

六大原因致企业招商失败

企业发展到一定阶段,很多老板便开始思考走招商加盟的路子,以让企业走得更远。但走上招商加盟的老路,大多有一个错误观念,认为企业只要把货发给经销商就行。其实,这只是完成了货物库存的转移,后期的工作是如何让产品进入消费者手中,并真正接纳认可你的产品,这些才是至关重要的环节。本文以一个真实案例,详解企业在哪些环节的疏忽以至于招商彻底失败。

【案例】

江苏某市H糖业有限公司,于2010年10月组建成立,以生产功能性红糖为主。因为未能赶上秋季糖酒会,新品失去一次重要的亮相机会。为此,该公司将2011年的春季糖酒会列为新品上市的第一炮,筹备糖酒会成为了H糖业公司近几个月的工作重点。

上海G饮品公司,已有20多年的成长史,以生产传统饮料酸梅汤、盐汽水为主,产品覆盖了全国20多个省市,销售额突破了1亿元。每年一度的春季糖酒会该公司届届不落,糖酒会已成为其招商工作中的传统项目。

可见,H公司和G公司都将是明年春季糖酒会的积极参会者。糖酒会对食品企业依然具有很大吸引力。只是对H公司而言,糖酒会将起到敲门砖的作用,对宣传品牌、推广新品能起到很大作用。而像G公司这样的老公司,将把糖酒会作为答谢老客户、推出新产品的舞台。这是数千家企业参加糖酒会最有代表性的两

种心态。许多食品企业都认识到糖酒会的价值。为了新品推广和品牌塑造,都积极地参与到糖酒会中,但最后多数企业却收效甚微,开始抱怨糖酒会的招商效果太差。

笔者认为,原因大致可归结为如下六个方面:

一、缺少盈利模式

在糖酒会上,很多食品企业为了引起经销商们的关注,别出心裁地设计产品,或更新包装,或起个响亮的名字,或发掘新颖的概念。如陕西B饮料公司以“醋男”、“醋女”为品名,推出一款新型醋饮料,新颖的名字虽吸引了眼球,但真正对其产品感兴趣的很少,招商以失败告终。

二、贪大求快

企业招商时,总是想尽可能把规模做大,影响力做强。一厢情愿地认为,规模大就表示公司有实力,影响

力强了,能显示公司推广产品的力度。如江苏某泡馍生产企业新推出“飞儿”泡馍,就曾请影视明星范冰冰、相声演员姜昆助阵,场面不可谓不壮观。但热闹过后,对产品感兴趣的经销商寥寥无几。

三、代理门槛过高

糖酒会前后,企业为了配合招商,很乐于在媒体大做广告,旨在告诉经销商其产品推广力度有多大。

如陕西某白酒厂,在2009年春季糖酒会上投入近千万元,采取了从电视、路牌、路演活动等立体化的广告攻势。如此大手笔投入导致了代理的高门槛,经销商要想代理该产品,首款得50万元,这让很多经销商望而却步。

四、未抓住宣传重点

浙江某乳品企业借糖酒会新推出了无糖健康奶,为吸引经销商,该公司印制了大量的宣传单页和招商

手册,并在糖酒会各个会场大量散发。尽管印制精美,但由于未抓住主要卖点和宣传重点,只是简单的产品功效、市场前景预测、招商条件等对经销商缺少吸引力,最终铩羽而归。

五、缺少专业招商团队

许多企业的招商往往没有成立专门的招商团队,既没有规范的礼仪,也没有统一的招商章程,甚至没有统一的着装,而仅仅是集中全国各地的销售人员组成临时的招商团队参加糖酒会。在这种情况下,每个销售人员独立负责各自的区域,在招商会上为了抢夺意向客户,甚至会出现相互拆台的情况。如重庆一家以生产泡椒鸡爪为主的休闲食品企业就曾犯下这样的错误,使得最终招商效果很差,还给原经销商留下恶劣的印象。

六、后期跟踪不足

招商会后,许多企业认为,货发完了,经销商款也打完了,就万事大吉了。没有后续工作的跟进,先期的招商往往就成无用功了。如江苏南京某食品公司在2009年郑州糖酒会上曾花费巨资进行招商,招商结束之后,销售人员各自回到自己管辖的市场,对新加入的经销商没有丝毫的跟踪,公司对招商成果也未加以巩固,甚至连在招商会上客户登记表都遗失掉了。

招商是环环相扣的系统工作。想要使产品运作呈良性循环状态,招商工作必须细致扎实,切忌一锤子买卖。

(摘自《第一营销网》)



亿万富翁的十大特征

【富人心想更富】

富人通常都不认为自己富,因为富人有机会看到比自己更富的人,所以不敢夸富,只想与他更富的人比,富人想更富。

【富人更加固执】

富人有与众不同的观点,更有坚持己见的固执精神,有自己的自信和自己的准确判断,而不是卤莽和闭塞,他们虽然遭遇很多的反对而能够坚持自己的有效见解,并且坚持不懈地做下去。

「案例」快乐罗兰创立快乐公司,是一家填补7岁到12岁女孩空白市场的公司。创立时员工一致反对为女孩配套的书籍,认为没有用。但是罗兰坚持认为这是开启“美国女孩”的成功之门;在随后的五年里,“美国女孩”的营业额以每年5000万美元的速度增长,最终达到了3亿美元,“固执”的罗兰最终成了富甲天下的富婆。

【富人把握灵感】

富人总是能从琐碎的生活中寻找机遇和灵感,并能很好的把握和实践。灵感总是在一瞬间产生的,富人能很好地把握,而穷人则很容易放弃。

【富人自己创业】

富人找点子或有了发明总喜欢自己创业,因为富人创业是一种自信,是能够把事情做好的决心。

【富人拥有富人圈子】

说明他有更大的追求和拼搏一把的劲头。富人形成了自己的富人圈子,在这个圈子里大部分是富人和有智慧的优秀人,他们在一起交流生意,探索致富之道,相互激励,相互帮助,富人和富人和有智慧的人在一起,没有办法变得不富。

【富人偏爱赞美】

富人都喜欢由衷地赞美。从经济学的角度看,赞美是一种产出大于投入的投资,给人以赞美甚至不需要任何物质上的付出,但却可能得到绝对超值的回报。

心理学家威廉·詹姆士曾说过:

“人类本性最深的企图之一是期望别人赞美和尊重。渴望赞美是每个人内心里的一种最基本的愿望。我们都希望自己的成绩与优点得到别人的认同与尊重,哪怕这种渴望在别人看来似乎有点虚荣的成分。”所以富人懂得激励员工和讨好顾客的最好方法就是赞美,赞美,再赞美。

【富人偏爱聆听】

心理学家认为:聆听可以帮助人了解他人的内心世界,使人与人之间形成良好的互动关系。“聆听所致,信成所在”。所以聆听作为一把神奇的钥匙,往往被富人用来开启财富的“芝麻开门”。

吉拉德曾经在一年内推销出1425部汽车,他对于“不善于聆听成不了好推销员”深有体会。

【富人偏爱微笑】

因为富人懂得“迷人的财神就是微笑”,所以笑口一开财富自然来。

希尔顿对服务员的第一天的第一句话就是:“你对顾客微笑了没有?”微笑使人产生信任和亲近感,而这两者正是生意的润滑剂。

【富人逆流而动】

富人喜欢逆向操作,“人取我弃,人弃我取”是富人的常技。经济泡沫这个词,就是从荷兰的郁金香泡沫开始的。

当时在17、18世纪的时候,由荷兰开始兴起郁金香热,导致郁金香炒到离谱的价格;这时一批低价格进货的商人激流勇退,成为真正从泡沫中,从潮流中获利的人,而更多的人却卷入了破产的泥潭。

【富人没有不可能】

很多人不敢尝试创业,不敢大胆投资,不敢……是因为他们觉得那是不可能的事。而在成功富人的眼里,没有什么是不可能的,因为他们对自己充满信心。

成功学大师拿破仑·希尔把字典里的“不可能”这个词剪掉,从此他有了了一本没有“不可能”的字典,而他也成了成功学大师。

(摘自《慈善榜》)

餐饮经营中常犯的四大错误

很多创业者首次创业,都会选择餐饮,因为餐饮投资可变量大,见效快。但很多餐饮投资者都会陷入四个失误。

一、抓不住机遇,错失良机

有位朋友在市区某车站以较便宜的价格租到一处近200平方米的餐厅,一个大厅,四个雅座,中式快餐加砂锅,很适合旅客就餐,生意不错。一年后因故换了厨师,口味大改,顾客渐少。这位朋友不明原因,怕亏本,盲目将餐厅转让,另租了一间小饭馆。不久砂锅大兴,他想大干一场,无奈碍于店小,小马拉不了大车,再看车站内的餐厅被别人经营得非常红火,后悔不已。

他面对暂时出现的滑坡,未能抓住症结予以克服(换个好厨师即可),而盲目下马,错失良机。

二、凑热闹,虎口夺食

有人看到在商店林立的大街上开饭馆挺红火,也去凑热闹开了个饭馆,结果红火了不到一个月就开始滑坡,直至倒闭。事后他认识到,在繁华街上开饭馆虽然不错,但已经有了许多家老饭馆,顾客都已是熟人了,再开一家无异虎口夺食。没有特别优越的条件,能把人家的熟人拉过来吗?那里又不是车站,靠客流量能维持一阵,所以开饭馆千万不可盲目地选址,必须考察定位后才可能有成功的保证。

三、错估形势,盲目求高

一位朋友在某市场附近开了一家上档次的餐厅,自助餐加火锅,8个雅座带卡拉OK,月租金达6000元。他搞了一笔资金,想大赚一把。没想到一年后市场迁走,附近居民都是工薪阶层,其中还有不少下岗工人,有几个能进上档次的餐厅消费的?结

果不但没大赚一把,反而大赔了一通,差一点就倾家荡产。

这是人们常犯的盲目求高,错估了形势造成的。不打没有把握的仗,经营餐饮应面向广大群众,没有一定



的条件,决不能求高、求大,应当定位准确从点滴做起。

四、经营呆板,不生熟人

一位朋友开了个中档餐厅,但干了一年多,就滑坡了。原来他经营了套餐,不管谁来了都是这一套。想捧场的朋友到他店里请客,几次下来都是老一套,价格、质量上都没有吸引人的地方,就再也不来了。回头客越来越少,最后还是失败。

经营饭店主要是靠回头客,一要经济实惠、价廉物美;二要抓住熟人。人带人,越来越多。质量要保证,价格也要固定(有价格表)。但经营要灵活,该优惠时就要优惠。把朋友熟人都得罪了,谁还去“关照”你呢?

以上是四种比较常见的失误,实际商机是错综复杂的,关键是要善于总结经验教训,扬长避短。

(摘自《商界财视网》)

创业融资需注意的十大误区

创业投资过程中需要注意的问题很多,投资融资专家张雪奎老师,择要总结以下创业融资需注意的十个问题,供创业者投资融资时参考。

资金是创业的血脉,是创业者急待获得的启动资源,但创业企业筹集风险资金的过程确是艰难的。一般来说,风险投资公司一年要听数百位企业家阐述他们的创业计划,可最后投资的企业不足约见的1%。因此,做好准备,把握机会、主动争取创业融资相当重要,争取挤入那1%的行列中去

【误区一】不要廉价出卖你的技术或创意

许多创业者和下岗职工创业者急于得到启动或周转资金,往往在融资时急于求成,给小钱让大股份,轻易地贱卖技术或创意——只要能获得启动资金就行。在这种思想的指导下,有不少核心技术的拥有者廉价地就把自己的技术或创意随随便便地出卖了。

在公司运营一段时间后,才感悟到当初的技术卖便宜了,开始对当初的投资协议不满;这时,有的人又会轻率地提出毁约。这样做的后果是很不好的,只会使我们在资本市场上失去商业信誉。

【误区二】对风险投资不负责任使用

“花别人的钱,圆自己的梦”这种

对风险投资不负责任使用的情况,相当普遍地存在着,在当前的网络融资中表现得最为明显和突出。

创业不仅是创业者实现理想的过程,更是使投资者(股东)的投资保值增值的过程。创业者和投资者是一个事物的两个方面,只有通过企业这个载体发展的过程,才能达到双赢的目标。

“烧投资者的钱,圆自己的梦”的问题,说到底还是信用问题、品质问题,持这种思想的人不会成为一个成功的创业者。

【误区三】没有完善的融资战略设计

跟任何推销过程一样,在筹资和融资的过程中,也需要完善的策划和充分的准备,这是取得最佳融资效果的开端。但是,很多的创业者只有总的战略策划和设计,却没有关于融资的具体的战略设计,这是不应该的。

融资的具体的战略设计是总体战略设计的一项重要内容,是总体战略的支撑性战略,因此,这一部分内容应该用心进行精细地策划。策划的内容应该有:1、哪些风险投资者对你这一类别的项目和产品感兴趣?2、他们一般可能采取哪种投资合作形式?3、他们一般在第一次接触中会提出和涉及到哪些问题?4、我应该做哪些准备才能展现本项目的优势和特点?

【误区四】缺少对融资方案的比较性选择

尽管国内的融资渠道还不是很健全,但渠道还是比较多的。主要有:1、合资、合作、外资融资渠道;2、银行及金融机构贷款;3、政府贷款;4、风险投资;5、发行债券;6、发行股票;7、转让部分经营权;8、BOT融资;9、民间融资。

对以上众多的融资渠道进行深入地比较与选择,可以有效降低融资成本,提高融资成功率。通过上述途径得到的发展资金可以分为两类:资本金和债务资金。其中的债务资金(如银行贷款等)不会稀释创业者股权,而且可以有效分担创业者的投资风险。如果采用出让股权的方式进行融资,则必须做好投资者的选择。只有同自己经营理念相近,其业务或能力能够为投资项目提供有商情价值的渠道,或者有效地战略指导的投资才能有效支撑创业企业的成长。

【误区五】过度包装或不包装

有些创业企业为了融资,不惜粉饰财务报表,甚至造假,进行“包装”融资。这是不应该的。其实,财务数据脱离了企业的基本经营状况,明眼人是一眼就能看穿的。

但也有另一种情况,有些创业企业认为自己经营效益好,应该很容易取得融资,不愿意花时间及精力去包

装企业,不知道资金方看重的不止是企业短期的利润,而是企业的发展前景及企业可能面临的风险,更看重的是企业团队带领员工战胜风险的能力。

【误区六】缺乏资金规划和融资准备

缺乏融资准备最典型的表现是多数创业者对资本的本性缺乏深刻的研究和理解,在这种情况下就去盲目进行融资,往往效果不佳。其实,资本的本性是逐利,不是救急,更不是慈善。因此创业企业在正常经营时就应该考虑融资策略,并要和提供资金方建立广泛联系。

融资前,还应该先将企业梳理一遍,做好相应的准备。融资时,能够把企业及公司业务清晰地展示在投资者面前,让融资者看到你融资后“逐利”的可能性和现实性,他们才会放心。

【误区七】缺少必要的融资知识

很多创业者有很强的融资意愿,但缺少相应的融资知识,真正理解融资的人很少。很多融资者总希望托人打个电话,找个熟人,写个商业计划书,就能把钱贷到手,而不注重用心去研究融资知识。他们往往把融资简单化、随意化了。由于缺乏必要的融资知识,融资视野狭窄,只看到银行贷款或股权投资,不懂得或不知道除银行贷



款和股权投资外,租赁、担保、合作、购并及无形资产输出和转让等方式都可以达到融资目的。自己把宽泛的融资范围搞窄了。

【误区八】融资贷款必须讲信誉

银行是愿意贷款支持讲信用的创业中小企业做大做强,对不讲信用者,自然会借贷无门。就一般情况而言,除了高新技术企业之外,银行还从贷款原则出发,青睐那些产品有市场、法人代表对企业的管理控制能力强、经营规模和经济效益呈向上趋势,并拥有长期稳定销售合同的中小企业。

【误区九】只管外部扩张不管内部结构治理

企业的规范化管理,本身就是企业自身的一种融资能力。很多民营企业在不断扩张中企业管理却越来越粗放、松散,不注意在企业发展的过程中不断完善公司治理结构,增强自身的这种融资能力和规避企业扩张过程中的经营风险的能力。特别是一些创业

企业只顾发展,不塑造企业文化,最终导致企业规模大了,但企业却失去了原有的凝聚力,企业内部或各部门之间缺乏共同的价值观,没有协同能力。当企业缺乏这些东西的时候,自然就不具备银行评估的基本贷款和融资的条件,这也是造成融资、贷款难的一个重要原因。

【误区十】盲目对外出具融资担保函

由于创业融资比较困难,因此,一些创业企业之间往往进行相互出具融资担保的情况。其实由于不掌握具体情况,仅凭着哥们义气而盲目担保,往往会给创业企业带来了意想不到的风险。

根据中国人民银行发布的《境内机构对外担保管理办法》第二条的规定,境内机构(境内外资金融机构除外)向境内的外资金融机构出具保函,仍属于对外担保的范畴,应受国家外汇管理机关的监管。

(摘自《全球总裁网》张雪奎/文)