

你见过以蜗牛为主题的礼品吗?杭州的王兰就是专门销售DIY制作的“蜗牛”礼品,王兰的蜗牛作品款式有100多种。客户已经发展到线下的实体店,遍及福建、北京、广东、上海、内蒙古、浙江等地,每个月有过万元的销售单。

卖“蜗牛”礼品月入万元

王兰是一名年轻的动画设计师。2007年9月,她辞职后专职开设淘宝店,卖一些手工小物件。2008年下半年,金融危机波及中国。王兰觉得,中国人在这个时候尤其需要一种信心,能够背负起各种压力,包括小的无奈、伤心、失望、郁闷。同时,又有些小希望和QQ精神,就像蜗牛一样有韧性。

王兰觉得蜗牛的壳,其实是压力和希望的并存,它象征一种永不放弃的精神和永远的自信,而这样的核心文化正是目前市面上的手工产品所欠缺的。王兰就这样开始了她的蜗牛礼品的设计和制作,在每个产品的设计中都赋予自己的思想,表达自己独特的理念。除此之外,王兰还考虑到蜗牛礼品的实际用途,分为偏重装饰性的婚庆饰品和偏重实用性的家居用品。

2008年下半年,王兰正式在自己的网店推出“蜗牛”礼品。由于

创意独特,“蜗牛”礼品很快获得广大网友的认可。为了让更多人喜爱蜗牛系列礼品,王兰注意观察,用心去感受,每每有了创意就积累起来,并且争取在制作的时候表现出来。随着销量的增加,王兰将蜗牛礼品的基础部分外包制作,但创意的核心部分一定是自己动手。因为顾客的口碑相传,加上王兰不停地在各大论坛宣传,蜗牛礼品开始小有名气。淘宝网的创意站首页专门做了推广,小蜗牛还受到邀请参加杭州端午节酷卖街的特别活动,甚至上了《都市快报》,连阿里巴巴员工集体结婚都用她的“蜗牛”作指定礼品。

如今,王兰的蜗牛作品款式有100多种。客户已经发展到线下的实体店,遍及福建、北京、广东、上海、内蒙古、浙江等地,每个月有过万元的销售单。

(摘自《城乡致富》 伟雅/文)



保证质量的前提下,以低价和同行竞争不说,还对有需要的客户提供免费推广。目前就读于重庆市某大学广播电视新闻专业的大三学生孙子麟,靠着这一营销策略,不仅为自己和学友提供了锻炼和实习的机会,更令其创办的“新青年印象”工作室业务做得风生水起。

高校生开工作室 拍片免费推广吸引客户

自己赚钱由来已久

孙子麟的父母均从商,他从小就对生意场中的事特别有感觉。大学一年级时,他就寻找各种机会赚钱,编报纸、做推销、到饭店当服务生,干过不少行当。他曾经利用新生报到的商机编印《新生指南》,“仅3天时间,就赚了3000多元。”

虽然家境还算殷实,但孙子麟上大学后就不再向父母要钱了。“每月我都能挣到上千元,加上奖学金,开支是不用愁的。”甚至连妹妹读大学的所有生活开支,他也承担了下来。

尽管做了很多生意,孙子麟的学业并未受到影响。相反,诸多的社会实践,让他真正做到了理论和实践相结合。“3年的大学学习中,除了有一学期外,所有学期我的奖学金等级都在一等以上。”

结合专业开始创业

“新青年印象”工作室成立于去年底。选择这条创业路,孙子麟源于一个偶然机会。

去年三四月份,一从事中小学生学习暑期培训的朋友找到孙子麟,请他为自己拍摄一部招生宣传片。借来学校的摄像机,孙子麟用一周时间,完成了拍摄不说,还包揽了写解说词的活路。朋友招生期间,孙子麟陪同到社区、街道为其派发传单,还帮他进行网络推广。“结果,当期的招生效果很好。”

此后,朋友建议孙子麟,应该结合自己所学专业寻找创业路,并陆续为他介绍了几单做宣传片的生意。客户对其专业技能大加赞许,“这增强了我的信心。”

去年底的一次同学聚会,孙子麟提起想成立工作室的事,获得其他5位同学的支持,“新青年印象”工作室随即诞生。6人团队进行了角色分工:孙子麟主要负责跑业务,其他人分别做文案策划、拍摄剪辑和售后服务。

有偿拍片免费推广

没有从业经验,也无销售网络,怎样开展业务?孙子麟想到了整合学长资源的方法:他广泛联络已参加工作的学长,向他们自我推荐,并通过他们的口碑效应,提高工作室知名度,打开市场销路。其次,找到自己曾打过的火锅店、饭店等餐饮老板,利用熟行的优势,对他们进行宣传攻关。

低价格高质量,还送相应的网站维护、派发传单、代为联系广告载体等免费推广服务,成了孙子麟在谈判中的杀手锏。很快,工作室的客户数量开始不断增长,单价也从最开始的几百元、几千元,上升到现在的上万元。

如今,“新青年印”已从最开始的费力苦寻客源,变成了顾客主动上门。而老客户,则成了帮他发展新客户的义务宣传员。

业务延伸婚庆市场

蛋糕越滚越大,孙子麟也开始将“触须”伸得更远——除了企业宣传片外,最近他又尝试起为个人服务的婚庆摄像来。

孙子麟称,今年五一期间,每天的婚庆拍摄业务都让团队成员应接不暇,“生意好得连吃饭、休息的时间都难挤出。”“业务好时,一个月可接10多单生意。平均下来,每月都有几千上万元的利润!”

专家分析

服务先做到位 生意才会有门

孙子麟的创业项目,起码有两点值得其他创业者学习。

其一,是他把握了“不熟不做”的商业原则,从自己最熟悉的行业下手,利用自己广播电视新闻专业的优势,带领学友为企业拍摄宣传片。这样做的结果,就能避开不熟行给自己带来的种种弊端,让创业少走弯路。

其二,也是很重要的一点是,他除了为企业拍宣传片,提供低价格高质量的服务以外,还赠送相应的服务。这种服务包括网站维护、派发传单、代为联系广告载体等。而这些免费的服务恰恰正是急于开拓市场,寻找客源的企业所急需的,因此孙子麟往往与客户一拍即合。

(摘自《重庆晚报》 董亿/文)

马上利用双休的空当,连夜把装修队请过来重新进行了设计改装。

果然,经过改装的午睡吧重新亮相后,客人都有了一种耳目一新的感觉,睡得也更安稳了。渐渐地,曾一度流失的客人又成了回头客,午睡吧的生意又红火起来了。

这时的午睡吧是否还有进一步改进的空间呢?为此,张含雪又动开了脑筋:在不增加收费的前提下,给每一位客人免费赠送一杯消暑解渴的清茶和一份时令水果。另外,张含雪又在每个房间的茶几上摆上了几本最新的时尚杂志。

2004年年底,午睡吧的休闲文化氛围已经形成了,客源也基本稳定了下来。于是,张含雪又贴出广告,在晚上和双休日推出茶座聊天。由于收费低廉,温馨舒适,茶座聊天一经推出,就吸引了大批晚上和周末会友的单身白领一族。从此,张含雪把晚上和周末双休日也充分利用了起来,收入也因此增长了近四成。

在不到3年的时间里,张含雪的午睡吧已在深圳市区遍地开花,她先后在金融中心、华强北、莲塘、八卦岭、科技园和车公庙等各类公司、企事业单位和办公楼宇相对集中的地方开了10多家连锁店,月收入达到了5万余元。

(摘自《阿里巴巴》)

1小时商机 上班族热捧午睡房

逛街“逛”出商机

张含雪现年25岁,是湖南省东安县人。2003年春节过后,她到深圳寻求发展,几经周折,终于在罗湖区的一家港资化妆品公司找到了一份市场策划兼文案创意的工作。公司实行的是“朝九晚五”制,中午连午餐在内只有一个半小时的休息时间,再加上在办公室里休息实在不方便,张含雪就跟着姐妹们到街上溜达,逛超市,喝咖啡……

逛街的次数多了,张含雪发现了一个奇怪的现象:每到中午,发廊、美容院、茶艺馆和咖啡屋等环境舒适、安静的场所,顾客比双休日的时候还要多。

2003年7月的一天中午,一位女同事请张含雪陪她去美容院做美容,听到一位刚做完美容的女子对她的同伴说:“这地方真好,环境优雅,凉爽宜人,比办公室可强多了!其实我就是冲着能在这里午睡才来的。”

回公司的路上,张含雪边走边琢磨着这事;看来午休已成了一个让都市上班族感到头疼且无法回避的难题了!要是在深圳这样一个上班族特别集中,夏季又特别长的城市里提供一处专供他们午休的场所,相信生意肯定会很好的!

接下来,张含雪便利用下班时间做起了市场考察。经过几天的比较,张含雪看中2000了一家正在转让的潮州餐馆。这家餐

每天朝九晚五、两点一线地奔忙,其中相当一部分人因为单位离住处路程较远,中午无法回家午休。于是,专门出租给上班族午休的“午睡房”便受到这些人的热捧。

馆离张含雪所在的公司不远。如果用它来做都市白领的休闲之所,倒正好合适。

经过一番讨价还价,张含雪最终以每月2500元的价钱租下了那个门面,起名叫做“雪儿午睡吧”。她将整个午睡吧隔成两大间,一边是男宾区,一边是女宾区,两间各放着40张躺椅。窗户上还挂了厚厚的窗帘以遮挡阳光。考虑到上班族的消费能力,她将收费标准暂定为每小时10元钱。

为了开张后的生意一炮打响,张含雪决定先将同事们请过来,免费试营业几天,让他们从消费者的角度多提意见,以便及时完善不足之处。

到公司办理辞职手续这天,张含雪一本正经地对同事们宣布吃完午餐后自己做东,要请各位潇洒一回。午餐后,张含雪领着同事们来到了她的“雪儿午睡吧”。大伙一个个瞪大了眼睛说:“真有创意!”大家躺在躺椅上,最初的新鲜感过后,他们渐渐在舒缓的催眠曲中进入了梦乡。

午睡吧正式开张

第二天中午,张含雪的同事们几乎都来了,还有人带了他们的朋友,这让张含雪很感动。不一会儿,附近其他公司的上班族也陆陆续续地找上门来了。结果,仅有的80张躺椅全部占满后,还有人前来。为此,张含雪不得不一一向后来的客人表示歉意。这头一天开张,张含雪营业额就达到了800元。

可是,半个月后,光临午睡吧的客人渐渐少了起来,空位越来越多。这让张含雪大惑不解,难道他们当初来只是想图个新鲜?她百思不得其解。

就在张含雪为午睡吧的生意每况愈下而着急的时候,一天,一位男顾客午睡后怒气冲冲地向张含雪抱怨说:“要是让你躺在一个呼噜打得山响的人身边,你能睡得安宁吗?”说完,他丢下10元钱就往外走。张含雪急忙拦住他,把钱退还给他,连声道歉说:“真是对不起!没让您休息好,这钱我就不收了。”客人愣了一下,随即接过钱走了。

客人走后,张含雪仔细一想,终于明白了生意不佳的症结所在。

用体恤之心赚钱

恰好第二天是周六,张含雪

“并不是所有的创业都能够成功,但不选择创业,连成功的机会都没有”,这是孟凡林的创业信条。7年来,他一直是边上班边创业,白天是干货店的老板,晚上8点到次日凌晨两点是某星级酒店的网管。

他白天开店 晚上上班

老顾客成了妻子

孟凡林是2000年应聘到南京一家某星级酒店做网络管理维护员。他每天的工作时间从晚上8点到第二天凌晨2点,工作职责就是负责对酒店门禁、开房、收银等系统的管理和维护。

就这样,孟凡林过起了夜猫子的生活,白天有大把大把的空闲时间。他利用这段时间四处逛南京,并开始寻找创业机会,在他的心里,创业的梦想从来都没有熄灭过。

2003年,孟凡林在解放路大市场附近租了一间门面,主营红枣、核桃等干货滋补品。他在前期的调查中发现,这些都是快速消费品,资金回笼比较快,瑞金路一带小区较多,市场也比较成熟。于是,他过上了白天当老板、晚上当职工的生活。当然,他的小店也没有躲过创业初期的寒冬季,因为没有客户,生意很差,有时候一天下来收入只有10多元。不创业,连成功的机会都没有,孟凡林给自己打气,咬牙坚持了下来。

在经营中,孟凡林发现干货滋补品的季节性比较强,夏天淡季的时候,他就兼营凉席、拖鞋等日用品。由于东西便宜,质量好,他的小店生意越做越好。

孟凡林没想到的是,这个小店不仅增加了他的收入,还给他带来了一个老婆。2006年,一位来自北方的姑娘经常光顾孟凡林的小店,两人熟络后孟凡林才知道她在银行上班。姑娘很佩服孟凡林的吃苦耐劳,两人聊得很投机,后来,这位姑娘就成了孟凡林的妻子。

想将家乡特产推向南京

现在,因解放路大市场拆迁,孟凡林将店搬到了地铁口。当了7年的老板,孟凡林还是不愿意放弃酒店的工作,不仅有对这份工作的不舍,也是他为自己留的一条后路。不过关于创业,他还有一个更远的想法,他现在正在和老乡们商量将老家的特产推广到南京销售。“我们老家其实有很多别处都没有的东西,我希望能将这些特产整合起来,推向南京市场,将来成立专门的连锁经营公司。”孟凡林说。

(摘自《金陵晚报》 徐红霞/文)

小夫妻开仿真火车专营店 年赚30万



如今,仿真品越来越受到人们青睐,但这些仿真品似乎大多数限于动物、花草之类的东西。可80后小夫妻沈李健和丈夫靠经营仿真火车,每年净赚30万,还成立了一个车迷俱乐部。

的中国系列火车模型,还有一些外国的火车模型。

车迷显得非常兴奋,在沈李健的小店一看就是半天,他告诉沈李健,在沈阳乃至东北,有很多喜欢火车的车迷,因为东北地区没有火车车模的专营店,所以车迷们买车模要托国外的朋友,或者上网交易,在交易之前根本没法看到车模的实物……那天下午,这个车迷朋友一下子就买了3000多块钱的火车模型,他还建议沈李健建一个网站,让车迷们都知悉沈阳也有自己的火车车模专营店了。

从那以后,沈李健的小店里陆续来了不少这个车迷朋友带来的顾客,车模专营店的网站也吸引了不少喜欢火车模型的车迷。店里营业额也一天天长,半年后,该厂家在东北地区的独家代理权终于落到了沈李健的手中。

(摘自《天下商机网》)

展会寻宝发现仿真火车

2004年,25岁的沈李健和丈夫想开个小店。沈李健的丈夫是个玩具迷,家里收藏了很多不同类型的玩具,丈夫深深地体会着玩具带给痴迷者的乐趣,认为喜欢玩具的人不仅仅是孩子,还有很多成人,于是他们决定开一家玩具店。

不久,沈李健和丈夫的小玩

具店在东北玩具城落户了。2004年10月份,上海举行玩具博览会,沈李健想去找货源。一进展会大厅,一辆喷着蒸汽呼啸而过的小火车引起了沈李健的注意,小火车的轨道就铺在大厅的地板上,这辆小火车从颜色到造型都跟在火车站看到的火车一模一样。沈李健立刻走上前去跟厂家代表攀谈起来。

原来这是国内顶级的一家