、北京和国外检测机构的蚕食竞争，鞋类实验室始终默默奉献，夯实内部基础，积极响应上级领导的号召，实干为先，举全力为检测业务的开拓引路，共谋善策，齐施妙计。

领会市场开发的“三度”

拓展市场开发的宽度，作为检验检疫实验室，既要服务检验监管模式改革，做快检快放、分类管理和即报即放产品安全风险的报警员，也要理解好公共检测平台公共性的宽度，广泛释放和传递检验检疫检测能力和权威性的信息，收集辖区企业潜在检测信息，2015年，台州局温岭办事处联合鞋产品四大主产区乡镇街道举行专业知识宣讲会，覆盖鞋企500余人，在潜移默化中客户也成为了检测业务开发的宣传员，一传十、十传百，今年小微企业的客户增加量比往年增加50%。提高市场开发的精度，对温岭辖区6000余家鞋企进行甄选，对与本平台发生经常性业务、注重原辅料采购控制风险防范和输非业务量大的企业重点跟进，专业服务。今年上半年，实验室专门组织力量对新开业的浙东南鞋材市场进行走访，为市场管理方筹划建设实验室提供我们的专业参考，也用战略的眼光为长远挖掘鞋材市场潜在检测业务提前注入检验检疫力量。强化市场开发的深度，鞋类实验室要想永续发展，不但要深入开发客户，还要维护客户利益，提倡实验室5名专职人员既要做检测的“专家”，也要力争成为检测营销的“大家”，勤下童鞋、商会常务理事单位企业实验室找相关人员沟通交流，争取成为企业实验室弥补检测缺陷的益友，不做“一锤子”的买卖，更要交一辈子的朋友。

坚持差异化销售的“三专”

三年来，台州局总结出的主要体会就是要时刻专注市场，特别是要专注紧跟地方产业政策，围绕当前鞋产业转型升级的经济发展中心，鲜明地体现公共检测平台在转型升级中的专业性和不可替代性，为了满足市场监管等官方机构市场抽测和企业新需求委托检测业务发展需要，实验室新开发储备了10余个项目的开验，随着检测业务基本保有量的提升，今后有重点地添置新设备、加大研发投入也是必不可少的。要完善专业团队，三年来，通过赴检验检疫莆田国家检测中心、BV上海检测中心和TUV南德上海公司学习取经，“一老带四新”的检测团队为实验室健康发展发挥了主力军作用。他们认为，要想在未来真正担当起公共技术平台的职责，专业队伍建设任重道远，是今后要努力提升的事业蓝海。要实行专家营销，检测业务开拓不同于一般服务性产品的营销，营销人员既要懂销售策略，更要知晓检测技术，还能剖析检测成本的项目组成，让服务的客户心服口服。目前，鞋类实验室是各部门相关人员结合各自工作通过不同场合广而告之扩大实验室的影响力，但离营销宣传的渗透力和控制力还有不少距离，从横向看相关检测机构，专家营销也未得到深入有效实践，鞋类实验室要想抢占检测市场的高地，形成个性营销体系，专家营销必不可少。

贯彻事业发展管理职能，做好“三整理”

台州局局长何滨在总结几年来工作成绩取得的重要经验时指出，重要的就是要运用目标管理方法，做到年初有计划，年中有监督，年末有考核。鞋类实验室认真抓落实，细细回顾“计划、组织、管理和控制”的管理职能，各部门在抓紧落实年度工作的同时，未雨绸缪思考新一年工作打算。鞋类实验室也根据当前业务发展情况，围绕业务结构进行整理，重点就业务总价结构、检测项目贡献度、客户结构和优秀客户贡献度、新开验项目实际效益转化值等指标进行分析评价，确定新一年的重点解决项。对实际客户和相关方名单、政策性检测业务开展情况进行系统整理，新的一年既要重视与优秀客户的合作，更要加强与中国童鞋基地、中国鞋类出口基地、中国鞋业名城和中国运动鞋之乡的主体管理部门和市场监管局、科技局、经信局和鞋革商会的沟通交流，获取更多的检测信息，寻求横向的深度合作。根据业务发展，鞋类实验室专业人员要对自身能力储备进行整理，各自思考定位新的一年业务提升方向，努力做到专业人员真正“专”，专家人员成为“大家”。

台州检验检疫局2015-11-26