

创业调查:生存居主导 融资仍困难

在传统的经济领域,有关百姓致富方面的实际及学术研究还很有限,百姓创业实践状况有待进行实际调查和总结。基于此,中央电视台《致富经》栏目组携手清华大学中国创业研究中心进行了中国百姓创业致富调查。

生存需要创业仍居主导

生存需要创业仍属主导。调查发现,百姓创业更多是基于成就需求、利益需求和生存需求的驱动,机会导向而驱使创业的相对较少。基于生存需要而创业仍然是当前中国创业的主导类型。

创业者应具备五大品格。调查发现,创业者最看重的五大品格依次是:诚实守信、把握机会、创新求异思想、人际交往和勇于冒险。同往年调查相比,创业者仍然把诚实守信放在第一位,但越发看重把握机会的能力和冒险精神,而对灵活变通本领的认可度在下降。

最大优势是熟悉行业运作。创业者中,多数具备的最大优势是熟悉行业运作(32.28%),或者是掌握关键技术(20.03%)和熟悉项目销售渠道

(19.92%),很少有创业者把充足的资金作为自己的最大优势,仅占本次调查总体的 4.62%。

创业者在其创业领域的知识积累和掌握独特资源,是其从事创业活动的核心优势所在。熟悉行业运作和项目渠道是创业者在其创业领域积累知识的结果,通常需要在该行业有较丰富的工作经验;掌握关键技术则是创业者所拥有的独特资源。调查表明:这些知识的积累和独特资源的掌握,增强了创业者识别创业机会的能力和集聚资源从事创业活动的能力,是创业者在创业中所依赖的核心优势。

融资仍是普遍困难

筹集资金和市场供需问题是创业初期的普遍困难。筹集资金和市场供需问题是各行业普遍所共同面临的初期困难。技术困难是工业加工业、农业加工业和养殖业在创业初期遭遇的最大障碍。而对于批发零售业和餐饮业而言,场地问题就尤为迫切。人才和技术问题则是信息服务业和服装加工业所面临最关键的初期障碍。与政府部门的关系处理是休闲

娱乐业在创业初期所面临的关键问题。

行业不同则资金门槛和融资渠道不同。工业加工业的资金门槛是9个行业中最高的,投资规模主要集中在50万至100万元;其次是农业加工业,投资规模主要在30万元左右。信息服务业和服装加工业的投资规模主要在5万—30万元之间;餐饮业、农业种植业和批发零售业的规模相对较小,主要集中在10万元以下。

创业融资一般来源于个人财富、合伙集资、家人及亲戚借款、银行借贷、政府资金支持、创业投资等六种融资渠道。调查发现,所有这些渠道中,合伙集资(27.17%)和个人财富(26.96%)是创业资金筹集的最重要来源,其次是家人及亲戚的帮助。最容易得到政府支持的三大行业为工业加工业、农业种植业、农业养殖业。

把握市场机会最关键

把握市场机会最关键。把握市场机会是最关键的因素,其次,创业前充分的市场调研和家人、朋友的支持,同样对创业成功与否有很大影响。和2005年的调查相比,越来越多



的创业者逐渐意识到团队协作、资金管理和风险控制能力对创业成功与否的重要影响。

资金周转和激烈的市场竞争而导致的失败。创业者普遍反映,企业的资金周转和激烈的市场竞争是导致他们创业失败的关键因素,其次是创业项目选择错误。

背景差异下的创富效应差异。创业前从事不同的职业,对创业者今后

的创业之路同样会产生很大影响。就致富水平相比较而言,政府公务员出身的创业者对目前的致富水平评价最高,其次是学生创业者,虽然他们的致富满意程度最低,但在致富水平的评价上,学生创业者水平较高,创业改变了他们的生活方式,给他们带来了较高的回报,调查发现,农民创富的水平最低。

(摘自《河南日报》)



开服饰小店女孩悟出的“商道”

越来越多的年轻人希望拥有一家属于自己的小店,他们开一家小店不单纯是为了盈利,更多的是为充分展示自己的个性,结交更多的朋友。杨琳就是这样一位年轻女孩,28岁的她已有5年多的创业经历。

对小店,重要的是眼光

杨琳最初是在南京最繁华的地段新街口开了一家针对年轻人的服装店,后来才转到了中华门汇通市场。问起其中原由,杨琳笑着说,这是她的经营眼光。当初放弃新街口这么好的市场,除了考虑到新街口这块地段能否支撑长久外,更重要的是经验告诉她,要想将服装生意做大,单靠“小打小闹”是不行的。正在她苦于无从下手的时候,中华门汇通市场招商的信息传了出来,这个从天而降的好消息,让杨琳打定了主意:对,要搞批发!

批发,这一步棋的确让杨琳以后的生意越做越红火,可是这一步棋也使杨琳付足了学费。2000年,杨琳根据自己的喜好进了一大批的冬装。可谁知这些冬装在那年冬天却几乎无人问津。这惨痛的教训告诉杨琳,要成功经营小店不能单凭个人的喜好和感觉。寻求怎样的经营策略?她得出的结论还是“眼光”这两个字。于是她开始往来于大街小巷,观察20岁出头的年轻一族。渐渐地,她的眼光更时尚、更贴近年轻人的审美观。

对顾客,周到、热情是关键

开服装店,面对最多的不是那些各式各样的服装,而是形形色色的人。杨琳看上去是一个疯疯傻傻的小女孩,但是在一个多小时的采访中,不难体会到她心思的细腻。她说,开这样一家小店,关键是要能够吸引新顾客,抓住老顾客。在这一点上,她下了很大的功夫。

走进杨琳的店铺,最吸引人的不仅是衣服,还有放在一边的折叠椅。她说,这是在顾客试穿衣服的时候让那些陪来的顾客坐的。

在以批发为主的店铺,有些店主对那些“小打小闹”的顾客往往不以为然,而杨琳则讲究“以人为本”,热情为大小顾客服务。

创业无坦途。杨琳说,以后一定还会遇上各种各样的困难,不过“坚持”两个字会不断地激励着她,不言放弃。(摘自《中华财经网》)

打破价钱策略 能使营收达到4倍

定价是商业活动中有趣又为难的一件事,它就像双重神经,不仅牵动着企业的盈利表,也牵动着消费者“买与不买”的购买决定。有没有一种方法能“打破价钱”的最佳收费策略,而且还有可能赚四倍?答案是肯定的:有。

卖照片实验

加州大学圣地亚哥分校的研究小组做了个科学研究,他们跑到一个大型的游乐场去做实验,他们卖的是“旅客照片”——帮你拍照,然后向你收钱,再给你照片。据说他们总共对11万名旅客做了这个实验,所以准确度是非常可信的。

一开始,他们先试了两种定价策略:一种是“固定价格”13美元,另一种是“随便你付多少钱,都可以拿到你的照片”。

猜猜看,结果如何?他们发现,当他们定价13美元时,只有0.5%的游客会真的买下照片。然而,当他们只是将定价变成“随便你付多少钱”时,结果就有高达8.39%的游客出钱

买下照片,付钱比例提升了16.8倍。

问题来了,这些众多游客,碰到“随便付”,他们到底出了多少钱买照片?研究小组发现,果然不出所料,他们平均只付了0.92美元,也就是只有原本定价的1.14。换句话说,人多了16倍,但卖出的平均价却只有原本的1.14。以这次实验来说,研究小组是小赚了一点点,但两者的差异实在太危险,万一一个闪失没弄好,说不定惨赔都有可能!

有趣的是,接下来他们加了一个神奇的小小东西在定价策略上面。那个神奇的小小东西,就是“公益”。

研究小组成员要游客“随便付多少钱”就可以拿到你的照片,而且还有一半会捐给社会福利机构。这个“随便付+一半捐公益”的定价方法,显然让研究人员打中了甜蜜点,竟然有4.49%的游客愿意付款,而他们的平均付款金额高达5.33美元。平均下来,靠“随便付+一半捐公益”,营收瞬间达到原本的4倍,可见公益的力量和“随便你付多少钱”,真是黄金组合!

揭秘草根微博赚钱路径

是为了宣传。如果你的微博有足够的粉丝,那商家就会找到你为他们做宣传,如果能达到同样的效果,花费更少的钱,商家是很乐意的。比如现在微博江湖中公开的叫价是:拥有15万粉丝的账户,转发一条广告信息的价码是400元;有20万粉丝,转一条给500元;有30万粉丝,600元……以此类推,拥有这些粉丝的账号也可以卖出大价钱。当然你也可以主动联系商家,合作实现共赢。

微博赚钱路径二

威客任务

教你创业开店如何保胜算

思考个人性格特征、兴趣,清楚手头上握有的资金数目后,对即将投入业种的适应度作逐一评估,如工作时段、工作时间长度及工作进行方式等,着重注意以下几点:

一是预见,就是结合本地实际情况,对即将出现的市场作出判断。二是借鉴,即拿来主义。但和照搬照抄眼风而上不同,主要是借鉴国外的先进经验、做法。而在本地则属预见型新兴项目的,结合本地及自身情况有选择地改造实施。

三是尽力选择自己熟悉的行业和掌握相关知识的行业为投资目

标,要充分发挥自身所掌握的知识 and 技能,把其作为选择投资项目的有利条件。

四是尽量选择与亲属、朋友从事的行业相关或相近的项目,这样可以得到他们的指导,在业务上也能得到一定帮助。

五是注重市场调查,搞好市场的分析预测,测算出投资的最低和最高收益,如何筹集开店资金。

好的位置虽然不是绝对的,但却有很多共性,如人口流动性大,闹市区区域繁华地段,交通方便等,所以选择好位置必须具备以下条件:

☆人潮流量:平常、假日及日、夜来往人次比例。

☆车潮流量:汽车、摩托车往来流量。

☆交通枢纽:目前及未来可能增减的运输工具;

☆马路大小:单行道、双向道与停车问题。

☆区域特征:商圈情况、竞争店、互补店、金融机构及文教、休闲设施等。

☆人口勘察:该区人口数量、消费习惯等。

☆商圈勘察:主要及次要商圈

主流的几个威客网站也都加入了微博版块,大家也可以在威客中完成微博的威客任务。

微博赚钱路径三

微博联盟

许多微博联盟早已经看中了微博这个市场,比如凡客、京东、卓越、当当等,当然这些网站的联盟平台链接在微博上也是照样实用的,而且最近凡客还推出了微博链接,目的直指微博推广市场。微博推广需要的粉丝不多,主要是你的微博能吸引到粉丝购买你推广的产品,只要你的微博软文写得,就不怕赚不到钱。

(摘自《信息时报》)

范围、租金、价位。

按照地点位置,小店可粗略分为两种,一种开在人来人往的闹市口,一种开在居民新村。

前者因为和大店做邻,商品特色显得更为重要,应该找大店所没有的东西来做。经营这样的小店,一定要做市场细分,做专做深做透。开在闹市的小店,不妨经营能迎合年轻人品味的商品,因为年轻人是最喜欢逛街的。相反,经营老年人用品的小店应开在居民小区里,那是老年人的活动范围,就近购买当然受他们欢迎。

(摘自《中国创业致富网》)

美容院促销连环套 三环相扣 业绩翻3番

随着市场竞争的越来越激烈,很多美容院一度陷入经营困境,各种促销宣传方式用尽,依然于事无补。本文讲述的郑州一家美容院则是如此,但最后,这家美容院不断走出困境,而且业绩翻番。这其中究竟采用了哪些营销手段?

位于郑州市经三路与红专路交叉口 的蜜香雨美容院在去年7、8月份生意一直平淡,不但没有盈利,还差点赔钱,而且美容师因此失去信心,流失了三四个,眼看着美容院就要瘫痪,店长张君平非常着急。为此,她邀请了一家策划传播机构的专家对其美容院进行“诊断”,专家认为:第一,该店开业3年了,有一定的顾客基础;第二,所谓的淡季已经过去,消费需求一触即发。第三,由于7、8两月的生意冷淡,导致流失部分美容师,应该立即整合人力资源补充人员。第四,必须使用连环促销,才能迅速扭转经营困境。

以上四点得到张君平店长的认可,并配合专家采取了几项促销措施。通过一个月的实施,使整个9月份全线飘红,业绩翻了3番。

第一环:针对教师节为突破口,迅速打开局面

经过商圈调查发现,周边的黄河路、政七街有中学、小学以及外语培训学校,9月10日是教师节,为达到招揽生意清理库存的目的,在教师节期间,举办了为期7天的“只要你是教师,就可享受3折”的凭证优惠促销活动。

此项活动周期仅为一周,为了使活动不受限制,在活动说明里放宽了活动门槛,只要是教师家属或朋友都可以享受,避免了冷清场面的出现,只要有需求的顾客,就会参加进来。活动支出仅为一个条幅和5张海报,总计不过200元,却带来了36000元的销售业绩。

第二环:1—90元钱,就能买年卡

由于第一环节活动的实施,迅速引起了周边美容的跟进,纷纷出台促销政策。为了防止顾客流失,蜜香雨美容院又迅速推出一项活动:在周边社区散发6000余张宣传单,宣传其推出的“1—90元钱,就能买年卡”的促销活动。

促销活动规定,在促销活动期间美容院每天低价销售90张美容服务年卡,其售价根据消费者来店购买顺序依次定为1元—90元,售完为止,其他服务项目均按原价销售。

传单发出后,每天美容院开门营业时,门口均有人排队等候购买优惠的美容服务年卡。美容院5天销售优惠年卡300余张。

第三环:紧急办理“美丽存折”

目前,各个银行办理信用卡的活动比较频繁,而且银行会想尽一切办法降低门槛,为更多的人提供方便。受此影响,专家认为,美容院也完全可以采取“存折”的方式进行操作、尝试。为此,“美丽存折”是蜜香雨美容院在农历八月十五中秋节推出的一项招揽顾客的新方法。在活动中蜜香雨美容院在“美丽存折”中已为消费者存入了100元现金和体验消费项目(10项)。

消费者只需花费90元购买“美丽存折”即可免费体验存折中所设定的10项消费项目,如果消费者购买相关产品或服务项目(月卡、季卡),凭此存折可充抵现金100元。“美丽存折”活动推出10天,美容院新增会员数量400余人。

(摘自《中国营销传播网》)

