

揭秘 创业者的 10 大谎言

GuyKawasa-ki 是台湾地区著名的风险投资家,他在高科技创业方面的演讲、评论、文章总是充满了激情、睿智和幽默。他的“风险投资的 10 大谎言”更准确地说应该是风险投资拒绝给你投资时的 10 大借口。

1、某著名市场研究公司称我们的市场总额到 2010 年会达到 500 亿美元。不管他是开发 barmitzah(译者:一种犹太教的成人仪式) 计划软件还是 802.11 芯片组,每个创业者的 PowerPoint 里都有几页声称他们的市场总额会有百亿美元。风险投资者从来不相信这些预测,因为今天他已经听过 5 个这样的预测了。创业者们最好把这些预测从他们的 PowerPoint 里去掉。

2、某大公司下周就要和我们签购货合同了。搞笑的是,到了下周,下周,合同还是没签。然后就是各种借口:该公司的决策者被解聘了,CEO 被炒鱿鱼了,发生自然灾害了,等等。投资者不会因为这个谎言投资的,除非销售已经真的发生。

3、我们只要拿到投资,某重量级的人士就会加入我们公司。往往,当 VC 给这个重量级的微软、甲骨文、华阳的副总打电话证实,回答如下:“谁告诉你的?对,我是在丘吉尔俱乐部(译者:著名的有关创业的非营利组织)跟他聊过几句。但我绝对没说过我会放弃我在 Adobe 的 25 万年薪加入他的公司。”重量级人士是有可能加入小公司,但请让他们亲自给 VC 打电话来确证这一点。

4、没人在尝试我们正在做的事。这是最扯淡的一个谎言,因为从这条得出的结论无外乎两点:(1)因为根本没有市场,所以没有别人做;(2)你实在太不入流了,连用 Google 查找竞争对手都不会。不用说,以上哪个结论都不会有助于你拿到投资。通常,如果你有一个好主意,那你会有 5 个竞争对手。如果你有一个非常好的主意,那你会有 15 个竞争对手。

5、没人能做到我们做到的事。盲目狂妄自大,这比上一条还糟糕。第一个公司开始做一件事后 90 天内,就会有 10 家公司雨后春笋般做同样的事。RogerBannister 之前没人能在 4 分钟内跑完 1 英里。

6、赶快,别的 VC 也对我们感兴趣了。好消息是:没错,有不少公司真的是同时被多家 VC 看中。但坏消息是,那个公司多半不是你,因为你还有两工夫读我的博客。就像我妈常说的“别用乌兹冲锋枪玩俄罗斯轮盘

赌”。(译者:Kawasaki 大妈啥意思?别找死?)是的,那些绝对牛的公司,投资者之间是有竞争的,创业者可以用这种方式逼着 VC 赶快做决策。但对于绝大多数创业者,你不是稀缺资源,这招不灵。要知道很多情况下 VC 说也许会投资,其实是不会投资。

7、甲骨文又大、又蠢、又慢,根本不是威胁。LarryEllison(甲骨文公司的 CEO) 有他自己的私人飞机,他能让圣何塞机场夜间为他的专机开放,他的帆船大得连金门桥都快过不去了。而我们的创业者呢?他们从奥克兰机场坐最便宜的西南航空公司的飞机,有机会还要顺两包免费花生米。LarryEllison 和创业者的差距是有原因的。而那个原因不是甲骨文又大、又蠢、又慢。和甲骨文、微软等大公司竞争不是件容易的事。给这么说的创业者



最好的评价也就是“天真”。也许你觉得自己很有胆量,但 VC 觉得那是愚蠢。

8、我们的管理团队有可证实的成功经历。谁说你可证实来着?公司的创始人曾经在摩根斯坦利做过一个夏天的实习生?在麦肯锡干过 2 年?曾经告诉 JohnSculley(译者:百事可乐和苹果的前 CEO,导致了苹果的一系列产品失败和衰退)Macintosh 如何开机关机?在 VC 眼里,真正的可证实是那些曾经成功地投资者产生亿万回报的创业者。

9、我们的产品受专利保护。在你给 VC 介绍你的项目时,最多提到专利一次:我们申请了专利,这就够了。第二次你再提到专利,VC 会怀疑你对专利过度依赖。第三次,VC 就会把你当傻瓜了。没错,你应该去申请专利。但专利更多是用来让你爸妈高兴的。你多半不会有时间或有钱去告那些财大气粗的公司侵犯你的专利权。

10、我们只要占有 1% 的市场就成功了。这是“我们的市场总额有 500 亿美元”的另一面。这个谎言有两个问题:第一,没有哪个 VC 会对只想占有 1% 市场份额的公司感兴趣。我们更愿意看到我们投资的公司面对司法部反垄断部门的狂轰滥炸。第二,占有 1% 的市场也没那么容易。创业者应该对建立一个成功公司的难度有一个现实和准确的判断。

(摘自《伯乐在线》)



网购从业者这个特殊的创业群体过着怎样的“非人”生活,他们付出的青春,是否值得?

痛并快乐着的屌丝网商

阿里巴巴集团 11 月 12 日确认,11·11 购物狂欢节的支付宝总销售额达到 191 亿元,是去年的三倍多,其中仅天猫就达成了 132 亿元,淘宝则完成了 59 亿元。这一庞大数据的背后,除了当天涌入的 2.13 亿网民,还有这样一群人:他们每天工作 12 小时以上,要跟几十上百个人聊天,顾不上喝水、上厕所,不是昼夜不分,就是黑白颠倒……天天如是。

近日,24 岁淘宝美女店主猝死、25 岁皇冠店主过劳死、29 岁“小彩衣柜”店主突然去世等消息频繁见诸报端,网购从业者这个特殊的创业群体过着怎样的“非人”生活,他们付出的青春,是否值得?

近日,记者探访了长沙皇冠店主、1989 年出生的韩娟,了解网店店主的生存状态。

每天工作 18 小时,很少出门

11 月 6 日,记者到达韩娟的工作场所,客厅是仓库,6 个大货架,摆满了各种母婴用品。此时,他们正在紧

张地备战双十一,韩娟与男友、2 名员工正对着电脑猛敲键盘。还有 1 名员工正熟练地打包婴儿小棉袄,1 名员工在清点货品。

韩娟的网店生涯从 18 岁开始,当了几年客服后,韩娟觉得应该转型了。今年 3 月,她与男友凭着一台电脑、一部相机和借来的 5 万元资金,在 40 平方米的出租房里开起了网店。

韩娟计划得很周详,靠低价战略,不到半年时间,韩娟的“洋气妈咪母婴店”级别就已升至两个皇冠。对于淘宝集市的多数网店来说,升到一个皇冠就至少要花一年时间。这是韩娟最值得骄傲的事,但“背后的辛酸只有自己知道”。

韩娟与男友,每天至少工作十八九个小时,剩余的五六个小时就抓紧时间睡觉。韩娟每晚通宵,白天睡几个小时,男友则是凌晨 3 点睡到早上。“我们俩见面的时间不多,每天差不多我起来,他就要睡了。”跟其他情侣不同,他们俩说得最多的话,不是

甜言蜜语,而是讨论店铺的情况。

早上 8 点开始,韩娟就对着电脑不停地敲击键盘,回复各种咨询。这时,能再多做一分钟就绝不去上厕所,能不喝水就不起身倒水,等到饿得胃疼,才想起来自己还没吃饭……叫个盒饭解决吃饭问题。

趁没有顾客在线咨询的间隙,韩娟赶紧接单、包装。到了晚上 10 点,快递准时上门取件,但韩娟一天的工作并没有因此结束,她还要登记货物,并跟厂家确认预留的货品。之后,还要再次登记第二天的缺货状态。这些做完之后,她一天的任务才算完成。

到了换季,更新产品的时候最忙。拍照要选好场景,做美工,还得加文字说明。因为兼顾客服、打包,韩娟一天顶多更新两款商品,心里十分着急。

她说:“我们俩很少下楼去,去得最远的地方,就是小区内 200 米左右的超市。”

韩娟大学专科毕业,她仅是网购

面对面会见客户的 23 条规则

心,因为这自然限定了会面的时间长度。

3、不要浮华。

我曾经和几名执行官们一起搭乘私人飞机去俄亥俄州拜访一个客户。这个客户的第一个问题是:“你们这些家伙为什么不像我们一样搭乘经济舱呢?”这是一个真实的故事。

4、事先检查一下你的外表。

我有一次去见一位执行官,然后事后发现我的毛衣上有个洞,粉红色的皮肤从里面露了出来。我敢打赌我说的话他一句都没有听进去。

5、不要迟到。

迟到让客户知道你并不在乎他们。你应该总是至少提前 15 分钟到场。

6、不要太过严肃。

尽管在会议开始之前闲聊一会是有必要的,但是不要让客户做那个把话题带回到业务上的人。

7、不要过于友好。

不要假装是好久不见的朋友,做你自己,带着好奇心去接触客户。

8、不要说太多。

最初的销售拜访只是为了建立联系以及收集信息,如果你的嘴巴一直在动,你就无法实现这些目标。

9、不要只是听。

如果你没有在谈话中至少提供一点有价值的含量的话,客户会觉得你金玉其表、腹中空。

10、不要和客户争辩。

如果客户不同意一个重要的问

题,争辩只能让对方更加坚持自己的意见。相反,你应该问问客户为什么有这样的观点;然后仔细聆听对方的话。

11、不要谈论政治。

如果客户坚持谈论政治的话,你可以用这样的问题让谈话重回正题:“你觉得目前的局势对你的业务有什么影响?”

12、不要谈论宗教。

如果客户坚持谈论某些宗教观点,你可以表示你“愿意以后再讨论这个话题”,然后把话题拉回到业务上来。

13、不要说那些推销的陈词滥调。

确保你有东西可供推销,但是如果你太快开始推销的话,就容易碰壁。改进方法:在你推销之前,多提出一些问题了解对方需求。

14、要有产品知识。

客户不想一遍又一遍地听到“这个问题我以后打电话告诉你。”在会见客户之前,确保自己已经接受了足够的培训,了解了目前的产品和政策。

15、要有商业头脑。

客户希望你能够理解他们的商业模式、客户以及两者是如何适应客户所处的行业的。在会面之前就做好研究。

16、一定要记住客户的名字。

还有什么事情会比忘记了正在和你说话的人的名字更尴尬呢?在一个小的关系图中写下房间里每个人

从业者的这个年轻创业团队中的一员。今年 4 月,淘宝网发布的一份网购从业者生态环境报告显示,有 47.9% 的网店从业者每天工作超过 12 小时,10-12 小时的人占 24.9%。而近七成的客服认为,网购这行对自己的生活有巨大影响,主要在身体健康和休闲生活两方面。

“只知道要坚持,不知何时才到头”

随着成交量日益上升,韩娟的男友觉得,“这样下去,两人会先垮掉”,于是他们招了 4 名员工。此时,他们已经搬了两次家。从高升金典小区 40 平方米的公寓,到同小区 80 平方米的两房,现在搬到了湘府名邸 160 平方米的四房里。每天的包裹量也从十几个发展到现在的 100 多个,月成交额达到了 30 万元左右。

韩娟的网店已经升级到第二个阶段,最初的立足问题,转变成了发展问题。他们的工作生活状态也稳定下来,每天 8:00—24:00 是工作时间,共 16 小时。代价却是,“皮肤越来越差,黑眼圈越来越重,颈椎也不好,身子骨硬邦邦的。”

见到韩娟时,她一脸倦容。与记者聊天的间隙,她的眼睛盯着桌面,时不时发呆。这样的状态,与旺旺和 QQ 上那个让人感觉轻松、体贴、热情的客服妹妹完全不同。

“这么高强度的工作,你觉得自己能坚持多久?”“不知道,我只知道自己要坚持,熬过去日子就会好的。不过,现在看来,好像永远熬不完,不知道什么时候才算到头。”

“如果重新来过,你会做什么工作?”“我想去打工,每个月四五千块钱,够用就行了。”

一份对 74 名网店卖家做的健康调查显示,其中:颈椎异常 38 人,超过 50%;女性乳腺增生 37 人,占女性人数 94%;视力屈光不正 26 人,占 35%;慢性咽炎 21 人;血脂异常 19 人;脂肪肝 18 人;甲状腺异常 17 人。

(摘自《三湘都市报》)

街头的榛子店、土特产店、特色零食店等随处可见,看着不断的客流,看着很红火的生意,不少人可能也动心了——开个特产小店:将特产品经过筛选、包装之后,摆放在专柜中出售,既方便了顾客,又能提升档次,相比摊贩形式能卖出更高的价格……

据业内人士透露,虽说现在土特产品很受欢迎,消费群体较大,但要开这样的小店,还要有企业客户渠道,否则很难赚钱。

收购礼品是另类进货渠道

特产小店没企业渠道赚钱难

开店选址,一般要注意周围的人流量、交通状况以及周围居民和单位的情况,因为对于经营商铺来说,“客流”就是“钱流”,千万不要因为怕竞争而选在偏远地区。对于这一选址原则,开特产小店也一样要遵循。

此外,在选址的具体过程中,商铺的类型、针对的顾客群体,会最终决定店址的选择。据业内人士介绍,对于经营特产店而言,投资者需要选择在写字楼、办公区等企事业单位聚集的地方开店,主要原因是便于企业采购产品。对此,还有投资者表示,选择在此类地点开店,还有一点更为重要的原因是便于收购礼品,即从一些个人手中收购这些特产礼品,因为每年节假日之后,总有一些人手中大量的礼品无处“消化”,而回购这些礼品,价格相对较低。对于投资者而言,

将收购礼品作为一个另类进货渠道,可以有效提升销售利润,这也是这类小店赚钱的一个隐形渠道。

没有企业客户渠道难生存

据经营者王先生介绍,别看很多特产小店里平时也有不少光顾,可以吸引一部分消费者,但是由于产品种类繁多,单凭这些零散顾客,根本保证不了销量,多数时候要靠企业顾客带来大笔交易才行。所以,生意较好的特产店,八成顾客是企业顾客,多数是为了给客户送礼,或是发放员工福利。所以,王先生表示,如果投资者没有庞大的企业客户渠道,很难通过这个生意赚到钱。

王先生建议,投资者在经营特产店时,要下大力气做企业渠道,多方出击,用自己的产品和诚意打动对

方,找到了切入点,顺利达成合作,以后就不愁产品的销路了。

经营要立足于质量和特色

经营特产店一定要立足于特产的质量和特色。经营特产店多年的韩先生介绍说:“所谓特产店,就是要突出这个‘特’字。除了特产,别的不卖。当初自己开特产店的时候也是思前顾后,害怕自己的小店经营不好,害怕客户对自己经营的新疆特产不太感兴趣,自己在几个大超市和商场逛了一圈发现,这个项目是一个空白,和妻子合计之后感觉这个项目可以做。”

在解决货源供应问题后,韩先生的小店就开业了,经营 5 年来,他的生意一直不错,店里只销售新疆特产,如和田枣、库尔勒香梨、番茄酱、



博湖鱼等产品。他表示,自己不贪多,只做好自己的特色就够了,现在一些老客户只要是想买新疆特产,就奔他的小店。

此外,对于特产店而言,经营管理也需精细,诸如经营计划、特色产

品采购、开发、存量管理,乃至后勤的售后服务等方面,都与特色产品店的发展有着相当密切的关系。这些都是在经营的过程中需要留意的地方。

(摘自《时代商报》张秀杰文)