

地铁涨价了,销售只能小跑了?

时至年关,北京从2008年奥运会开始的低成本公交、地铁时代走向终结。过去一卡通充上100元能撑一个月,现在是不是感觉卡里的钱哗哗地就消失了?不过对于每天上下班坐公交的人来说还不是最惨的,最头疼的人群莫过于每天都在外面“跑路”的销售岗位的业务员,交通成本的急剧上升对他们而言是显而易见的。

张先生就是其中的一员,过去持续了5年的全民福利价格画上了终结符,谈到这一点,他就眉头紧锁,作为一名刚刚入行的销售工作人员,日常风吹日晒也都任在外面到处跑,一直以来,从来没有为交通成本担心过,因为北京的公交价格比全国任何一个城市都低很多,所以平时去拜访客户、扫街,虽然艰辛,收入也不高,但成本几乎可以忽略。“现在地铁、公交车涨价了,粗略算的话,出行费用会上升3-5倍,这就是一笔不得不盘算的账了。”

不仅仅是张先生,所有行业的销售人员都面临着出行成本抬升后的烦恼。当然,也有一些企业考虑到销售员工的积极性、稳定性,主动拿出一笔资金来补贴员工,冲抵交通出行成本的上涨带来的压力,甚至直接发放存了一定金额的公交一卡通给员工。但这也是羊毛出在羊身上的权宜之计,这部分成本也无形中加重了企业的负担。

事实上,对于中小企业而言,面临最大的问题就在于销售渠道单一,但销售成本还在不断攀升的矛盾之中,然而这一问题所导致



的后果往往是致命性的。数据显示,我国中小企业的平均寿命仅2.5年,而在美国这一数字为7年;我国每年倒闭的中小企业数量逐年递增,甚至达到了100万家这样的数量级。那么是否存在更好解决这一关乎生存问题的办法呢?实际上转换下思路就海阔天空了。在这一压力下,已经有一小部分企业开始转变销售思路,主动运用互联网思维拓展销售渠道,将传统的线下销售的工作作为一种补充,或者叫O2O模式,减少销售人员外出。比如一家中小企业以前一直用传统的线

下“扫街”的模式,依靠销售人员“上门拜访”的碰客户的方式,效果其实也不好。公交成本增加后,企业求变改变了策略,通过在百度等搜索引擎上投放一些关键词的广告,结果效果出乎意料,带来了一大批需求的订单,成本反而降低了很多,不到过去销售人员线下拓展成本的一半。

我们可以这样简单算笔账,假如某中型企业有销售人员200名,按照每名销售一天拜访3位客户计算,原本出行费用地铁加公交不足约8元左右,一个月22个工作日,约

180元,一个月的出行成本是36000元;出行涨价后,这一数字直接飙升至10万余元,然而这10万元出行成本加上销售职位本身的人员成本已经成为企业营销的巨大成本障碍。

然而,使用互联网思维运用搜索营销的企业,每一个“送上门”的客户都是切实的“准客户”,销售人员的拜访行为也更有针对性,获得更有保障的成单率。在以往的经验中,陕西咸阳市三原县的农户滞销苹果1500吨,对于马上进入严冬的天气,果农们焦急万分,这个时候百度推广通过其搜索引擎精准营销的特点,累计投入5247元推广费用,就达到了在短短11天内,接到咨询电话519通,吸引买家4000余人,将1285吨的滞销苹果销售一空。

实际上,这并非是非稀奇事,基于搜索引擎优势的百度推广每天通过捕捉用户搜索需求,发现潜在的商业机会,转化率相当高。但放在千万级的中小企业规模中,认识并使用了百度推广工具的企业仅占不到5%,此次公交出行成本上涨反而成了一个利好的因素,将许多未尝试搜索推广的企业推到了前面,却出现了“塞翁失马,焉知非福”的结果。

据张先生透露,现在不用每天都“扫街”了,利用一台电脑甚至是一部手机,就能轻松完成销售工作,只有重要的客户或必须线下沟通时才出门,相比以往的交通成本,费用还少了一大截,再也不用为交通费发愁了。

(驱动中国)

禹州市公路局 五项措施营造良好道路通行环境

河南省禹州市公路管理局为营造畅通和谐平安的公路通行环境,以开展“平安禹州”社会治安综合整治“百日会战”活动为载体,采取五项措施对所辖干线公路通行环境进行综合整治。一是开展道路安全拉网式排查工作,及时消除安全隐患;二是影响通行的道路路面病害进行规范处治有效提升道路通行舒适度;三是及时取销非公路标牌迁移、占道打水清除、占道集市贸易、车辆超限超载、车辆违法运输流散物等道路违法行为,净化道路通行环境;四是及时疏通桥梁、涵洞等排水系统,恢复缺损的沿线构造物,保持道路设施的经常处于良好的使用状态和完整性;五是及时补栽绿化苗木,营造“三季有花、四季常青”,宜人的道路通行环境。(魏振明 张国峰)



承德市众宝投资咨询有限公司 2014年理财客户联谊会圆满结束

2014年12月26日,初冬的承德市寒风料峭,而承德市德汇大酒店却暖意如春,热闹非凡,承德市众宝投资咨询有限公司2014年理财客户联谊会在此举行,客户代表、各界友好人士200余人参加了会议,整个会议热烈而隆重,在载歌载舞欢快的气氛中拉开了序幕,在晚宴答谢中结束。承德市众宝投资咨询有限公司属于阿凡提旗下承德地区区域加盟机构,专业从事民间理财,抵押贷款、质押贷款、担保贷款等民间融资咨询。公司拥有丰富的市场资源,高素质的人才队伍和科学完善的运营管理体系以及丰富的市场运作经验。

该公司自成立以来,在刘俊生总经理的带领下,始终本着“成人达己,成己达人”的服务原则,力争将公司建成为管理领先、规模领先、服务领先,具有较强的竞争力、影响力,可持续发展的投资型企业。业务办理中,阿凡提众宝投资公司始终秉持合法性、安全性、效益性的基本准则,坚持“不做高利贷、不做利滚利、不向客户承诺保底收益,不吸储不行使银行的职能”的四不原则,运作规范化,造作专业化,管理系统化,免除广大客户的后顾之忧,以专业专注的精神,为客户创造价值,与客户共同成长。(高彦庆)



《梦想星搭档2》首播引爆公益话题

梦之蓝品牌诉求快速传播

本报讯 自《梦之蓝·梦想星搭档2》在上周首播后,收视、人气双双爆棚,据数据统计显示,首期收视率达1.2亿,位列全国50个主要城市排名第三,网络点击量更是突破2亿人次,并位列新浪微博综艺话题榜第一。

据悉,音乐综艺类节目一直是国内各大卫视争夺周末收视率的“杀手锏”。此次《梦想星搭档2》首播表现不俗,主要得益于其差异化的节目定位,融歌唱比赛和公益慈善于一体,关注听障儿童这一特殊群体。

据了解,此次《梦想星搭档2》公益项目的口号是“叫醒耳朵一起唱”,强调“人人皆公益”的理念,为听障儿童传递温暖正能量。同时,明星与搭档们用音乐及歌声相互挑战、相互竞争,来争夺冠军宝座;现场“厮杀”所获得的“赞”数将实时折现成善款,一个“赞”折合

500元人民币,集齐10万元即可拯救一名听障儿童。

与上一期《梦想星搭档1》不同的是,本期引入了新生代人气偶像:曾在《古剑奇谭》中饰演大师兄而受到瞩目的陈伟霆登台现身,面对面为听障儿童送去浓浓爱意,引得现场粉丝惊叫连连。值得一提的是,陈伟霆还是洋河股份旗下“洋河1号”的形象代言人,这次又携手洋河梦之蓝品牌担任节目的“公益加油大使”,不能不说和洋河很有缘。

对于梦之蓝第二次冠名央视《梦想星搭档》,洋河股份相关负责人介绍,牵手《梦想星搭档》更多是为了梦想和公益,在责任企业、爱心明星的引导下,让越来越多的人关注公益慈善,关注听障儿童,关心那些需要帮助的孩子。(张逸尘)

周海江: 在“新常态”中构建发展“新格局”

刚刚落幕的中央经济工作会议指出,科学认识当前形势,准确研判未来走势,必须历史地、辩证地认识我国经济发展的阶段性特征,准确把握经济发展新常态。这是“新常态”一词首次出现在中央经济工作会议后的公报中。自2014年5月习近平首次提及新常态以来,这个词越来越多地出现在中央关于当前经济形势和政策的表述中。

就此问题,记者第一时间采访了江苏红豆集团总裁周海江。民营企业身处市场经济一线,正所谓“春江水暖鸭先知。”对于“经济新常态”,他们感受最直接、最深刻。怎样认识“经济新常态”?如何应对“经济新常态”?在“经济新常态”中如何发展?面对记者抛出的一连串问题,周海江向记者道出了红豆在“新常态”中构建的发展“新格局”。

周海江说,“经济新常态”是宏观表述,在具体经济活动中,投资、出口、消费等经济驱动要素,都会出现新变化、新问题、新挑战、新机遇。在经济新常态下,经济结构不断优化升级,从要素驱动、投资驱动转向创新驱动。消费需求、投资需求、生产需求、市场竞争、出口形势、产业方式、环境约束、风险积累、资源配置等都发生了明显变化。

面对这些具体的经济活动方式和行为变化,民营企业作为市场经济活动中最活跃元素,必须从构建企业发展格局的战略高度,以变求变、以变应变、以变求胜。周海江说,红豆一直在这样做,特别是近年来,红豆转型升级已经进入新的阶段,红豆的发展也已呈现新的格局。

传统产业向智慧企业转变

就在不久前,红豆获得虚拟运营商牌照,正式进入电信领域。目前获批移动转售业务的民营企业已达33家,其中,红豆集团是唯一一家传统纺织服装(制造业)企业。获得虚拟运营商牌照,是红豆从传统产业迈向智慧企业的关键一步。以“传统产业+互联网”的集团营运新模式为基础,红豆打造了中国纺织材料交易中心和红豆电子商务两个平台,目前还在建设工业园区内的“手机一卡通”项目,拟打造以考勤、门禁、会议签到、消费和支付为主体的“智慧园区”平台,为后续深化以移动转售和移动终端为入口的智慧红豆社区、红豆预付卡等新型平台商业模式打下基础。

周海江表示,红豆将在推进“两化融合”、打造“智慧企业”上大胆创新,先行先试,做前人未做之事,为企业融入工业互联网探索一条成功之路,也为行业“两化融合”发展树立可借鉴样板。

着力打造产融结合型企业

周海江说,梳理分析世界500强企业,我发现一个规律,是凡国际知名企业,尽管产业结构不同,但都有一个共同点,就是产融结合。红豆未来的目标是世界500强,所以,我们必须调整企业发展格局,在做强纺织服装、橡胶轮胎、生物医药和房地产四大产业,夯实实体经济的同时,大力发展金融产业,打造产融结合型企业,为此,红豆积极推进资产证券化,目前,

正在推进通用股份上市工作,还有柬埔寨公司上市,以及小贷公司新三板推进。周海江说,此次中央经济工作会议首次提及环境承载能力接近上限,意味着未来环境保护地位上升。这对红豆发展又是机遇,2014年11月18日,我们红豆集团下属的新三板企业红豆杉开启做市征程,首日大涨30.87%,收盘价为3.01元,当日成交金额77.8万元。红豆杉被誉为植物界的大熊猫,因其可提炼出抗癌活性物质——紫杉醇成为医药领域的宠儿。而除了药用价值外,红豆杉的生态价值也越来越受到人们关注。正是由于抗癌和“APEC蓝”概念兼备,红豆杉做市首日就大涨三成。周海江说。

此外,我们还大力推进“传统产业+互联网”的营运新模式。周海江说,我们已经联手全球第二大、欧洲最大在线零售商德国OTTO集团,力争搭建汇集国内外品牌服装的专业新平台;我们的互联网基金平台也正在建设当中;红豆通信则是我们着手打造的APP终端产品。我们有技术创新的优势,将这一优势嫁接到互联网,就转化成新优势。

掘进国际化“一带一路”西港特区的新机遇

作为中柬两国间的重要合作项目,西港特区以成为中柬友谊的使者为立足点,已对中柬经济社会产生了一定的影响。周海江说,此次中央经济工作会议指出,要重点实施“一带一路”、京津冀协同发展、长江经济带三大战略,争取2015年有个良好开局。

这又是我们的一次重大机遇。周海江告诉记者,2013年9月,习近平在访问哈萨克斯坦时提出构建“丝绸之路经济带”设想。同年10月,习近平又在出席APEC领导人非正式会议期间提出,中国愿同东盟国家加强海上合作,共同建设“21世纪海上丝绸之路”的倡议。

11月8日,习近平宣布,中国将出资400亿美元成立丝路基金。11月9日,在2014年APEC工商领导人峰会上,习近平表示,丝路基金将为“一带一路”沿线国基础设施建设、资源开发、产业合作等有关项目提供投融资支持。在此背景下,柬埔寨西港特区将面临巨大的发展机遇。由中柬两国企业共建的柬埔寨西港特区是为中国企业搭建的“投资东盟,辐射世界”的集群式投资贸易平台,自2008年奠基以来,在中柬两国领导人及双边政府的大力支持下,西港特区全力加快建设进度,现已成为发展较快的境外经贸合作区之一,引入了来自世界各地的企业62家,解决柬埔寨近1万个就业岗位。

周海江说,西港特区作为柬埔寨最大的经济特区以及最受洪森首相关注的经济特区,“一带一路”实施将使西港特区受益,我们也将以此为契机,加快发展速度,早日把西港特区建设成一个生态环境良好的现代化工业新城,一个投资环境优越的样板园区,一个充满活力的上市公司,入驻企业达300家,解决就业人数15万人,使之成为柬埔寨的“深圳”,进一步改善柬埔寨当地民生,促进当地经济社会的发展,为红豆国家化布局奠定坚实基础。

经济进入“新常态”,企业发展面临新挑战。周海江正在以变求变,以变应变,以变求胜,构建红豆未来发展“新格局”。(小可)



范冰冰华丽助阵 恒大冰泉开启“一瓶一码”营销模式

继前期在40个城市举办800场“快闪”活动,制造全城“围捕”“小码哥”话题等一系列造势后,2014年12月26日,恒大冰泉四城联动(广州、北京、成都、郑州)举行“一瓶一码”码上疯狂”启动仪式。恒大冰泉“一瓶一码”新包装正式亮相,进入溯源防伪时代。

四城联动体验“一瓶一码”

恒大冰泉代言人范冰冰出席了广州活动现场,与恒大集团副总裁刘永灼共同启动二维码,并现场示范扫码中得5元支付宝红包。

据了解,所谓“一瓶”,即一支恒大冰泉瓶;“一码”,即“一个专属的二维码”。笔者在调查后发现,恒大冰泉“二维码”防伪溯源技术的应用,开创了国内瓶装饮用水行业的先河。通过可追溯手段,从水源到生产信息,皆有迹可循,将每一瓶长白山天然矿泉水的诞生过程完全呈现在消费者眼前。

笔者在现场体验,用手机淘宝App扫描“二维码”之后,立即获取了该瓶恒大冰泉的唯一“身份信息”,包括产品名称、水源地、身份编号、生产批次、产品规格等。这些“身份信息”能够让消费者轻松辨别产品真伪、了解产品质量。

质量追溯及防伪系统全面启动

上市以来,恒大冰泉一直坚持以长白山为唯一水源地,每一瓶恒大冰泉均源于长白山原始森林中的天然深层矿泉,经过地下深层火山岩长期磨蚀、循环、吸附、溶滤,属珍贵的火山岩冷泉。据介绍,恒大冰泉厂区已全面启动“质量追溯及防伪系统”进行生产,基于二维码溯源技术,恒大冰泉将品质管控再升级。该二维码不仅是每瓶恒大冰泉的身份标识,同时也是一种能被智能手机识读的数据格式,结合手机应用与后台的服务,能达到产品质量追溯和防伪的功能。相关专业技术人员介绍,“二维码”质量追溯及防伪系统为每一瓶恒大冰泉附上唯一的、加密的二维码,具备严密的系统防伪功能,编码经加密后难以批量复制,结合后台的校验机制,具有传统防伪方式无法比拟的严密性和灵活性。

消费者使用手机扫描二维码后,页面就会显示“认购成功”并且自动识别认购的时间和地点,如果该二维码已经被扫码,再次扫描就会显示“本品已于XX时,在XX地被认购”信息,提醒消费者警惕假冒,从而实现产品的防伪功能。(李涛)