

■成功案例■

努力 + 坚持 独创“管家服务” 张松江刷马桶 做新型家政赚千万身家

10 年前,20 岁出头的北京男孩张松江从大学毕业,他的同学有的进了外企,有的进了机关,可是他却令人不解地干起了刷马桶这样的工作;10 年后,而立之年的他凭着经营智慧独创“管家服务”,在家政行业闯出一片广阔的天地,在全国拥有近百家连锁店,成为刷马桶起家的千万富豪。

创业伊始先栽跟头

谈起创业之初的经历,张松江感慨当时可称狼狽万状,从家政服务起步的创业之路竟然开始于一次受骗上当的经历。当时刚从联大毕业的张松江发觉自己的一纸大专文凭根本找不到对口的工作,他与其他 3 个朋友商量,决定一起创业。他们在报纸上看到了一个美国品牌保洁公司招加盟商的广告,在对方“专业”地讲解后,他们相信了“保洁市场利润空间无与伦比”。于是,4 个人立即凑了 3.9 万元加盟金,交给了那家公司,随后接受了为期两天的保洁清洗培训。

几个小伙子创业热情高涨,租了一间 10 多平方米的破旧办公室,招聘了 7 名员工准备大干一场。可是等他们跑去谈生意时,却到处吃闭门羹,整整两个月他们没有做成一笔生意。感

觉受骗上当的几名学生想找加盟的公司讨个说法,谁知道那根本就是一个皮包公司,早已经人去楼空。艰难的处境让张松江的几位合伙人打了退堂鼓,但是张松江坚持看好保洁行业的前景,他不停地思考,怎样才能独辟蹊径把生意做活?

敢喝自己刷过的马桶水

当时北京的户内保洁也有人做,但是服务没有特点,更无标准。张松江认为,像 SOHO 现代城这样的高档社区,肯定需要一种更高档次的服务。麦当劳、肯德基走遍全球,凭的不就是一个严格的操作规程与标准吗?他用了 10 多天的时间完善自己的方案,写好计划书,然后鼓起勇气去找 SOHO 现代城物业公司的经理,物业经理最终被眼前的年轻人打动了,把小区的保洁工作包给了他,张松江在 SOHO 现代城的地下室租了一间屋子开始了二次创业。

回忆那段日子,张松江称“非常艰苦”,没有椅子办公就坐在地上,每天吃 2.8 元一份的盒饭,更糟糕的是他那一套精心计划的关于保洁的标准化服务竟然得不到员工的认可。最后,张松江决定以身作则,他按照自己制定



的刷马桶的标准一丝不苟完成后,对大家说,他敢喝自己刷过的马桶里的水,大家一看果然非常干净,对这位年轻的老板才心服口服。

为小区客户做好“管家”

建立起标准化的家政服务模式之后,张松江的家政公司很快在 SOHO 现代城树立了口碑,第一个月就赚到了 3 万元钱。创业有了一个好的开局,但是张松江并不满足,他脑海中构想的新型家政服务应该还有更广阔的内容。

张松江进行详细地了解和调查后发现,传统家政公司所提供的单一保姆服务存在着不可克服的巨大缺陷,

住家保姆工作效率低下,请来的保姆通常要花半年左右的时间才会使用各种家用电器等,不方便的同时,危险性与损坏物品的几率也很高,还会与主人不可避免地产生矛盾。而且,一般的家政公司仅仅相当于一个中介,挣的是中介费,怎么可能把服务做到符合客户需求呢?

张松江发现,经常会有小区住户打来电话,除了要求保洁服务,还有请人做饭、看护、购物等要求,张松江当即抽调擅长这些工作的员工上门进行服务,并对他们进行专门培训,强化他们的技能,那些传统住家保姆忙碌一天的工作,他的员工在 2 至 3 个小时内即可完成。

根据客户的要求,张松江的家政公司还不断添加新项目,例如干洗衣物、皮革保养、换桶装水和插花,甚至预定机票等等,远远超出了传统家政服务的范畴,不但令客户满意,还成为新的利润增长点。

这种以前无人尝试的新型家政服务取得了惊人的成效,在 SOHO 现代城这个 1000 多户的社区,不到一年的时间,570 人先后办理了服务卡,成为忠实客户,服务收入超过 170 万元。张松江正式把自己的家政公司注册了“小管家”的品牌商标。

“小管家”胸怀大理想

在 SOHO 现代城创立成功样本之后,张松江不再满足于仅仅服务于这一个小区,他以加盟连锁的方式把这种成功模式不断复制,很快“小管家”就在北京遍地开花,开了近百家门店,甚至开到了山东、江苏等地。

如今,在家政行业打拼 10 年的张松江已经不满足于不断扩张门店,占领新的小区,他心中有更大的理想——他的目标是成为第一家上市的家政公司,要做就做行业中最好的那一个。

（摘自《中财网》）
☆编者：服务行业是许多创业者在创业之初的首选项目，原因是进入门槛较低，一旦创业失败，退出也相对较为容易。然而，服务行业进入容易，但是行业内竞争却十分激烈，因此大多数进入的创业者，在进入初期的不到一年之内，就品尝到了失败的滋味，从而萌生退意。

花样翻新的服务项目和类别，差异化的服务定制方案都可以成为服务行业获得成功的原因。本文中的“社区管家”张松江能获得巨大成功，其主要原因就是：把简单的事情做好。创业成功的主要因素往往就是创业者的努力+坚持。

■创业话题■

创业,选择加盟连锁还是自己开店?

大学毕业 5 年的丁先生,开始谋划自己当老板。深受“连锁经营将成为 21 世纪主导商业模式”思想影响的他,对加盟连锁店有一定的痴迷。而日前麦当劳特许经营的门槛从 250 万降至 200 万元,肯德基也悄然降低了其在二三线城市的加盟费等信息,更刺激其加盟连锁店的兴趣。只是,有曾经加盟连锁店经验的朋友警告丁先生,加盟连锁店同样有很大的风险,而且后期发展限制颇多,在其兴头上浇了一盆冷水。到底是自己开店还是加盟连锁?丁先生面临两难抉择。

成本 PK:加盟胜

【加盟】

以棒约翰为例,加盟标准店店所需的总费用大概为 250 万元,其中包括设备、装潢、水电煤、家具等营建设备费用约 180 万元;加盟费 40 万元(其中包括一次性的开店费和每月按照销售收入的比例缴纳的品牌使用费);因先发货,后结账需交的商品原料采购保证金 30 万元(终止加盟后全部返还)。如果是选择“不从零开始”的特许加盟模式,即全面接管一家已经



开业的、成熟的棒约翰餐厅,要求投资者的个人资金能力在 400 万元以上,加盟商在该项目中的投资比例不少于 70%投资资金,也就是说投资资金在 280 万以上。

【开店】

自己开店的话,如果选在天河南,大概所需成本如下:装修设计和设备购置费用 200 万元左右,这笔费用主要包括房租(在天河南一家 80 口左右的商铺租金大概需要 2.5 万元/月)、购置和安装必要设备,购买首批原材料等;开办费及营运资金 40 万左右,包

括营销费用、广告费用、雇用和培训员工的费用等。另外,还应考虑不可预见的准备金,一般为前几项总和的 5%~30%,也就是 40 万左右。这样算起来总成本大概是 280 万。

◎小结

相对于自己开店,加盟的一个优势就是成本可以相对节约。除了金钱的节约,还有时间的节约。自己开店对地址要千挑万选,加盟则只需选一个区域。当然,加盟可以少掏真金白银,但必须得有充足的资金作为后盾。

据美国中小企业管理部门统计,在开业第一年就失败的自营店铺比例

高达 30%~35%,而采用特许经营方式的店铺在开业第一年失败的比例仅为 3%~5%。在世界范围内,特许经营企业在 5 年内仍连续经营其业务的占 97%,且所有者维持不变的占 86%;而采用其他形式的商业公司成功率:两年内占 40%,10 年内仅占 10%。

风险 PK:加盟胜

加盟往往会有一套被证明过的成熟、完整的流程,只要跟着流程走,往往能取得成功。而自己开店则要慢慢摸索,生意路上歧途多,摸索过程中往往容易“流产”。

◎小结

美国著名经济趋势分析家、量子基金创始人罗杰斯曾在公开场合说过,要在 21 世纪跻身为中产阶级中的一员,“最稳妥和最有效的途径莫过于加入某项特许经营体系”。也许你很难通过加入特许经营而成为亿万富翁,但却能轻松地成为百万富翁。

加盟连锁店以其较高的存活率以及回报率吸引了投资者的目光,但天下没有白吃的晚餐,加盟连锁也并非完美的。特许经营在装潢、出品等方面都

有着严格的限制,加盟者绝对不能依照个人的喜好去改变。

张先生加盟了一家重庆知名火锅店,但是由于饮食习惯的问题火锅店生意并不理想,他想在餐厅开辟一个小厅专做粤菜和海鲜,但是经营商不同意。“没办法,只做火锅生意实在是撑不下去,我只能终止了加盟合同再另开一家店。”张先生无奈地表示。

某些特许经营商还要求加盟者每月上交其销售额的 5%~8%,这对加盟的中后期发展来说是不小的负担。另外,扩张开分店也是连锁企业的权利,如果你想多开一家分店只能向企业申请,企业同意了再依照加盟的流程再走一遍。而以上这些制约,对于自营店铺来说都是不存在的。

前景 PK:视你的野心而定

就像罗杰斯说的那样,如果你想跻身为中产阶级中的一员成为百万富翁,那就选择加盟吧;但如果你富有野心想扩张自己的事业版图成为亿万富翁,那就选择自主经营吧。哪一种方式前景更好?视你的野心而定。

（摘自《信息时报》徐岚 詹丽冬/文）

■创业沙龙■

考虑好 10 个问题,寻找逆势创业成功机会

在目前世界经济形势依然不好的形势下,如果你能考虑好以下 10 个问题,那你就可以自行创业了;要知道,世界上著名的迪斯尼、麦当劳、通用汽车以及微软,人家都是在经济环境不好的情况下创业并取得成功的。

NO1 一个聪明的点子就能让你致富

实际上,一个聪明的点子既不是成功致富的必要条件,也不是成功致富的充分条件。当然,有个聪明的点子也不坏,也许有帮助。比方说微软,人们认为它在整个历史中从来没有一个非常聪明的点子(实际上,微软取得成功的秘诀之一,就是消灭别人聪明的点子)。谷歌(Google)的确是基于几个聪明的点子,但其中没有一个是创始者自己的点子。

NO2 你把它建立起来,别人就会来你这里

此话有几分真理。确实有一些企业是这样做的:创建一个什么东西,把它



丢到网上,就成功了,谷歌就是这样一个经典的例子。但相对于谷歌,至少有 10 个同样故事的公司,它们也把绝妙的产品放了上去,但没有赚到一分钱。

NO3 你不保护你的点子,别人会把它偷去

没有人会在意你的什么点子,除非你把它弄成功了,但到那个时候,别人想偷也太晚了。假如你真遇到什么人,那个人跟你一样对你的点子非常感兴趣,如果他们的头脑清醒、够聪明的话,他们会寻求跟你合作,而不是希望打败

你。当然,专利保护是有用的,它可以使投资者感兴趣。

NO4 你自己怎么想的重要吗

你自己怎么想的,或者你的朋友怎么想的,根本都不重要。最重要的是,顾客是怎么想的!

NO5 金融财务模式都是假的吗

你根本没有办法知道你的企业会

赚多少钱,也不知道你的企业会需要多少钱,才能成功地进入市场。进行财务分析的原因,你至少可以知道有没有取得一定的投资回报的可能;按你的产品和市场潜力,你是否有可能持平?艾森豪威尔将军曾经说过:计划都是没有用的,但是计划的过程是必不可少的。

NO6 你的知识比你的社会关系更重要

你的一生中,恐怕都在否定这一点,也就是你觉得你的知识和见识,比你认识什么人要重要得多。实际上,不是这样的。你认识什么人、你的社会关系,比你的知识和能力,都要重要得多。当然,不是说知识和见识是没有用的,你的知识经常是让你能够结识社会关系的重要工具。最终,你认识的人,你能够信任的人,他们对你来说,比简单的知识要丰富重要得多。

NO7 博士学位意味着许多

实践经验表明,博士学位与创业成

功是负相关的。这是因为,在学术界的奖惩体系与在商业企业界的奖惩体系根本不同。在学术界,你的同仁的观点是最重要的;在企业界,你的顾客的观点是最重要的(而你的顾客肯定不是你的同仁)。

NO8 我需要 500 万美元来创业

除非你是要建筑硬件设施,一般来说根本不需要多大的的资金。你需要的是真正地、全身心地投入。你必须把你的精彩点子付诸实践,通过实践来实现你的聪明点子。

NO9 聪明的点子是商业计划中最重要的

这个想法根本就是错的。最重要的是:A、你的客户是谁? B、他们为什么要买你卖的东西? C、你的团队中还有谁? D、风险在哪?

NO10 没有竞争是最好的

如果你真的没有竞争者,这很可能意味着,这里根本没有什么钱好赚。这个世界上有 70 亿人,要说没有其他任何人会想到你的主意、会跟你竞争,那根本就是不可能的。(摘自《栖息谷》)

■创业者说■

创业名人 经典语录集

■王永庆(我国台湾台塑集团创办人):我建议想当老板,先去为别人工作,学习如何成为团队工作的一员。在这之后,你再去学习成为一个领导者,否则,就不要尝试去经营事业。三流的商学院从来不训练人该如何领导,他们只教你当老板的时候,一定要果断,即使你什么也不懂。

■肯·欧森(美国迪吉多电脑公司总裁):当今商学院的目标是要教人成为创业家。我觉得这是个严重的错误,因为人一旦习惯自己当老板,之后要他去做团队工作就会很困难了,可以说是是不可能的。想要从商学院一毕业就直接当老板的人,跃过了体验为别人工作的好处,这似乎不是最好的做法。

■比尔·盖茨(美国微软公司创始人):我不认为一定要在创业阶段开办自己的公司。为一家公司工作并学习他们如何做事,会让你受益匪浅。打好基础对我们非常重要。

■史蒂夫·贾伯(美国苹果公司创始人):刚创业时,最先录用的 10 个人将决定公司成败,而每一个人都将是这家公司的 1/10。如果 10 个人中有 3 个人不是那么好,那你为什么要让你公司里 30%的人不够好呢?小公司对于优秀人才的依赖要比大公司大得多。

■艾德·麦克肯(美国视算科技公司董事长):我觉得我真正擅长的是当我有了一个点子,然后和一个真正的创业家一起去做,在开始形成小团队后,愈做愈大,一路发展下去。

■崔普·霍金斯(美国电子艺界公司总裁):点子一定要够好,我才创业。然后我要确定一切都是第一流的:每一流的资金、第一流的顾问以及第一流的管理团队。我没有理由在这些事情上冒险。以第一流的方式创业会为你创造更大的成功机会。

■孙正义(日本软件银行总裁):我对自己选择的事业是经过深思熟虑的。在我考虑的 50 种行业中,经过多次筛选,我最终选择了在 50 年后仍可独占鳌头的软件银行事业。

■王石(万科公司董事长):成功 90%取决于环境,个人努力只占 10%,但这 10%你错过了,给你 90%的环境也没用。机会不等人,你在寻找它的同时要去培养自己的潜力。我的理想并不是做一名企业家,而是做一名医生,但环境不允许我成为医生,30 岁的时候我还很压抑,33 岁来到特区,给了我一个环境,我就成功了。

■史考特·库克(美国直觉公司总裁):因为创业者必须从零开始,所以我会说,几乎所有的创业者,由其定义来说,都是在与比自己大的公司竞争。

■麦克·戴尔(美国戴尔电脑公司总裁):新成立的公司所面临的挑战之一就是,你无法真正了解什么才是正确的策略,因而必须做很多的测试与实验以便于调整策略,找出重点所在,所以要勤做实验,一旦发现怎么做比较好,就把你的焦点放在这上面,仔细推敲。

■比尔·惠烈(美国惠普科技公司创始人):我们创立之成功的确有很大部分靠运气,我们获得了天时与地利,也很幸运有优秀的老师和教练,惠普并不是开路先锋,这个领域本来就有很多人在研究,而我们从无数的人们身上学到了许多东西。

■史蒂夫·凯斯(美国在线服务公司总裁):18 岁就成名的摇滚明星,无法以 35 岁的能力来处理成名这件事。一夕成名是很困难的。我们这一路走来,对于学习非常渴求,也曾犯过无数的错误,但是仍然相当默默无闻。我们在成为目光的焦点之前已经学到许多重要的教训。

■加里·威尔逊沃特(迪斯尼公司总裁):在一个小公司的资深层任职,可给你一种广阔的视野并向你提供更具创意的机会,小公司承受不了人员臃肿的压力,我了解发薪水时没有足够的现金情况如何,我了解贷款付息 20%时的情况如何。我涉猎范围广泛,为我在大公司发展经营战略打下了良好的基础。

(摘自《新浪网》)