

网店如何做到订单不过夜:仓库藏身城乡接合部

周五晚上在网上下个订单,周六上午,可能就会有人敲你家的门了。对,那是电商网站的送货员到了。如今,许多人已经习惯了这种购物方式——在网上逛街、购物。提供这种服务的产业,叫电子商务。

在外界看来,电商的竞争,目前体现为“价格战”。事实上,支撑电商的核心竞争力,是物流水平和配送能力。业内人士把这种能力,总结为一句话:“订单不过夜”——当天的订单当天处理。

记者走进了一家电子商务网站仓储物流中心,了解这个行业是如何做到“订单不过夜”的。

仓库藏身城乡接合部

6月初,北京市东南五环外的一片“城乡接合部”,曲折不平的道路上,繁忙的货车穿梭,卷起尘土飞扬。道路边,偶尔能够看到“出租仓库”的小广告。

这里盘踞着不少仓库,其中,有一部分属于电子商务网站。

在专人的带领下,在几乎已经迷路的状态下,来到一个超过1万平方



米的大型仓库。

仓库里,货架林立,上面,摆放的是各种酒。这里有来自全国各地的甚至国外的上万种酒。这是一家专门卖酒的网站——酒仙网的仓库。

这家网站的物流总监陶春伟的工作,主要就在这个大仓库里完成。这里的环境,与公司所在地金长安大厦相比,一个在村里,一个在城里。但这里,却是物流运营的枢纽。

电子商务网站设置在城乡接合

部,具有共性。比较简单的原因是,占地面积大,城区既找不到这样的场地,企业也难以承担城区高昂的租金。

在市场层面,电商拼的是价格,但背后,拼的是物流。仓储,是物流的重要环节。陶春伟说,目前这个1万多平方米的仓库,从去年4月份开始投入使用,但现在已经不够用了。

接货验货出货送货

在电商行业内,技术总监和物流总监是最重要的管理职位。这“两个人”干的活儿,一个在网上,一个在网上,但最终在仓库那里相结合。

从消费者的角度来说,网上购物的环节,是下单和收货。但从电商的角度来讲,要复杂很多,大概包括收货、验货、接单、出货和送货。

从厂家将各类白酒送到酒仙网的仓库起,这里的工作人员就开始忙了。

首先是接货。卸货后是验货。白酒,尤其是高档酒,最大的隐患是假冒,因此,第一关很重要。出货,比想象中要复杂。并非是简单地从货架上取货然后交给送货员。出货的过程中,将产品重新包装,是一项重要又很辛苦的工作。

包装工每件挣1元

与其他电商类似,酒仙网有专门的包装箱,包装工人要根据每个订单上的酒类的数量、种类、款式选择适当规格的包装箱。由于酒瓶易碎、规格不统一,其包装过程要比图书、服装等货物麻烦很多。酒仙网的包装,

全部是手工,目前有12种规格的包装。

“如果包装不过关,可能导致消费者退货。如果发生这样的情况,包装工人要被追责。”陶春伟说,每个货件,都能追溯到具体的包装工人。

就记者的现场观察,在这家公司的物流环节上,包装工人的工作是最辛苦的。他们的收入主要靠数量,数量与熟练程度有较大的关系。每天,1个包装工,如果不加班的话,可以包装80到120个货件。

如果一个货件中的酒不少于2瓶的话,包装工可以从中提成1元钱,少于2瓶的包装,一般提成金额为0.5元。

为了抢时间,现在电商往往是“订单不过夜”,基本上晚上10点之前的订单,都要在当夜处理结束。

“每天晚上8点到10点,是一个订单高峰。”陶春伟说,这个时间一般是大家下班或晚饭后,下单的较多。

此时接到的订单,经过及时处理,北京市内的消费者在第二天往往就可以收到货了。

(摘自《新京报》)

资金型创业者如何识别优质连锁项目

连锁作为现代商业的一种基本形态,在近十年得到了飞速发展。从电视广告到报纸分类信息都能看到连锁加盟的各种信息,内容更涉及衣食住行,从高档餐厅到科技产品,连锁成为一种商业现象存在于我们的生活当中。

在资金和资源都紧缺的情况下,很多有创业梦想的人,对这种连锁经营产生了兴趣,但是,在良莠不齐的连锁项目中如何进行筛选,这变成了一个核心问题。

选择连锁项目成大问题

张先生原为某国企职员,靠着几年炒房赚来人生第一桶金。2009年开始,股票、基金一路走下跌,房产遇到国家调控,并伴随着通货膨胀、物价上涨,看着手里的钱越来越“不值钱”,他成天在想着如何让这笔钱能够快速“钱生钱”。思来想去,张先生决定选择一个最实在的项目。

在他的心里,这个项目不仅要实在,而且还不受经济波动影响、属于最“简单”的项目。简单的东西平时举目皆是,像什么便利店、卤味店、小饭馆……到底该选哪一种呢?

但等他真要找的时候,他却发现,一个真正独具竞争力、足以说服自己的“简单”的项目,竟然这么难找!

选项目要多思考

对于寻找项目,研究微观经济的徐延有自己的看法:无论是“产品”连锁还是“服务”连锁,可复制是决定连锁企业能否持续稳定增长、未来收入是否可预测的关键因素。他提醒创业者选择项目一定要多重思考,睁大眼睛。

徐延说,从行业的角度看,高质量的连锁项目,需具备抗经济周期性,即该行业的发展与繁荣不受经济周期波动的影响,在繁荣时期,该行业能蓬勃发展;在萧条时期,该行业更能够稳定前行。行业的发展来自于自身内在价值的驱动,而非受宏观环境的影响。

同时,这样的项目还要具备抗通胀性,即行业内企业能够对其售卖的产品或服务提价。需要注意的是,该类提价不是因为需要传导成本上涨压力而进行的被动提价,而是基于消费偏好、供给需求而进行的主动提价,该类提价不以缩减企业的产量或规模为代价。

另外,从企业维度看连锁企业总部具有非常强的控制力。这种控制力主要体现在连锁企业对其上游供应商具有很强的话语权和议价能力,例如连锁企业可以从其供应商获得低于行业平均水平的产品进货价格或者是在产品销售完成后才给供应商付款,将占款压力转移给上游。另外,由于连锁企业输出的产品或服务在市场上的明显的差异化,能够提供“人无我有”或“人有我优”的产品或服务,从而实现对下游加盟商的控制力也极为关键。

(摘自《重庆晨报》)

企业微博营销13条军规

微博营销就像谈恋爱,想谈成就得花心思花精力,诚心大于技巧。有人说男人的胸怀是被女人的委屈撑大的,那微博营销中企业就权当一回男人吧。结合笔者实践经验,总结出在与粉丝恋爱前,企业须知的13条军规。

1、你是她的菜吗?

军规一:企业要弄清自己的目标粉丝是哪些人,不要向非目标用户献殷勤,不然竹篮打水一场空。

2、你准备用诚心赢得她的真心吗?

军规二:微博上的关系是双方自愿的,企业可以主动搜索搭讪,或者通过活动创造机会,但是骗粉和牛氓手段强制关注,最终都是无价值的。

3、你有什么值得她爱?

军规三:粉丝关注企业微博,要么是企业微博提供了她觉有价

值的信息,要么她本身已经是企业品牌的拥护者,大部分企业微博需要提高自己的价值。

4、你的形象和行為会令她讨厌吗?

军规四:企业微博装修看似很简单,但是“门面”装修有时候很重要,营销往往从细节开始,给粉丝留下一个鲜明的印象。

5、你是一个成熟,值得她信赖的人吗?

军规五:企业微博要做到有规律有规划,有自己的特色,而不是一个三天打鱼两天晒网的无规律状态。

6、你的说话方式她喜欢吗?

军规六:微博上人人平等,企业要走下神坛,放低姿态与用户对话,所以微博语言要网络化,用他们听得懂的方式来表达。

7、你说的是她喜欢的吗?

军规七:企业微博要100%讲与企业或用户相关的内容,但记住一定要用彼此能理解的表达方式。

8、你说的时候她能听到吗?

军规八:企业好的内容还需要把握住发布的时间,所以摸清你粉丝的规律很重要,传播效果不好,有时候可能问题在于时机不对。

9、你经常让别人带话,她会觉得你有诚意吗?

军规九:企业微博不要老用定时器,那样只会让你与用户更疏远。

10、你老是用别人的话来表述,而她想听的是你的语言?

军规十:微博内容要尽量原创(或伪原创),即使文字不那么华丽也没关系,因为那是你独有的,至少她转发分享后不会与其他雷同。

11、谁都不喜欢被冷落,你能经常回应她吗?

军规十一:企业无法做到主动关注每一个粉丝,但那些自发与你评论、转发或私信的粉丝,你需要尽量做到回应,让他们知道你是一个懂得关心他们的人。

12、你会给她制造有趣、惊喜和浪漫吗?

军规十二:企业微博不仅内容要有趣好玩,还可以定期开展一些创意的微博活动,既活跃气氛,加强沟通,还能够回馈一些粉丝,爱情和面包要两手抓。

13、你是一个靠谱的人吗,能给她带来安全感吗?

军规十三:企业的产品和服务必须要靠谱,即使知名度不高,产品服务有瑕疵都不要紧,关键是企业要有责任心和上进心,能够对用户负责,否则谁敢成为你粉丝,品牌有时候是可以被炫耀的。(摘自《商界》晏涛/文)

对照看一看,你是否适合创业?

明白你的税

2011年8月,美国《福布斯》杂志推出了2011年全球税负痛苦指数排行榜,中国内地排名全球第二。尽管有专家反驳中国税负痛苦情况有失偏颇,但至少很多小老板都在抱怨税收和与税务机关打交道的难处。

假设你的公司这个月只做了一笔生意,含税价10元进货,含税价15元售出,另送货花去1元作为经营成本,那按最基本方法算,需缴纳:第一,增值税:计算方法为(15元-10元)/(1.17)×17%=0.726元;第二,企业所得税:(5元毛利-0.726元增值税-1元经营成本)×25%=0.818元。

目前增值税的法定基本税率为17%,属于我国的主要税种。中国实行的是生产型增值税,与大多数国家实行的消费型增值税相比,税负设计明显偏高。而企业所得税在2008年两税合并后从33%下降到25%,微利企业则降到20%,企业所得税比过去有较大降低。

而在经营流转环节中,一个企业如果不缴纳增值税,那就肯定要缴纳营业税。比如餐饮店是缴增值税还是营业税,大致是按这种方法来确定的:看餐饮店是否提供用餐场所(餐桌椅等)、是否用餐过程中有相应服务。你花了200元在饭店请朋友吃饭,买单后向饭店要了200元的发票,那么根据5%的营业税税率,这个饭店应该缴纳10元的营业税。

比如,肯德基的餐饮收入就是缴纳营业税的。但是如果将包装好的产品批发给超市,按上列方法,也就是说这部分收入是没有提供餐饮服务,是应该交增值税的。

注册性质不同,所得税也不同

在收入相同的情况下,个体工商户不需缴纳企业所得税,只需针对其投资者个人取得的生产经营所得和其他所得缴纳个人所得税。而有限责任公司的税负,主要就企业的利润缴纳企业所得税,税率按应纳税所得额、企业规模和行业的不同分为三个档次。一般情况下,

企业所得税税率为25%;符合条件的小型微利企业,则按20%的税率征收企业所得税;国家重点扶持的高新技术企业,则按15%的税率征收。

学会控制成本

赚钱的生意实际就是控制成本的买卖,这对开餐馆的老板们影响最直接。据统计,餐馆一般一桌饭菜会剩下20%,有些甚至达到30~60%,部分餐馆将这些剩菜以每桶1—5元的价钱卖给了养猪户。

小成本生意,成本控制有时比销售管理更重要也更难。稳定增长的回报往往不是看销售额和毛利率增长多少,甚至不是看用户黏度和回报多高,而是如何控制住野心,如何不盲目扩张,如何在“螺丝壳”里做好这道汤?大企业抗风险能力那么强,尚且在多元化上折戟沉沙,何况一个麻雀摊摊呢?

能单干就尽量不合伙

虽然马云说,不吵架的合伙人

做不成生意,但无论生意好坏,都可能破坏亲情友情。两个人都坚持自我很容易,两个人都为对方着想很难,只有通过密切的沟通和深度的理解才能更了解和包容对方,达到和对方合作的目的。

本杰明·富兰克林一生与人合伙生意无数,没有发生大的分配纠纷。不是人品好,而是在生意之初就设计好了纠纷解决方案。

你到底适不适合开始自己的小生意

这里有两个问题。如果你对所有问题的回答都是肯定的,那么你就丢掉内心的矛盾,大胆地行动吧!因为,你已经具备了自己创业的全部条件。

第一,你是否能够在经受一次次拒绝之后仍然保持脸上的笑容?第二,你讨厌前途未卜的境况吗?如果你的回答是肯定的,那就不要选择创业。你必须清楚这一点:自己创业和给别人打工完全是两回事。

(摘自《钱经》)

的肩膀上,或者背靠大树。

第八步:分层

要有样板市场样板店。看得见的成功是最容易复制和执行的模式。

第九步:规则

没有了规则的游戏还可以玩吗?没有了法则的战争神仙也打不赢的。

第十步:三赢

这个公式为:客户先赢+员工跟着赢=企业大赢。

(摘自《中国营销传播网》张景权/文)

创业有成者五个共通特质

这里的“有成”,是有成就的意思。创业毕竟很难定义成功,但“有成”就稍微简单一些——创造出一个营收与利润长期成长的公司、给很多员工工作机会与很好的照顾、帮客户创造了很多价值、帮股东赢得了很好的投资报酬、帮社会带来了正面影响……这些,都是许多创业者想要拥有的成就。

而如果你去分析那些能够达到上述成就的创业家,他们的个性上其实有一些共通的特质。Forbes的专栏作家David DiSalvo最近写了一篇The Five Hallmarks of Highly Respected Achievers来分享他的观察。

【恰好的韧性】

这是创业最难的部分,我认为也是区别一个有成就的创业家与一个无法打开那扇门的尝试者最终的关键。你必须知道什么时候该聆听,什么时候该不顾一切地坚持——不,这并没有听起来那么容易。

当17Life当初在做午餐餐时,他们一直不断地聆听会员的回馈,增加了许多进阶功能,但结果把网站改成了一个四不像,最后发现新来使用者根本无法上手,造成了成长的停滞。当慧邦科技要放弃“迷你窝”而改做“神来也”时,所有的人都跟他们说这不可能成功,但他们决定孤柱一掷,最后创造了一个超级成功的游戏公司。

【一致的言行】

当你观察这些“成就人士”,你会发现他们往往不只是很好的“业务”,同时也是很好的“务业”。他们不会用一个绚烂的羊头拐你上车,回过头却让你发现他卖的其实是狗肉。他们知道为了短期的利益而去拐骗人家,一点也不值得长期所造成的名誉损失,尤其在这个资讯发达的网路时代。更重要的是,他们知道答应人家的就做到,下次才有二度合作的机会。

【有灵魂的务实】

要能够在这个残酷的世界达到某种成就,务实当然是必要的特质。但“务实”与“现实”往往只有一线之隔,而这条线的名字就叫做“有没有心”。务实的创业者会去想对方的好处,尽量在能力范围内达到双赢,甚至是多赢的结果,即使这代表着牺牲部分自己的利益。

即使没办法做到皆大欢喜,他们还是会去照顾失落方的感受。人其实都是感性的动物,而能够多用一点心,往往就是打动他们最后的关键。

【有策略的化解危机】

创业的过程必定会有很多很多的突发状况,而厉害的人不只是一很快地把这些问题解决掉,他们还会兼顾长期的策略布局。他们知道企业三年、五年后希望到达什么位置,因此不管眼前的问题再燃眉、再棘手,每一个对应的决策也不能背离这些策略目标。

【扛起责任】

有成就的人了解“授权”与“负责”的不同,即使把执行过程的决策权交给伙伴,也不代表出状况时就可以推卸责任。在小公司,创办人往往就是公司的执行长,而执行长往往也是公司的“负责人”,所有公司发生的一切,都该由执行长负责到底。也唯有这样的领导人,才能长期赢得股东、伙伴、同仁的尊敬,最后带领大家到达伟大航道的另一端。

所以,综合上述五点,你可以看到有成就的人非常有系统、非常用心而且非常有耐心地往目标前进,然后务实地判断什么时候该坚持,什么时候该退出。这些说起来很简单,但其实做起来非常难。因此,如果你明天想要当一个有成就的人,那就从今天开始,请认真学习他们的性格吧!

(摘自《创业邦》)