

■创业黑洞 I

沈阳一网店卖家花钱买信誉 7000元打水漂

沈阳人廖先生是淘宝卖家,也是“四人行”网站的会员,在他向网站提供的账户中充值保证金后,网站会为其赚信誉。近日,该网站突然关闭。为此,廖先生打进网站的7000多元下落不明。

花钱买信誉 一个多月升到“钻石”级

7月13日,沈阳市民任先生也发现四人行信誉网关闭。在他登录QQ后发现,原本加入的“四人行”会员群被对方踢了出来。之后,他拨打了该网站的联系电话,被告知已停机。

任先生说:“网站设有至少4个QQ群,每个群的人数都在300人以上,能加入群的必须是实名制会员,我知道有的人投了将近10万元在网站里。”

这到底是家什么网站?任先生和廖先生向记者讲述了被骗经历。原来

四人行信誉网专门给网上开店的卖家刷信誉,卖家注册以及购买发布点来向网站缴纳费用,与此同时,卖家随时可以向网站打保证金,通过第三方虚拟购买置换担保金,从而达到提升信誉的作用。

在淘宝网开店的廖先生做劳保用品生意,一个月前,他在“四人行”上花300元注册了会员。注册前,廖先生的店铺不带“钻”,在成为会员后,他一般每天会往平台(刷钻网提供的银行账户)充值2000元作为保证金,让买家(接任务者)来他的店里买等额的商品,帮他赚信誉。

一个多月下来,廖先生网店的信誉升级到了“两钻”。目前,廖先生打进网站的还剩7000多元。

任先生告诉记者,7月12日16时许,他向平台充值了300元。13日早上,当他再次打开网站时,看到网站已经注销。



周转保证金 双方交易都是虚拟的

四人行信誉网是如何赚钱运行并帮卖家提升信誉的呢?记者在网站上找到了一段“四人行信誉网新手教官”的视频。

原来,卖家在注册后会指定物品提升信誉,其间还会向“买家”提出包括搜藏店铺、分享宝贝以及聊天等任

务要求,其中一些任务网站会通过购买“发布点”收取费用,买家按照卖家规定的地址拍下物品后,进行付款,卖家收到款项后会“发货”,买家立刻确认收货并给出好评。

整个交易的完成只需要周转卖家先前支付的保证金即可,“也就是说,这一切都是虚构的,整个过程中卖家不用发货,买家也不会收到货!”廖先生说,起初自己也不保单,但信誉度在网上交易太重要了。

网站开设一年的时间里,会员遍及全国各地。根据网友们的人肉搜索,最终确定网站“老板”手机号码归属地为重庆,QQ号码也是重庆的。

重庆市互联网协会提供的信息显示,该网站并非会员单位,因此没有该网站的信息。重庆市通讯管理局方面表示,通过该网站备案号查询后证实,该备案号已经注销,或者为假号。

目前,重庆警方正在对该案进行调查,沈阳警方也将对此事进行关注。

买信誉店铺 一旦查实将被淘宝关闭

由于在四人行信誉网注册的会员大多为淘宝店铺的卖家,日前,记者联系了淘宝网相关负责人。对方表示,他们已经接到了关于“四人行”网站关闭以及众多店铺卖家受损的消息。

该负责人表示,通过不良网络炒作提升信誉等行为一直是淘宝网打击的重点,目前淘宝网已经对通过该网站刷过信誉的卖家展开统计,一旦查实,将全部屏蔽。

“这并不是第一家刷信誉网站携款闭网。”该负责人表示,目前主要依靠淘宝搜索规则、人工判定以及投诉处理来判断不良信誉。

(摘自《华商晨报》)

10万元如何创业

10万元创业由于是小额资本创业,创业的限制会因资金的短缺而随之变多。但是10万元创业只要能够掌握3个经营方法,小本经营仍旧可以以小博大,成就大事业。

方法一:专业技能重于设备

10万元创业不可能花大钱添购设备,所以创业者必须以自己的专业技巧取胜。例如SOHO者投资设备可能只有10万元以下,先购计算机设备、打印机、传真机等简单设备就可以成立一间工作室,但是SOHO族必须拥有个人专业的技术,例如网站建设、动画设计、外语翻译、美术编辑、文字等,只有高超的专业能力才能让顾客满意,事业长久。

各种才艺培训班的创业者本身就要有英语、数学、美术、音乐或作文的能力才能够吸引家长带着他们的儿女上门求教。

网络开店或路边摊也不容忽视做功课这件事,这两个行业的设备加商品总投资额甚至只要1万—2万元就可以全部搞定,可是如果创业者对于商品的流行趋势、商圈的变化仍旧是外行的话,想要赚到钱恐怕是一件很难的事。

方法二:资金调度要适当

只有10万元创业的创业者在资金调配上是一门很大的学问。如果只有10万元的话,花6万—7万元在购买设备及原材料就好,最好保留2万—3万元当周转金。另外需要提醒的是,创业是有风险的,创业者如果孤注一掷将所有资金投入在事业上,一旦事业面临挫折,创业者的生活将会陷入更糟糕的窘境。

许多资金不足的创业者会想向银行贷款,投资专家建议,创业者借贷金额不要太高,以免造成创业时莫大的压力。自备金与借贷金最好不要超过比例1:1,也就是说创业者自己留存10万元,跟银行借贷最多不能超过10万元,如此一来创业者可以有更充足的资金可以运用,负债的压力也就没那么大了。

方法三:利用花费较小的行销技巧

10万元创业的创业者不太可能花大钱在广告、宣传上面,如果在报纸上刊登广告对创业者来说又是一笔沉重的负担。所以只有10万元创业,可以利用一些小行销技巧,不用花钱或花少少的钱一样能够宣传。如从事各种才艺培训行业的创业者就可以向邻居、家长提供自行印制的宣传单,贴在社区的公告栏上就可以达到宣传的效果。

(摘自《天搜创业网》)

创业:怎么去赚穷人的钱?

全球有50亿穷人,他们总共拥有14万亿美元的购买力,这比日本、德国、英国、意大利和法国购买力的总和还要高。“为穷人提供产品和服务,可以拯救世界,创造财富。”这是美国密执根大学执教战略学的C.K.帕赫拉德先生在他的新著《金字塔底层的财富》一书中提出的最新观点。他认为,这一巨大的商机目前尚未引起全球商界足够的注意力,仍被主流群体所忽视。

“金字塔底层”是最大的市场之一

50亿穷人、具有14万亿美元的购买力,比德国、英国、意大利、法国和日本

购买力的总和还高。从人口统计学上看,这个市场虽然年轻但正在以年6%或更高的速度成长。从纯商业观点看,哪里有发展机会你就要在哪里作为。大多数穷人很少拥有有质量的生活条件:清洁的水、清洁的能源、人性化产品、电灯等,他们需要所有的东西。

有人认为,如果是这样贫穷,怎么能成为一个可行的市场呢?是什么妨碍了我们的视线?

现在,发展中国家的“金字塔底层”仍为大多数公司所漠视,这是因为他们有三个假设:第一,穷人买不起他们的产品。第二,穷人不接受新技术。可证明恰恰相反,在印度的村庄里可以看到妇女一边打手机一边做着小生意。这些人接受新技术要比

我们快得多。第三,穷人对他们的产品和服务没有任何使用。但这是因为很多产品和服务过于流于形式,没有真正抓住实用性。商家更应当去关注产品和服务的实用性,在这方面做文章而不是只注重特殊的形式。例如我们所说的卫生产品,像洗衣粉等,拓展清洁卫生产品市场有助于解决穷人卫生产品缺少的社会问题。

变企业的社会责任为新的商机

几年过去了,你没能看到公司排着队去学习如何在印度和拉丁美洲运作,公司并没有变得更有社会意识了。他们变得更加为利润所驱使,对新产品及新市场的选择也仅仅是迫

于产品开发成本上升、边际利润下降的压力。而对金字塔底层市场的关注,可以将企业置于“企业社会责任感”的保护伞下。对这个市场的关注,将冲击一些商业选择和观念。

但遗憾的是,这些却没有引起最高管理层的重视。当你生意兴隆利润多多的时候,你会把钱投入到公司社会责任感方面去,然而当你生意不景气时,你就会关闭这些业务。因此,只有把这个市场变成公司的主要业务,才能得到重视,得到资源和人员。如果你业务中的60%都是向“金字塔底层”销售洗发水,你还要关闭什么?公司要通过能够解决许多问题的业务去建立与社会责任感相互依存。

(摘自《吉林农业·下半年》)

小公司该如何运营?

很多创业者在创办公司后,往往由于自己不太善于管理,造成公司很多环节一片混乱。那么,一个企业应该怎样做好管理工作呢?

要想做好管理工作,首先必须明确管理实质:人们为了有效地实现目标而采用的一种手段。良好管理效果的取得,取决于我们对管理的正确认识和管理手段的妥善运用。

对于管理者,企业文化也是应该注意的,企业文化是企业综合实力的体现,是企业的灵魂和精神支柱。企业管理者应认清在当今新的形势、新的任务、新的机遇、新的挑战面前,要想实现持续、和谐的发展,就必须树立“用文化管企业”、“以文化兴企业”

的理念。

因此,一个优秀的领导者应该具有以下才能:一、以自己的企业为荣,满腔热忱地对待自己的工作,并以自己的热情带动员工,引导他们各施其才,善于引发内部竞争机制,激发员工的活力;二、对企业的发展与市场的前景必须具有一定的预见性,切实把握未来的发展方向;三、工作必须雷厉风行,想好的事情要立即实践,不要思前顾后,否则往往得不偿失;四、对每件事情都要精益求精,要不断地完善自己,不断地发展企业,不断地更新观念,不断地提升部署;五、作为一个决策者,绝不能对任何人承诺你办不到的事情,同时要言行一致;六、对新员工要耐心地教给他们如何思考、如何工作的方法,对员工不应分亲疏远近,以免挫伤其自尊心。

那么,小公司该如何运营呢?

1、小公司如何留住骨干

这些年物价上涨,费用上涨,公司利润却未涨多少。每个员工都希望

工资大幅增加,但估计90%以上小公司无法做到这点。既然无法让所有人都满意,老板就只能满足公司20%的骨干。

首先发展骨干员工入股:老板可将公司股份买一送一,半价销售给骨干员工,五年内退股只退还本金,五年以上退股公司三倍赎回;每年拿出利润的60%分红。但股东一旦做了对不起公司的事,加倍惩罚,由股金中扣除。

2、关于授权

小公司发展过程中15人是个坎,50人是个坎,200人又是个坎,管理方法不改进,一般无法进一步发展。老板事事亲力亲为的公司,很难过15人。一个人能力强,可直接管理七八个人,能力一般,则只能直接领导四五个人。

各个国家效率最高的部门就是军队,看看军队的组织结构:一个班十二个人,除班长外还有一个副班长,三个班一个排,三个排一个连,以此类推。团长管1000多人,可能只认

识其中百十来人。团长看见某个士兵有问题,绝对不会骂士兵,他只会骂士兵所在营的营长,营长则再骂连长,一级管理一级,最后班长把该士兵剥皮了事。所以军队尽管有千军万马,依然能做到令行禁止。

3、有的钱不能省

刚创业时就一两个人,老板往往自己跑销售、进货、维修、银行等等。随后的几年,公司业务开展得不错,也没少挣钱,可年底公司账上资金却没增多多少。后来当老板的仔细一检视才发现,整个公司就像个筛子一样,到处都是洞,能剩下钱才怪呢。老板要指望公司员工底下焦裕禄和雷锋,门都没有,哪怕提成给员工70%,他还会惦记剩下的30%,傻瓜才不贪污。

只有制度健全,让心术不正的人无懈可击,才能管好公司。公司只要有4个人:一个老板,一个会计,一个出纳,一个库管,下辈子你还可以办公司,这个钱千万不能省!

(摘自《牛津管理评论》)

网上谈生意如何和客户成功沟通

网络贸易改变了人们的生活方式与常规的经营方式,网络贸易的崛起是一种必然的趋势,但是网络贸易的沟通却是更加艰难,在此,笔者就网络贸易的沟通分享几点:

一、在网上仅有产品的图片

这是网络贸易的最大瓶颈,在与客户就产品问题沟通上有很大的难度。我个人认为如果商家在发布产品图片的时候把产品的性能、规格、重量、组成部分、配件材料等分门列出详细的介绍,最好给每一个部分配套图片介绍更好,让人看后一目了然,并在各个分类部分列出1、2、3、4点,做到有条不紊,让客户更加认可你的产品与体系。

二、报价技巧要科学

我在网上发现很多的企业在报

价方面并不科学,我建议企业在报价的时候最好利用报价表的形式,关键是你作出报价的时候要你对行业的价格做出分析与对比,对比的项目有价格、性能、配件的材料、使用年限、售后服务、品牌优势、特别支持等具体事项,这样客户就能一目了然地了解你公司产品的优越性,在客户心中留下深刻的印象。

三、沟通的语言问题

我在网上发现一个怪现象,很多的企业对于询盘回复得不及时,不热情。其实网络营销与实地营销没有太大的区别,因为不论在网上还是实地,营销的对象都是人,在网上要让客户感觉到企业的服务标准与服务态度,从而体现企业的专业化。

中国有句古话“得人心者得天下”。

细想一下,网络营销也是这样啊!据统计,生意成功的因素82%来自情感。看来网络营销的最大弊端在于人情因素,我们作为网商,最应该把握的也是人情因素。

四、尽量少用网络语言

我发现很多网商爱用网络语言,在此我奉劝这些人,最好少用网络语言,说不定什么时候就得罪了你的客户,而你可毫不知情呢!

我记得有一次我与一个供应商谈生意,我提出我不懂的问题,他给我回了一个,差点没把我气死,当然生意就更不用谈了。其实中国文字的表达方式是很好的,我们要充分地利用文字的优势去挖掘心灵深处的情感,让对方感觉到你的真诚与实在。

五、建议每一个网商都要安装视



频与耳麦

语音沟通的好处在于及时、准确地传递信息与语言情感,如果利用电话更好。我的客户到一定程度以后,

筹集创业资金的三种诚实方式

有一些创业者总是爱夸大自己,在与风险投资人谈话时,他们会夸大业务的成功性;为了寻找分销伙伴,他们会夸大产品的市场潜力;招募员工时,他们又会夸大战略有多稳固。如果不用夸大的方式,想要为企业找到资金确实不容易,但乐观的夸大与彻底的伪装毕竟有本质的不同。下面是一些指导原则,可以避免为了中小企业融资而出卖灵魂或编织谎言。

制定的财务计划要有可信性

风险投资公司和天使投资人通常想要在财务计划中看到完美的增长曲线。所以,创业者们常常觉得不得不夸大计划,以便让它看起来能在短短几年内达到数十亿美元的销售额。但是,编制出一套并非基于事实的计划完全没有意义。要建立一系列现实可行的计划,方法之一就是能够从与投资者共同讨论的商业动机开始。例如,如果你要销售依赖于油料成本的装置,那就要制定出将市场价值与计划销售的装置数量、以及变化的油价相关联的财务计划。这会展现出巨大的市场价值,让投资者理解增长速度的假定基础。

根据公司发展逐步加薪

创业者面对的最艰难任务之一,就是说服能干的员工加入团队并留下,一直到公司盈利或是达到稳定。作为创业企业的领导者,你面临的选择是:向员工支付市场水平的工资,并且他的表现能对得起这个工资水平;或者与员工共担风险,向他们支付低于市场水平的工资加上股权激励。多数有经验的企业家会告诉你,明智的方式是与员工共担风险直到你筹集到足够资金,或是直到产品的销售打开局面。这样做不仅明智,还能避免让创业者陷入不稳定的局面——不得不用夸大风险投资的前景多么美好、公司战略多么成熟、公司产品多么受欢迎的这些方式来招募员工。

让人们争着成为第一位客户

成功的企业家喜欢讲述他们如何得到第一位客户的经历。当年他们从小小的仓库开始创业,名片上却印着尊贵的头衔和醒目的标识,就这样完成了第一笔交易。想要实现销售就得这样。夸大公司的稳定性或规模来争取公司的第一位客户就是传奇故事的素材。即使产品还未成形,你也可以用一种类似的方式来为筹集公司所需资金——让投资者和生意伙伴(能够提供财务支持的人)争着成为第一个和你合作的人。

成为第一批投资者、生意伙伴或是客户在日后会拥有一定的优先权。为他们创造“惟一”的感觉。对于使用第二批产品的用户要有邀请才行。在投资者常常阅读的的博客、微博上为产品计划和团队营造声势。如果产品仍然在早期测试阶段,你就没必要再夸大了。

(摘自《挖贝网》)