

标,积极答辩澄清,从而获得业主的信任,为公司获得工程项目。

3.4.3 公共关系策略

公共关系是指某一组织为改善与社会公众的关系,促进公众对组织的认识,理解及支持,达到树立良好组织形象、促进商品销售的目的的一系列公共活动。良好的公共关系无疑是企业的无形资产,可有效促进企业与顾客及合作伙伴的沟通,增强企业的市场吸引力。近年来HR集团通过召开用户服务座谈会、3.15广场服务、读者日咨询及与媒体联合策划燃气产品体验、燃气安全进万家(进社区、进学校、进机关、进菜场等)、安全文明示范社区评选等服务公关活动,加强与消费者的沟通联系,通过大众媒体对外展开宣传,增进公众对公司的全面了解,形成了正面评价。

3.5 品牌策略

品牌策略是一系列能够产生品牌积累的企业管理与市场营销方法,包括4P与品牌识别在内的所有要素。品牌策略的核心在于品牌的维护与传播,如何把品牌做到消费者心坎里去,是品牌策略中重要的一个环节。创服务品牌,是HR集团作为公用服务企业

提高经济效益和社会效益的一项重要措施。HR集团作为城市燃气经营者,深耕合肥燃气市场35个年头取得了有目共睹的成绩,作为全国文明单位多次获得国家、建设部及省市各类荣誉奖项,涌现出了徐辉、吴雄飞、游传琴等诸多全国先进模范人物,在安徽省乃至全国树立了良好的口碑和市场信誉。创产品品牌,以“安然品牌,用户首先”为目标,实施品牌战略。

HR集团燃气器具跨界营销的成功取决于公司各项优势策略的有效协作,是相互支持相互配合的过程,并不是某一个策略的运用而取得成效。因此,HR集团要继续充分运用城市燃气运营商的优势,适应新形势下的客户需求,围绕HR集团安全、发展、服务的工作目标继续向燃气终端增值产品领域拓展,继续加强营销组合策略的研究与应用,以实现HR集团“人无我有,人有我优”一站式服务目标的实现。

参考文献

吴健安. 市场营销学. 高等教育出版社, 2011

工程信息

广州东风路燃气改造工程 获选中国非开挖2016年度工程奖

2017年4月14日,在苏州举行的中国非开挖技术协会第十八届年度专家会议上,北京天环燃气公司利用翻转内衬工艺于2016年6月实施完成的“广州东风路(解放路-康王路)燃气管道改造工程”被评为2016年度非开挖优秀工程奖。

该工程修复管线位处一线城市中心繁华地段交通干线地下,穿越多个立交桥,地面交通流量大、地下管线密布且占压情况严重、地下水位高、管线腐蚀情况严重,且取得施工许可的时间段恰逢当地雨季,高温多雨,但施工单位仍在32天内

完成1.2km, DN400燃气管线修复改造。与会评委专家一致认为,不管是从工程所使用技术的先进性及可靠性来看,还是从该非开挖修复工程的难度和对国内同类管线改造的借鉴意义来看,该工程都优于入围的其他非开挖修复工程。

中国非开挖技术协会每年都会在非开挖管道铺设及修复领域各评选出一项年度最具代表性的工程项目予以褒奖,旨在促进绿色环保非开挖技术在国内的推广运用。

(北京天环燃气有限公司 尚国庆)