

五步打造优秀网站 全球创业网

我发现,大多数人真的不知道该如何正确规划自己的网站。毕竟,网站是人们首先会看到的东​​西。打造一家优秀网站的正确途径乃是采取逆向工作策略,具体是通过回答以下5个问题:

1、**你将如何吸引人们来浏览你的网站?** 更具体地说,你将运用怎样的营销技巧来吸引目标受众? 搜索引擎优化? 每次点击付费的广告?社交媒体?公关? 这一步非常重要,因为它往往能为后面谈到的很多问题提供答案。

提示:计算一下哪种营销技巧对网站的作用最好,具体是指搞清楚哪种方法拥有最低的客户获得成本(即为获得一名客户而付出的花费)。

2、**谁会来访问你的网站?**你的网站需要手把手地引领各种各样的访问者,帮助他们找到自己正在寻觅的东西。在进入网站的数秒之内,访问者需要知道下一步该做什么。他们需要注册吗?他们是否应该点击链接来了解更多信息?一旦你确定哪些人会来访问,你就能确定他们在进入网站后需要做什么。

提示: 不要试图取悦所有人,但网站要向直接访问者清晰地指示出他们需要前往的地方。如果你做得太多,那网站会变得过于繁忙,而且很难进行控制,应该把重点放在那些能够让大多数访问者受益的关键功能上。

3、**你的访问者会提出什么样的问题?**我找到正确的地方了吗?你们做这行有多久了?我能负担得起吗?我怎么知道你们的产品或服务是优秀的呢?我怎样才能了解到更多关于你们服务和公司的信息?我如何跟你们联系?

提示:试着在访问者提出些问题前给出答案。举例来说,如果访问者的目的是购买一种你们公司驰誉业界的特定产品,那就把产品放在网站的显眼位置,这样访问者就知道自己来对了地方,并能够迅速查看到产品的详细信息。清晰而简短的信息效果最好。

4、**你希望网站的访问者做些什么?**他们应该拿起电话给你致电吗?还是发电子邮件? 注册点什么? 在线购买你的产品? 优秀的网站会引导访问者前往你希望他们去的地方。如果你是在网站上销售产品,那就努力说服访问者下单,并让这个过程变得简便。如果你提供的是一项服务,那就让访问者了解到他们怎样以及为什么能从这项服务中受益。

提示:保持简洁明了,不要让访问者自己动脑子。

5、**访问者喜欢以什么方式保持联系?**请记住,绝大多数的网站访问者并不会成为你的客户。事实上,互联网上的平均客户转化率大约只有1%,意味着每100名访问者中最终只有1个人会联系你、注册服务或购买产品。你需要找到访问者最喜欢的交流方式,让他们有渠道跟你保持联系: 电子邮件、博客、Twitter、Facebook、LinkedIn、Google+、RSS 订阅等等。

提示: 跟客户保持联系是很重要的,因为大多数人并不会在第一次访问网站时就成功转化。通过定位目标受众,设法适应他们所聚集的市场,以此让访问者成为回头客。如果他们是初级专业人士,且一直使用社交媒体,那你也需要在社交媒体上有所活动,并积极地向他们提供回访网站的理由。通过跟访问者进行互动,你就向他们提供了回访以及转化的激励,并且很有可能将他们周围的人也吸引过来。

(福布斯中文网)

每天卖出 15000 个水果花：爱蒂宝 要做“最新鲜”连锁

2002 年,美国当地的一个杂志抛给爱蒂宝创始人兼 CEO Tariq Farid 一个问题,“未来 5 年的时间,你能开多少家店?” 他低头想了片刻才回答道,“50 家吧。” 但是 5 年过去后,连 Tariq Farid 本人都没想到,这个数字竟然是 500。目前,爱蒂宝已经深入全球 14 个国家, 开出总计 1100 家店。2010 年 12 月, 爱蒂宝在北京三元桥附近的凤凰城迎来了中国市场的第一批消费者。

水果花 让消费者收到的是惊喜

对于陌生的中国消费者,Tariq Farid 会这样介绍爱蒂宝所兜售的产品:“水果花, 这是像鲜花一样的礼品,但材料是哈密瓜、草莓、苹果、奇异果这样的新鲜水果,所以能吃。最重要的是, 我们会带给你们惊喜,而且是‘WOW’的那种感觉。”

在美国, 水果花售价处于 30 ~ 250 美元之间。爱蒂宝(中国)食品有限公司执行总裁王建艺介绍,中国的售价是 125 ~ 4000 元。“因为中国人喜欢很大的东西,尤其是在一些超级宴会上使用的水果花,会做得很大。另外考虑到物流和配送环节,以及一些进口水果的原料,所以售价比较高。”他们宣称, 爱蒂宝是最新鲜的特许品牌。

消费者购买的绝对不是单纯的水果,而是收到礼物的人脸上表现出来的惊喜表情。因为 Tariq Farid 知道,如果仅仅是强调功能,任何人都可以把水果插制成各种形状,“但是通过各种漂亮的设计让收到礼物的人感到惊喜,这种感觉是很少见的。”美国的当红明星们收到水果花的礼物, 都在 Twitter、Facebook 上传照片,Tariq Farid 窃喜这些明星等于在

给他做免费的广告宣传。

Tariq Farid 把任何场合所需要购买的庆祝礼品都看作是自己的竞争对手,比如蛋糕、巧克力、鲜花等。现在也包括一些跟爱蒂宝做同样产品的直接竞争对手。“如果 iPhone 作为礼品能给人带来惊喜,它也是我们的竞争对手。”

Tariq Farid 是巴基斯坦人,11 岁跟着家人移民到美国。为了改善生活条件,17 岁的时候,他开始经营一家自己的花店。就像大多数消费者在餐厅的桌子上所能看到的一样,Tariq Farid 给美国的餐桌配送鲜花。后来,他开始尝试更换成水果花——有着鲜花一样漂亮的外观,还能食用,前来就餐的大部分消费者表示了喜爱。1999 年,他和弟弟开始准备筹建爱蒂宝的第一家店。他拿着自己做出来的产品到银行申请贷款,结果被拒绝了,理由是,“不知道这是个什么东西。”

没有人做的事情 就一定能成功

Tariq Farid 说,我第一次将一个水果花放在桌子上, 我母亲看到说,‘WOW,太漂亮了,上帝保佑,你一定会成功的’。

没有人做这件事情, 所以,Tariq 的创业项目在大多数人眼里是不可能成功的。“但那时我意识到,如果坚持下去,可能会成功。这个成功的概念不是指现在的 1000 多家店,这在当时完全就是一个不敢做的梦。当时甚至不知道这个市场会有多大,只是接收到礼物的普通消费者,都挺喜欢。”

因为没有从银行拿到贷款,爱蒂宝在美国的第一家店都是 Tariq Farid 和弟弟自己动手刷墙、铺地板这样建起来的。他们把目标客户群定位在企业,认为企业有商务应酬,会在

圣诞、新年等节日送给客户和员工礼物,而且这些企业具备一定的支付能力。刚开始,市场的反应跟他们预期的一样,有的医药企业在圣诞节一次性订购五六十个水果花送给医生,甚至有企业一次性订购一百多个产品当作礼物送给员工。但是 2002 年美国经济危机爆发时,由于公司削减开支,一度导致爱蒂宝销量严重下滑,企业用一张卡片代替礼物送给员工。

Tariq Farid 说,其实他错了。他们应该把目标消费群体瞄准普通大众。人们会购买水果花用于庆祝生日、纪念日,还有那些因为爱上某个姑娘而陷入麻烦的男生,水果花带来的惊喜可以帮助他们解围。对于那些依然有送礼场合需要的企业来说,爱蒂宝还是首选——相比鲜花很快就枯萎,巧克力容易让人肥胖,水果花显得更经济实惠。所以,在 2008 年经济危机时,爱蒂宝受到的冲击就不太明显,“人们送礼的时候更讲究实惠了。所以,经济形势好的时候,要保证客户的惊喜, 在经济形势不好的时候,客户也会给你支持。”

努力创新 适应不同客户

2005 年,爱蒂宝在迪拜开出美国市场以外的第一家店。市场反响超出预期,也让 Tariq Farid 做出一个判断,“在某些方面,不同国家的人的需求是一样的,比如,都要结婚、生孩子、工作,当然还有送礼。只要做出让大家喜欢的产品,大家就会让你成功。”根据不同地域,爱蒂宝会在口味上做出一些调整。比如,因为当地人的喜好,在中东地区售卖的水果花会加一些巧克力。现在大概有几百种辅料使用在产品中,平均每两个月就有一款新产品推出。他们还针对孩子推



出了米老鼠、蜘蛛侠、HelloKitty 等各种造型的产品,迎合了消费者对健康重视的潮流。

目前, 在全球的 1100 家爱蒂宝店,只有五六家是总部直营,其余全是特许加盟。爱蒂宝选择跟对当地熟悉的创业者合作。大部分爱蒂宝的门店从产品展示到接受订单,再到生产都是独立的,总部给予加盟商足够大的平台和机会。在原料方面,有统一的人负责物料配送和仓储管理,全球的特许加盟商在网上下订单,然后总部通知供应商配送,已经有一套很成熟的体系。

创业 10 多年来, 很多事情让 Tariq Farid 始料未及,除了 5 年扩张 500 家店,还有 2010 年爱蒂宝进入中国。“这个市场很大,很诱人,但从外面看会觉得有些神秘, 感觉只有像 KFC 这样的跨国公司才能进来。”6 年前,Tariq 和妻子为买产品的原材料而来到中国,当时还没有在中国开店的计划,“这是太遥远的事情”。Tariq Farid 怀疑, 中国会成为爱蒂宝在全球最大的市场。

爱蒂宝在美国一直是投资人追捧的对象,曾经平均每周就有一个投

资人上门要求投资。Tariq Farid 笑言,“我们从来没有拒绝, 也没有答应,只说正在考虑。”话音刚落,他却变得严肃起来,“一旦接受别人的股权,就要去关注怎么赚更多的钱。我很小的时候,母亲曾对我说,如果你追着钱跑,钱会跑得比你更远;但是如果你不在意钱多钱少,而是专注把事情做好,关注你的客户,钱会追着你跑。我一直谨遵在心,按照这个来行事。”

Tariq 初到美国的时候,曾经给邻居做送报纸、整理草坪、清理积雪等杂活,以此获得几美元或一些零用钱。有个邻居的女主人,非常友善,Tariq 每次都是把报纸送进她家门,而不是像其他人扔到牛奶箱。有一天,天气特别冷,女主人邀请 Tariq 进去暖和一下,喝杯热巧克力。然后她说了一句话,Tariq 至今都没忘记:“孩子, 如果你持续像现在这样认真刻苦工作,35 岁你就能成为百万富翁。”

很神奇的是, 在 Tariq35 岁的时候,邻居的预言成真了。“她让我不断努力、专注于某件事、在意自己的客户,然后她的预言实现了。” (环球)

“微创业”受到中国年轻人追捧

用微小的经济成本进行创业,或在细微的领域进行创业的模式,当前正在中国内地被不断“复制”。这种被称为“微创业”的创业模式,成为时下青年人的一种选择。

“微创业”作为一种缓解当前大学生就业难的有益探索和积极尝试,已不仅是一个时髦词汇,更是草根人士实现创业梦想,走向自主创业的一个新途径, 因此深受众多青年人追捧。

“微型企业是指包括业主本人在内,职工人数不到 20 人,创业者注册资本一般在 10 万元人民币以下的企业。”著名经济学家厉以宁曾对“微创业”做出这样的诠释。据了解,目前已有许多大学毕业生、农民工、下岗工人、退伍军人、残疾人等通过“微创业”模式走向创业。去年,仅重庆市新增微型企业就有 1 万多户,解决了 10 万余人的就业问题。

广东梅州嘉应学院的科创社是“微创业”新型模式的推崇者。还在大四读书的曾日旋已是科创社的老成员,“在毕业生就业形势日益严峻背景下,每个科创社的成员都有自身的创业理念,我们团队从经营学校的手機业务到工作服装定做,再到小型园艺店,都是通过市场观察、众议后决定的。”曾日旋告诉记者。

对于目前的“微创业”发展,曾日旋说,“微创业”的兴起,让我们这些将走出校门的大学生创业有了新的方向。如果能获得政府部门的大力支持,我们的创业之路将会走得更加顺畅。

曾日旋认为,“微创业”是一个不错的选择,既能减轻自身的就业压力,也可以创业的方式承担起自身的就业责任,一举多得。现在他和几位朋友看准了园艺及工艺品的发展前景,共投资 8 万元在梅城一处住宅区内合资经营起一家园艺店。相信将会有更多的大学生走进“微创业”。

(杨草原 周涛 邓雪莹)

标价千元牛仔裤背后 每一处设计皆藏故事



图为工作人员正在给牛仔裤做出样前的质检。黄少宏 摄

用。这一贴心的细节设计让该款牛仔褲在欧洲市场得到不少好评。

这一次, 谢群娣设计的牛仔褲同样准备销往欧洲市场, 她希望在做好版型的同时, 在设计上加入近两年广为流行的破烂元素, 让牛仔褲更“潮”些。

“做中高端须经得起折腾”

除了因地制宜、因人而异的设计, 面料的选择很多时候决定着顾客最终是否会为产品埋单。

去年以来全球供应短缺导致棉花价格上涨,且纯棉制品版型不佳,容易起皱,谢群娣决定放弃纯棉布料,转而以麻棉作为面料。

传统麻棉对皮肤有一定的刺激性,用于制作贴身衣物可能引起人体不适。经过反复掂量,面料最终用的是从土耳其进口的珍品麻棉。

2011 年, 谢群娣在意大利考察面料展时偶然发现这种面料。与传

统麻棉相比, 珍品麻棉消除了对皮肤可能造成的影响, 且更具韧性,“用珍品麻棉作破烂设计的纬纱不会泛黄,颜色纯白又不容易断”。

相应地,面料成本也随“珍品”二字而水涨船高。土耳其方面给的报价是 6 万元 / 吨, 而传统麻棉一吨只要 2 万元。

“做中高端产品要经得起折腾。”,谈及对面料选择的“苛责”,谢群娣认为: 中高端产品更注重客户的个性化需求。无论是裤头上不起眼的铆钉, 还是拉链内侧无人知晓的织带包边, 设计者都得先考虑客户的穿着体验, 即便为此要多花数倍的价钱。

很少人知道, 现在市面上流行的牛仔褲底纹翻边格子设计, 同样出自谢群娣之手, 并已获国家专利保护。

与普通牛仔相比, 底纹翻边格子的制作过程复杂得多, 由于改变了针织方法, 仅在织布耗时一环就

比传统织法要多出一倍的时间。

双面穿着、融入潮流元素,该设计推向市场后备受年轻消费群体的喜爱,也引来了同行的竞相模仿。谢群娣称,这是“折腾”出来的结果。

设计师的百年老店梦

在时尚界,进入门槛不高。以虎门服装商圈为例,周边的家庭作坊或小工厂, 至今仍是市场货源的供应商。在更早期,当地的知名品牌同样发迹于此:“以纯”服装崛起于服装商贸城一窄小档口;“松鹰”男装起家时仅有 400 元和 3 台旧衣车。

类似的成功案例给后来者带去无限憧憬,可要在众多竞争者中脱颖而出却绝非易事,相较少数暂露头角者,更多人仅是昙花一现,或湮没在商海人潮中。

即便已跻身省十佳设计师行列, 谢群娣仍感深耕自主品牌之不易。“抄人家的品牌做可以赚到快钱, 不像做自己的品牌可能得熬上好多年。”谢群娣称,自己也是从服装批发商一路走来, 彼时的生意可谓货如轮转,日进斗金。2002 年,当她转身创立自己的品牌, 一天工作 16 个小时, 换来的却是接连的入不敷出。“直到‘非典’那一年,整个富民都没有生意,只有我还能像平常一样接单发货, 这坚定了我的信心。”她说。

在国外, 不少知名品牌的崛起往往需要一代或者数代人充当开荒牛, 谢群娣希望自己也能够沉下心来经营品牌, 最终培育出一家百年老店。

最近, 虎门服装市场集群正式被列为广东休闲服装国际采购中心重点培育对象, 对在虎门做服装的耕耘者无疑是又一政策利好。今年底, 谢群娣计划辗转国内市场, 在内地开第一家专卖店, 也期盼着正在学习设计的孩子能够早日接班。

(黄少宏)