

教你做有货没柜台的批发生意

笔者接触到的一些客户中,许多人看好笔者的布包产品,想做代理商,却因为一些原因不能实现——在批发市场租用门面或柜台,费用太高,不是小批发商能够承担得起的;小县城根本没有批发市场,怎么做?当地只有步行街,又怎么做?

方案一:把别人的柜台变成自己的

在笔者刚刚做外贸女包批发业务时,也一样没有合适的柜台去做批发,于是,笔者就去各大批发市场里转悠,寻找对口的商户来合作。

当笔者寻找到目标商户时,就去跟他们讲:我有顶级的好货源,愿意供货给你。并拿样品给他看。看了样品后,他可能会感兴趣,也可能不会感兴趣。如果不感兴趣,笔者就会提出一个让他放心大胆尝试的合作方案。比如,他可以先给笔者一面墙来陈列我的女包,而这面墙的租金,由笔者支付给他。此外,在每个产品上,笔者再给他一定比例的提成。而经营上可以由笔者派人来配合他一起做。这种合作方案对他来说,根本没有风险,所以,绝大多数人会接受,除非他铁了心不愿意跟你合作了,那也就不多谈了,直接换一个目标再重新去谈。

等到合作一段时间后,就会有三种可能的结局:一种是他发现这款产品确实不错,要比他原先在做的项目还赚钱,那么,他自然会考虑放弃老项目,改做新项目了;第二种可能是这个产品也只是普普通通的赢利,虽然不是太好,可也过得去。在这种情况下,他可能会维持不变。而你就核算一下,你在这个批发点上,是否有足够的赢利了。如果你还有赢利,或者赢利很大,那你就考虑再让一些利润给他,通过让利来动员他做批发,或者动员他把柜台租给你;第三种可能是最差的一种结局,那就是,你的产品确实不够好,没能让他多赚钱,在这种情况下,你自然也就没话可说了,因为这说明你确实没找对好货源。不管如何,要找到柜台还是不难,只要你舍得让利。

方案二:做平台

除了上面这种把别人的柜台变成自己的柜台来做批发的方案之外,还有一种解决方案,那就是做平台。

这个平台,不仅仅是指网上平台,而泛指交易平台,既包括网上平台,也包括网下平台。比如,你可以通过网络召集一批你们当地的网友,来你这里进货。注意,一定要在自己代理的区域范围内发展客户,既可以发展那些开网店的老乡参加,也可以去向那些开实体店的人推销。为了能够起到召集的作用,你要建立一个样品房。这个样品房,可以是自己家里的房子,也可以是租来的写字楼,还可以是小门面。但不管怎么样,样品房一定要搞得正正规规、像模像样。日后,这个样品房和你的网店,就是你的活动平台了。

平时,你就让他们通过你的网店来进货;而每隔一段时间,你就召集他们来你的样品房里开一次新品发布会。这样运作一段时间后,你的样品房自然会成一批人的俱乐部了,而批发业务也就做活了,就能解决“有货没有柜台,怎么做批发”的问题了。

(摘自《财视网》老裴/文)

在网店上销售商品,不管使用哪种方法,我们必须知道“顾客永远不喜欢被命令,也不喜欢被灌输”这个道理,所以我们在跟客户沟通的时候需要掌握一些技巧。

☆沟通中多用感叹词

平时我们与朋友或客户面对面交谈的时候可以通过微笑、动作、语气等方式了解对方的心理状态变化,很容易知道对方是生气、高兴还是说笑。但是在网络沟通的过程中,由于我们无法看到对方的表情和动作,只能靠文字表达。如果我们仍然按照平常说话的方式在网上交流的话,可能会得到一些不可预期的效果。下面来举个比较简单的例子:

■顾客:你好,请问这件衣服有红色吗?客服:没有。顾客:那请问这

件衣服可以便宜点吗?客服:这个不是最低价格,已经不能便宜了。

就上面一段简短的对话来看,假如遇到心情舒畅或者不计较的顾客,看了心里倒没什么感觉,或许会因为价格相对较低、特别喜欢这件商品等原因,“被逼”似的勉强决定购买该商品,但类似这样的沟通方式能完成二次销售的不多。相反,如果遇到一些心情不好,对语言比较执着的客户就会感觉心里很不舒服,因为这样的回答和服务会给人一种“僵硬”的感觉,也就是说你没有用“心”沟通,所以有的顾客可能更愿意选择其他地方购买,即使其他地方的价格比这边高一点。

那么,我们应该如何解决这个问题呢?最简单的方法,我们可以多使用一些感叹词。例如“哟”、“啊”、“呀”、“呢”、“啦”、“嗯”等词

语,另外,在淘宝使用的最多的一个词语——“亲”也是我们必不可少的称呼。下面我们尝试把客服的回答加上感叹词语,对比一下跟原来的回答有什么不同:

■客服:“亲,这个是最低价格,已经不能便宜了哦!”

虽然这样回答的还不是最好的,但是与原来的回答相比之下,已经增加了感情色彩,即使顾客还不能面对面地与销售人员沟通,只要我们适当地运用这种方式与客户沟通,很容易就会让顾客觉得这个客服是有礼貌的,而且很容易把距离拉近。只要把双方的距离拉近,我们要做什么都容易了。当然,其实这种方法也属于催眠式销售的一种沟通方式。

☆沟通中多使用表情

在与客户沟通过程中,不管使

用的是QQ、MSN、TM、旺旺还是其他网上沟通工具,都有一个聊天表情库,我们可以在交谈的过程中适当地使用聊天表情以增加客户对销售人员的好感。但我们需要注意,不能随便发一些与聊天主题不匹配或者不雅观的表情,更不能泛滥地发布表情,如果每个回复都使用表情,对方反而会感觉我们没有用心对待,甚至还会影响销售人员在顾客心目中的形象。

☆沟通中多使用“勾引法”

我们在销售过程中,很多时候我们都会遇到想购买,但是还没有决定在什么地方购买的客户,这样的客户都是我们的潜在客户,所以我们是绝对不能放过的,那么我们应该如何“勾引”这样的客户在我们店铺消费呢?

碰到这类客户如果我们能够

够适当地“刺激”一下就很容易成交。例如我们了解客户真正想要但还处于考虑阶段的话,我们可以尝试跟客户说“该种商品已经剩下最后两件了哦”,或者说“该商品正在促销阶段,现在购买有小礼品赠送”等话语,这个时候大部分客户心里都会有错乱的感觉,而且很可能就决定立刻购买。但我们在使用这种方式的时候,必须注意要在适当的时候使用,使用得不适当或者使用频繁反而会让客户厌烦。

还有的客户可能是由于闲逛和咨询,对待这样的客户我们可以先从了解客户意向的话题开始,不要一味地灌输商品的好处或者店铺的好处,只要了解用户的实际意向,我们可以推荐一下相关商品,侧面来刺激顾客的购买欲。

(摘自《慧聪网》李欣荣/文)



■创业金钥匙

宠物园中园:投资5万,年入10万

逛公园的时候,我们经常会有这样的感觉:逛着逛着忽然觉得没劲,因为没什么可玩的,尤其是带着孩子的时候更是如此。俗话说,有需要处就有市场,这就是我们的商机所在。

如果有这样一个园中园,里面有一些可爱的小动物,比如小鹿、小羊、小牛、小马、小狗、鹦鹉,以及训练好的鸽子等,孩子们可以与这些可爱的小动物一起玩耍,喂食它们,与它们一起合影留念,一定是个不错的项目。

◎项目名称:宠物园中园

◎适合地点:有公园的大、中、小城市,如果当地经济发展水平较好,则更为理想。

◎适合创业人群:小本经营者

◎投入:5—10万元,视具体情况而定,操控性较好。

◎经营方式:与所在地公园协商,或合作经营,或租赁场地经营。

【主要投入】

1. 场地租赁。小的如养鸽子,几十至100平方米左右;大一些,如建综合性宠物乐园,面积100—300平方米,租金与公园协商,如北京、广州等地,每平方米月租金大致在10—30元,一些二线城市

或地级、县级市会更方便。

2. 修建鸽舍和宠物宿舍。一个占地40平方米左右的两层铁质鸽舍,在广州大致需要3万元,宠物宿舍建造相对便宜,因为都是一些无危害的小动物,宿舍不需要特别加固。

3. 购买宠物。在广州购买鸽子600只(非食用肉鸽)约需1万元左右。小鹿、小羊、小马、小狗、小牛等视各地情况而定,如能在产地购买,则价格相对便宜。购买宠物大致投入应在1—2万元。

4. 其他投入。如宠物卫生保健、雇用人工等等,每月约1000—2000元。

5. 流动资金。5000元—1万元。

【主要收入】

1. 门票。视各地经济发展状况而定,北京等地大致在每人每次5—15元,此类园中之园,一般只售小孩票,大人可以免费陪同。

2. 与宠物合影留念。北京等地为每人每次每单项或每一品种动物合影一次收费5—10元,需特殊效果者,或动物需经特别训练后方能与摄影师配合的,可酌情另外增加收费。

3. 售卖宠物食粮。可允许小朋友购买园中自备宠物食粮,亲自参与动物喂养,体验人与动物和谐相处的野趣,孩子一般都会喜欢。宠物食粮利润可在50%以上,还可以节省喂养宠物的支出。

4. 附加项目收费。如小羊拉车、小牛拉车,视乘坐时间与距离收费,一般以不超过5元为宜。

【经营要诀】

1. 讨好孩子。在这里,孩子就

是皇帝,掏钱的父母围着孩子转,想赚钱的经营者当然也必须围着孩子转,对孩子不能缺乏耐心,这是经营大忌。

2. 选址。最好选交通方便、人流量较大而设施简陋的公园,一般街区公园和大部分城市公园都符合这个特征,如北京的玉渊潭、青年湖、紫竹院等等,经营者事先一定要对公园人流量进行仔细测算,切忌想当然贸然行事。

3. 卫生。这是重中之重,不但环境要干净,宠物本身也要干净。场地与动物必须每日清理,喂养宠物的残粮与动物粪便必须时刻清理,工作人员着装必须干净整洁。一般人与动物接触,最担心就是被动物传染疾病,所以,如果卫生条件做不到完美,投资失败的可能将占九成。

4. 防止宠物瘟疫和危害宠物生命的其他传染病。投资者事前最好能学习一些基本的宠物保健和防疫知识,有条件的可邀请宠物医生定期来访。

5. 场地不宜过大,宠物品种不宜过多,场地过大则投资相应提高,宠物过多则难免照顾不周,而且每种宠物价值均不相同,若参照宠物不同身价定出不同消费价格,会令消费者感觉厌烦,经营者也不便管理,反而会加大投资风险。

【成功案例】

据在北京某公园开办鸽子乐园的何先生测算,养鸽600只,总投资不到5万元,每月纯收入可达5500—7000元;综合性宠物乐园收益更高。

(摘自《温州眼镜网》)

大学生创业需借鉴的经验知识

目前,越来越多的大学生都投身到自主创业中去。但是,创业说起来非常简单,做起来却是非常困难。创业者容易犯那些错误呢?又需要调整自己的什么观念呢?

□创业者开始常犯的错误

1. 项目选择草率

创业遇到的第一个问题就是项目的选择。很多人都习惯性地从个人喜好出发,往往主观地认为自己喜欢的项目产品消费者也一定喜欢,缺乏对前期市场准确的调查和理性的分析。另外,对项目发展前景过于乐观,对销量及利润率预计偏高,而对自身的营运能力、后续资金的投入、投资风险等因素估计不足。

2. 成本核算不到位

由于首次创业缺乏经验,许多新老老板容易将成本核算过于简单化。一是对“成本”这一概念的理解发生偏差,以为成本就是公司的租金、员工的工资及产品的进货成本;二是许多隐性成本可能还没算,例如电脑等固定资产的折旧、维护保养、自己作为领导消耗的时间和精力等,导致实际赢利状况与预期相差过大,推广计划中投入产出不合理等负面问题。

3. 资金安排不合理
现有资金分配不够合理,缺乏资金整体使用规划,资金使用基本不考虑整体性,以及是否存在超出安全比例的情况,后续资金供应链考虑不够充分,事业发展缺乏资金的后续支持。由于资金调配原因,许多新老老板经常出现资金占压严重的情况,资金运作捉襟见肘,很快陷入困境。

4. 突发情况处理泛术

开门做生意,上三教下九流都得会打交道,就算不是左右逢源,但至少也得照顾周全。这不像在公司上班,出事总有各个部门来负责处理,即便不良后果也是公司担着,员工个人吃不了多少亏。而自己的买卖什么情况都是自己的,一旦出现意外情况,可能导致生意的停顿和关门。许多新老板角色还未转换过来,通常只能束手无策,往往因为反应迟缓而导致事态扩大。

5. 管理方式简单

管理方式不仅仅是内部的营运管理,而且涉及到客户管

理、员工管理和激励等方面。因为缺乏经验,许多新老老板都容易从惯常思维出发,依照自己的性情来做事,于是经常出现内部员工拆台和客户倒戈的事情也就不足为怪了。

□创业者需调整的观念

1. 从冲破家庭和社会阻力的逆境创业,到寻求后续支持的顺境创业。许多创业典型的新闻报道,似乎都是冲破世俗观念、家庭阻碍,在人们的冷言冷语中逆境成才的,这种宣传是片面的。大学生只有获得家庭在人财物方面的支持,或者关键商务人士的支持,才能增大创业成功的可能性。所以大学生创业的第一个营销任务就是要把自己的创业计划向亲朋好友推销出去,获得他们的首肯。

2. 从好高骛远,到脚踏实地。许多期望创业的大学生,创业的目标都非常远大、设想宏伟,但这些创业计划是大大超越创业者自身能力和可支配资源的,难免给人“眼高手低”和花架子的印象。所以还是要空降落地,在力所能及的范围内创业。

3. 从零资本到白手创天下,到适度资本创业。目前书店有相当一部分财经书籍都教人们做无本买卖、白手起家、“空手套白狼”,其实任何创业都是要启动资本的,注册企业、印盒名片、置办行头、设个网站也要几千元钱,人们可能做到的是“低资本创业”,而不是“零资本创业”。

4. 从创业前景过度乐观,到正视创业的重重困难。我们发现,前些年40、50岁的创业人员,在前景预测上普遍悲观、保守谨慎;而青年人普遍对前景乐观、兴奋。事实上,在企业初期困难重重,大学生创业要对困难有充分的估计。

5. 从充满激情、热血沸腾,回归平和心态。创业实际是一种职业生涯,是一种事业方式,是一个成长的过程,单靠短期的热情是远远不够的,需要有创业持久战的平和心态。

6. 从全新的、革命性的创业领域,到局部创新。大学生喜好做大事,往往对产业格局和生活方式是革命性的,颇有改造山河的成就感。但这也是超越自身能力的,不现实的。创业一定要有创新,但微小型企业比较适合选择局部创新、小革小命的项目。

7. 从哥们义气平等协商,到突出核心人物。大学生创业常常是约几个好友或志同道合的朋友来共同创业,大家平常都是哥们儿,创业中也是江湖义气,有事好商量,但是往往群龙无首,谁也说服不了谁,最后是一盘散沙,不欢而散。所以要有一人挺身而出,成为创业团队的核心人物,突出点“个人英雄主义”的作用,另外股份也不能平均化,要由核心人员绝对或相对控股。(摘自《人人创业网》)

■开店支招

网店轻松应对淡季 店主更加努力经营精心打理



任何一个市场都不可能永远销售火爆,总会或多或少受季节、潮流的影响而有经营者的心也经历淡季。记

者认为,淡季到了,正是反季备货的大好时候,也是培养顾客的时候。店主们更应该努力经营,精心打理,为销售旺季做好准备。

在淡季里,卖家可以定期或不定期上传新品,提高店铺的吸引力。吸引新买家,更能维护好老买家。其实淡季的时候推出新品,可以测试买家对新产品和价格的接受程度,以备在旺季到来之时进行大规模的推广活动。如果消费者在淡季能够接受你提供的新产品、接受新产品的价格,那新产品在旺季

的销售很大可能供不应求,店主们就等着白花花的银子进账了。

当然,受到各方面的竞争压力,店铺经营的促销活动是必不可缺的,何况是淡季的促销。实际上,各种促销活动已经成为了刺激新产品销售的必要手段,不过淡季的促销一定不能过度。记者觉得店铺可以搞联动销售的活动,例如购买店里一款特价新品,再买店里其他任意一件商品就包邮。这样当买家光临店铺的时候本来是打算买一件的,但是活动当头,而且对于买家来说是个大大

的优惠,一般都会选择两件以上的。

其实对于卖家来说,老顾客是一项特有的资源,需要精心维护。如果在买家意想不到的情况下,主动与他们接触,把店里的新品介绍给买家,同时店里有什么促销活动也要及时通知买家。一些网店会在年前、年后安排客服向去年一年的老客户进行拜年回访活动,这样不仅能把新品、网店的最新信息第一时间传递给消费者,也拉近了网店同消费者之间的关系。(摘自《人民网》)