

一个握手丢失一单生意



商人之间的礼仪,往往会影响到一笔生意的成败,让“煮熟的鸭子飞了”!近日咱们沈阳的商人张先生就为自己的一时疏忽大意,付出了丢失一笔大生意的代价。

最近张先生谈了一笔大生意。与对方见面时,张先生紧张得手心直出汗,他主动和对方握手,对方拿出的名片,被他随手放入口袋,随后张先生也从裤兜里掏出张纸片递给对方。一番谈话过后,对方表示会回去商讨,给张先生一个答复。但是对方第二天给出的答案竟是不合作!不解的张先生请教了相关的礼仪专家,帮忙分析是否自己哪里“招待不周”,才导致了这场生意的失败。礼仪专家指出,在商务谈判中,一个不经意的细节也会致使一笔生意丢失,他为张先生的失误进行了分析。

画面一:
张先生出了满手的汗并主动和对方握手

在商务谈判中,握手是和对方交流的第一步。张先生主动握手是对的,但是如果手脏、手凉或者手上有水、汗时,就不应该与人握手,并主动向对方说明不握手的原因。

画面二:
张先生急忙拿过对方的名片放入口袋里

对方递出名片时,应该双手接过,并放在文件夹或皮包中,张先生的做法显然是对对方的不尊重。

此外,还有很多关于名片的礼仪,例如接他人递过来的名片时,应尽快起身,面带微笑,并说“谢谢”;当面对许多人时,应先将名片递给职务较高或年龄较大者,如分不清职务高低和年龄大小时,则可先和自己对面左侧方的人交换名片。

(摘自《时代商报》杨博 丁盼盼/文)

如何打造赚钱连锁店

开连锁加盟店最大的好处是能直接借用总部的金字招牌,并借助总部的经验,从而降低投资和经营的风险。但是,对于加盟者来说,“复制”完总部经营场所的环境、气氛和产品后,并不代表就可以高枕无忧了。

一、在加盟前期,要注意合理地筹措资金,合理地投入资金

由于急于创业开店,有些加盟者为了筹措加盟金、保证金等,到处张罗,甚至借高利贷也在所不惜。一旦开店,虽然生意也还算顺利,但是每天为了筹钱偿债,完全无心投入于事业的经营。本该在阵头领军的经营,一旦因为资金的调度而离开第一线,店内其他员工马上会受到影响,于是服务品质逐渐低落。而顾客也是敏感的,慢慢地就会逐渐远离该店,当然业绩就不可能再往上提升,本来生意还不错的店面往往因此而垮掉。

二、控制好经营成本,规划好进货策略

经营过程的成本控制十分重要,少一分开支就等于多出一分利润,把成本压缩在较低的范围是绝对必要的。但是,过分的节省也是不正确的,比如,灯光效果对于某些货物的销售来说,是吸引顾客的必不可少的条件,如果为了省电而将

射灯关闭,肯定会得不偿失。

同时,规划好进货策略,调节好周转速度,也是控制成本的有效方法。店面应尽可能避免压货,许多新老板经常出现资金占压严重的情况,资金运作捉襟见肘,很快陷入困境。对季节性滞销货品应及时降价清仓,用新货补充原有空缺。毕竟,商品只有卖出去的才是钱。

三、学会管理员工

虽然加盟后,总部会在员工管理上提供一系列的培训,会给加盟商提供相应的支持,但是,远水救不了近火,加盟者需要从源头上找问题,真正融会贯通,学会如何管理员工。从多个创业者的实例中发现,许多新老板没有正确认识这个问题,从惯常思维出发,依照自己的性情来做,于是出现内部员工拆台的事情也就不足为奇了。

首先,加盟者要充分了解自己的员工。作为管理者,要能充分地认识员工不是一件很容易的事。但是管理者如果能充分了解自己的员工,工作开展起来会顺利得多。“尺有所短,寸有所长”,每个员工在能力、性格、态度、知识、修养等方面各有优点和缺点,有的工作起来利落迅速,有的谨慎小心,有的擅长处理人际关系,有的却喜欢埋头在统计资料里默默工作。俗话说“士为知己者死”,一个能够充分了解自己员工的管理者,无论在工作效率,还是人

际关系上都将会是个一流的管理者。

其次,要多与员工交流,聆听员工的心声。员工总会有自己的不满和看法,虽然其中有正确的,也有不正确的。但是,如果得不到发泄或引导,就可能引发大问题。所以,管理者需要经常与员工进行交流,征询员工的意见,倾听员工提出的疑问。解开了员工的心结,团队才会更加团结,工作积极性才会更高。

同时,要允许员工犯错误,对表现好的员工要实时表扬。现实世界充满了不确定性,在这样一种环境中,做事自然不可能事事成功。作为一个管理者,若要求下属不犯任何错误,就会抑制创新精神,使之工作起来畏手畏脚。当然,对作出贡献的员工,要及时地给予奖励和表扬,以鼓舞士气。

四、学会管理客户,建立良好的客户关系

一粒麦子有三种命运:一是磨成面,被人们消费掉,实现其自身价值;二是作为种子,播种后结出新的麦粒,创造出新的价值;三是由于保管不善,发霉变质,丧失其价值。换句话说,麦子管理好了,就会为人类创造出价值;管理不好,就会失去其价值甚至会带来负价值。客户也是这样,加盟店管理得好,客户就成为其忠实的消费者;管理不好,则会大量流失,并且影响其他的客户。



加盟创业者应该学会管理客户档案,留住老客户,挖掘新客户。客户档案包括顾客的基础资料、交易状况、资信能力等,这也是加盟者进行管理、跟踪的重要资料。认真分析客户档案,会发现他们各自的喜好、眼光、购买力,从而可以更有针对性地为他们推荐商品、提供服务。开发一个新客户是开发一个老客户成本的6倍,所以留住老客户,是加盟店生存的基础。

五、与加盟总部协调共进

加盟店与加盟总部有着很微妙的关系,既唇齿相依,又各有其利益轴心。因此,加盟店与总部难免会发生一些冲突。加盟店往往埋怨总部存在官僚主义,只懂得瞎指挥,对实际情况缺乏了解;而总部也会认为加盟店以自我为中心,一意孤行,对总部的工作不支持、不配合。

出现这种情况,往往是因为加盟店对公司的政策或多或少地抱有怀疑或抵触情绪,或者至少是留有戒心的。因此,加盟者在选择加盟总部时,应该投入大量精力去考察;一旦加盟成功以后,就应该抱着“共创双赢”的心态,积极地配合总部的工作。

六、积极积累行业经验

行业经验很难从一本或几本书中得来,许多东西只能亲身体验才能获得。因此,加盟者应处处留心,多多积累。比如,开某服装品牌的加盟店,加盟者就应该多看流行杂志,多参加时尚活动,以培养自己独特的时尚理念和敏锐的时尚感觉。当走进店里的每一位顾客,你都能以独特的眼光,提供适合她的搭配,还愁加盟店的营业额不突飞猛进吗?

(摘自《商界招商网》)

创业三字经:稳、低、快

小本,一般指资金少。但小本并非不可创业,因为资金少不代表资源少,如果资源够的话,比方人才资源、比方设备资源等等,没有多少现有资金,也是可以创业的。在创业前期,或者是大学生初入社会创业可以选择小本创业,甚至是无本创业,这样即使你的投入没有回报,也不至于将自己的资金丢到水里。

第一要“稳”。

创业需要冒险,但不能去“送死”,尤其是钱少的创业者,失败后重来的可能性很小。其实,钱少可以选择成熟度较高的项目,比较保险的行业,譬如衣、食、住、行这类与日常生活息息相关的生意。一下岗女工,工厂倒闭后一时无所适从,后来选择“食”这个行业,学了一手“骨酥鱼”技术,专门给饭店、熟食店、超市批发配送“骨酥鱼”。她现

在每天的纯收入已过千元,市场还特别“稳”,因为没人能竞争,没人能抢占自己的市场。

第二要“低”。

钱少就尽量先从低投入的小生意、小产品做起,千万别看不起那些做小生意的“小生意人”,其实他们中间赚得流油的很多。五爱市场有个销售针头线脑的老板,他说自己

靠的就是走量,一分两分的利润,一直积累起几千万身家。

第三要“快”。

这里的“快”,主要是指资金周转要灵,要快,因为本钱少,本钱经不起“压”,一旦周转不灵,犹如背上大石头跑步,很有可能还没到目的地,自己已经趴下了。现在大家耳熟能详的某品牌方便面,开始创业时

非常清苦,但方便面属于即时消费,今天你买了吃了,明天想吃你还得买,而且都是一块钱、二块钱的小生意,欠账的少,不“压”资金,赚的钱能快速抽出来扩大经营,所以短短4年时间,这家企业的年收入即达到3000万以上,接着布局全国,招代理,搞招商,迅速出击,一步跟着一部,现在年营业额早已过百亿了。

(摘自《创业黄金路网》)

如何在淡季实现“赢”销

今年听得最多的是商家的抱怨,见得最“冷”的是市场的客流量,整体局势不妙,各商家的零售份额急剧下降。那么淡季经销商如何做销量呢?

1、首先要从意识上改变:要走出去变成“行商”。

人只有动起来才能更有活力,生意只有走出去方能胜利。

2、改变运作团队的行动力,想到好的方法就去做。

凡事不必考虑得十分周全才去行动,这个社会有很多的人十分有想法,却从来不敢迈出第一步,为什么?因为他们想得太多了,把所有可能想到的恶果都提前搬了出来,看到的都是恶果,该想的方法却一点没想到,势必不敢行动。

举例说明:一个男孩追求一个女孩,如果行动前,老想着可能遭拒

绝的种种画面,肯定不敢行动;如果看上之后,马上发起进攻,虽然可能被拒绝,但在进攻过程中,男孩会慢慢摸清女孩的喜好,这时投其所好,势必得手。

3、建立自己的商业“帕特农神庙”模式。

“帕特农神庙”是一个由多根底柱支撑的庙宇,建立年代久远,经历几千年的风吹雨打,却依然屹立不倒,就是因为它是由多根支柱支撑起来的,随便抽掉几根依然不会动摇。商家的渠道就相当于支柱,如零售渠道、家装渠道、异业联盟渠道、小区渠道、工程渠道、团购渠道等等。

4、做有意义的促销。

什么叫有意义的促销?提到促销,有很大一部人就会想到“降价”,他们把促销等同于降价,其实降价或打折只是促销的一个部分而已。

有一次在一个路边市场,见证了一次失败的促销。某陶瓷品牌经销商迫于生意惨淡,自己请广告公司策划了一场促销活动,从外面看去,拱门、红地毯、花篮等气氛还不错。活动一开始,就上场一位美女,上身居然没穿衣服,下半身也穿得很少,接下来就有一位画师开始在这位美女身上作画了,原来是人体彩绘。因为是路边铺面,路上来来往往都有人,彩绘一开始,很快吸引来了大量的人流。门外场地被挤得水泄不通。彩绘结束后,进入的是促销阶段,不到一会儿时间,门口原本水泄不通的人流仅剩几个意向顾客。很显然这次活动是失败的,就几个意向顾客,就算全部成交也没多少,何况不会全部成交。

这个例子说明了什么呢?促销是否成功与流量的质量有关,要想促销成功,必须要针对精准流量做



许多工作,垃圾流量是不会产生销量的。

5、整合资源,建立平台。

小生意人研究产品,大生意人研究人。平台就是人的集合,建立主

题平台,就会聚拢对主题有兴趣的人。如“设计师俱乐部”就能把设计师聚拢在一起,他们在你的平台上活动,自然就是你的资源。

(摘自《慧聪网》)

创业者融资五大忌语

创业者在找到投资之前,准备工作绝对是重中之重,现在有很多创业者在融资时根本不得要领。下面是创业者在与投资人洽谈时常犯的通病。

忌语一:这笔投资绝对不会失败

所有投资人都非常清楚早期投资的风险,而且也都知道任何公司都不能保证其业务会100%地成功,投资人获得的股份也是没有保障的。即便创业者通过可转换负债或贷款进行融资,也会存在一定的违约风险。

忌语二:投资收益率将高达40%

这是创业者在融资时频繁谈及的话题。创业者对企业财务进行预测,并且理解投资人对回报的预期,对于这点笔者完全赞同。然而如果说这句话,也等于告诉投资人一个对你不利的信息,那就是创业者在融资方面是个新手或者不专业。因为你的具体承诺,可能会使你不得不承担相应的法律责任,结果非常不利。

忌语三:你如果提供×投资额,我会给你×股份

多数融资谈判都是企业机密,尤其公司在进行首轮融资时。在谈到重要融资细节之前,创业者和投资人之间的融资协商都可以公开进行。谈判之前,创业者最好已经有了明确的目标,但是未进入闭门协商阶段之前不要随便就讲出来。

投资人当然也会做自己的打算,如果创业者在众多的投资人面前提出自己的想法,那么很可能会让投资人不再对这笔投资感兴趣。

忌语四:我的很多创意都被窃取了,所以你需要签署一份保密协议

笔者完全了解当前企业界存在些不好的现象,剽窃他人创意的事件屡见不鲜。而且通常情况下会“窃”者生存,所以会出现创意被盗的现象。但遗憾的是创意并非物质财富,而且几乎任何律师都能推翻保密协议,其结果就是保密协议根本无法保护你的创意。

唯一可行的方式就是相信你自己的判断力,与投资人建立互信关系。而从投资人的角度来讲,每周他们要与各类创业者进行无数次会谈,其中所涉及的任何一個创意和商业计划书都可能侵犯竞争者所划定的保密界限。如果投资人真的签订保密协议,将会面临诸多的法律纠纷。

忌语五:大家好,我叫某某。这是我准备的50页的商业计划和PPT文件

虽然多数投资人经常收到各种商业计划和PPT文件,然而他们所作的多数投资决定都是基于对创业者个人的了解,或与创业者之间所保持的长期关系。在融资过程中,商业计划书是尽职调查阶段的必备文件,这样做的主要目的是让投资者知道创业者是有备而来的。

商业计划是用来做企业推介的,正式的商业计划可以稍后介绍。大多数投资人都希望首先对创业者个人有所了解,然后才会听听商业计划。事实上,很多投资人都会愿意帮助创业者制定或完善商业计划,而且会提供不同的销售渠道和营销策略方面的建议。

●融资最后应关注的问题

即使遵守了上面所有建议,依然不能保证创业者可以融资成功。但是有件事可以帮助提高融资的成功率,那就是与投资人建立良好的关系。也就是说与投资人建立互信关系,向投资人征求指导意见,积极倾听投资人的建议等等。

与投资人建立稳固的关系通常需要一个比较漫长的过程,而且这种关系的建立应该在融资前就已经开始的。我对此所能提供的最好建议就是尽早开始与投资人建立联系,而实际上创业之前才是最佳时机。

此外,创业者要多考虑投资人的心态,需要站在投资人的立场上考虑问题。多数投资人没有LP(有限合伙)人或机构的资金支持,而大多天使投资人需要自己掏腰包进行投资,所以对待投资人千万不能像在网上申请信用卡一样。

(摘自《投资界》)