

用人要看他的忠诚度和可靠程度、归依企业的程度,希望能够跟企业结合一起的意向有多少,如果这三样东西都是对的,我们企业会给他非常大的机会去发展。做生意要记住:手头上永远要有一样产品是天塌下来你也能赚钱的。

长江实业集团有限公司董事局主席 李嘉诚



财富

星报商学院

营销如何才能“赢”——“营销打造企业未来之路”主题报告会

星报讯(实习生李金诚 记者邹传科)“现代企业在品牌战略和营销战略上要双管齐下。”由北大纵横管理咨询集团合伙人、营销实战专家赵桐担任主讲,主题为“营销打造企业未来之路”的报告,于近日在合肥市科技馆成功举办。

给消费者心灵打上烙印

赵讲师提出“现代企业的品牌建设最关键的是要在消费者心灵上打上一个烙印”。以沃尔沃定位于“安全”,奔驰定位于“身份高贵”,说明品牌定位战略的重要性,同时企业阐述在品牌定位上应该始终如一。要把营销体系与品牌协同起来,指出“品牌是营销的灵魂,是中国企业走向世界的必由之路,是企业发展的必由之路”。他并引用世界消费品百强企业中排名第一的可口可乐作为例证。

“3C”模型打造营销战略

“企业”、“客户”、“对手”三者构成“3C”战略模型。“企业在作总结时,要多谈客户,之后再谈你的竞争对手,了解他们的最新动态,最后才谈自己。”赵讲师阐述,营销是整个公司的引擎,并将“营销”二字解释为“经营”与“销售”,“经营”注重策略,而“销售”注重执行力。但是传统的营销模式注重的是执行力,而现代的营销模式应该更加重视的是客户方向,方向比执行力更重要。

团队建设贵在“赢”文化

赵讲师在团队建设中提出,企业的营销团队贵在“赢”文化,要打造出一支有战斗力的团队,并通过韦尔奇的三个问题:“你现在在市场上排第几位?在同一时间你的对手都在干什么?要赶超他们你该怎么做?”展现出团队文化中这种“赢”文化的重要性。

客户投诉提升企业转型

“你今天被客户投诉了吗?”“企业怎么教育员工去分享或看待客户的投诉,有询问客户需要投诉吗?”赵讲师通过IBM的大客户战略从产品向服务转型为例说明,在这种企业与客户的交流互动中,可以帮助企业实现业务提升和转型,并指出企业如何看待和处理客户投诉,是提升自身变革转型的重要契机。

“表”里如一很重要,好的时机也不能少 顶级“表痴”教你鉴表

16岁开始痴情钟表,从传家之宝开始收藏,方勇跟钟表结下不解之缘,20年间“炼”成钟表收藏顶级发烧友。是什么让他走上收藏之路?顶级发烧友眼里的顶级手表如何?本报记者专访合肥顶级钟表发烧友方勇。

实习生 陈晶 记者 宛月琴

他怎样“炼”成顶级发烧友?

“我收藏的第一块手表是爷爷的瑞士罗马表。”合肥钟表收藏顶级发烧友方勇侃侃而谈。“爷爷曾是蚌埠一家米行的老板,在当时家境比较殷实。”爷爷手上戴的那块表,也一直传到了方勇的手上。

“小时候爷爷常讲一些钟表的故事,让我对钟表产生了兴趣。”16岁那年,方勇就开

始学习拆装钟表,一直钻研到现在。虽然目前的职业是法律顾问,但20年来,他大部分业余时间都花在鉴赏和修理藏表上。

“钟表已经成为我生活中的一部分,收藏钟表能给我带来莫大快乐。”现在,他还买了专门修理钟表的仪器,有事没事都在“倒腾”钟表。

一块好表,“里子”非常重要

什么样的表才算好表呢?说起钟表,方勇总是滔滔不绝。他告诉记者,一块好表,好“里子”是品质的保证。比如说材质,很多手表就贵在表壳上,因为表壳是重金属打造的。最初是用铜,然后是钢,后来流行金表,最普遍的应该是18K金,而近几年出现铂金,它是目前材质最好的。

再比如说工艺,钟表是一个很特别的产品,它是全钢铁打造并由人工制作的,运行完全靠齿轮之间机械的转动。不管它有

多“老”,只要齿轮没坏,给它一上劲,指针马上就能转动。“正是因为其耐用恒久性,再加上独一无二的精致外观也大大提升了钟表的值。”

“此外,稀有性也是名表身份的重要体现。”在方勇眼里,几乎每一款名表的产量都不多,但是并非价值高的腕表价格都很高。如1957年产的帝驼2824,虽然它的价格只要两万元多,却因其“双重标志”收藏价值极高。

名表还需穿上“美丽外衣”

“当然,除了这些内在的因素之外,名表还需要穿上‘美丽外衣’。”方勇眼里的“美丽外衣”,首先就是“品牌”。“就算现在有一款不知名的手表,材质、工艺跟劳力士一样,但如果劳力士卖10万元那它只能卖到3000多。”总之,“品牌第一”。

除了品牌,品相也重要。品相就是看机芯的新旧程度和外观的磨损情况。品相好的手表,密封性、防水性都会很好。有些即使过了50年,外表看起来也依旧如新。“当然这也正是体现它收藏价值之所在了。”

“最后就是看推广和宣传了。”方勇认为,名表也需要宣传,很多品牌都会请名人来代言,“靠的是明星效应”。“表”里如一才称得上是一块真正的名表,但方勇觉得有时候还要靠一份“偶然”,“好表没遇上好的时机,那也不行。”



方勇展示的是和毛主席戴了一生的同款欧米茄手表。据说,毛主席当年到重庆签订“双十协定”时,临行前,郭沫若在机场送给他一块这款手表。后来那一块表陪伴了他一生,现藏于毛主席纪念馆。



这是中国本土的第一代手表——上海581。这还要追溯到1955年,当时的钟表行业集中在瑞士、法国、德国等地,所以毛主席下令,一定要在5年内生产出中国人自己的手表。于是,上海手表厂、天津海鸥厂和北京手表厂同时诞生。结果,1958年11月,上海手表厂抢先设计出中国第一代手表,并且生产出11块上海牌手表在全国试点。这一块就是那11块其中之一了。

安徽鑫诚集团招聘

公司副总经理 2名
研究生以上学历,年龄35—45岁,男女不限,年薪20—30万;
公司项目总经理 3名
研究生以上学历,年龄35—45岁,男女不限,年薪20—30万;公司部门经理 3名
大学本科学历,年龄30—45岁,男女不限,年薪12—15万;
公司部门副经理 3名
大学本科学历,年龄30—40岁,男女不限,年薪7—12万;
投资部(金融业) 6名
本科以上学历,年龄25—40岁,年薪5—7万;
工程部 土建工程师 6名
本科以上学历,年龄25—45岁,男女不限,年薪5—7万;
预算审计 6名
本科以上学历,年龄25—45岁,男女不限,年薪5—7万,从事本专业工作5年以上并有全国资质证书;
文秘 3名
本科(一本)以上学历,年龄20—30岁,年薪5万,要求女性,身高在1.65以上,有较强的写作、协调沟通能力,形象气质较好
联系电话:0554-2681966
安徽鑫诚集团

星空社区 www.xkso.net 中国民生银行 合肥分行 献给合肥这座城市的菁英——

合肥市首届腕尚文化节

腕尚

- 名表鉴赏
- 名流交流会·红酒品鉴会
- 私人财富增值新方向·新服务

8月15日 元一高尔夫 名表鉴赏会

参与热线: 0551-5223918

(此次活动仅请各举办单位邀请的贵宾参加) 主办方享有最终解释权

主办方: 市场星报 中国民生银行 合肥分行 承办方: 星空社区 万科金牌讲师
协办方: 印象合肥 亿美法红 全程赞助品牌: TISSOT ENICAR

