

财富



做企业,第一阶段你要跑得很快,才能超过别人。后来是长途跋涉,肯定要保持耐力,你就需要有很多系统和标准来保持这个企业的持续力。营销有三个阶段:“包装”营销;“炒作”营销;“关系”营销。第一步让产品变成品牌;第二步让品牌成为新闻事件;第三步让消费者与我们的关系成为品牌忠实者与品牌的关系。上海美特斯邦威股份有限公司董事长 周成建

客户是企业的外部客户,员工是企业的内部客户 有“暖心”的企业才能“升温”

星报·商学院

“传统的人力资源管理系统中,是以‘事’为核心的体系,‘人’是为事而存在。而战略人力资源管理系统中,更加强调以人为本的管理理念。”就在前不久,美国国际行动学习研究院亚太区教育总监许·安东尼博士在合肥科技馆做的演讲中还在强调企业要突出做“人”的文化。他点评沃尔玛能够成功的十大原则,其中有六条说到了与员工的关系,宝洁公司成功的一大原因是做“人”的企业文化。

美国加利福尼亚的哈理逊纺织公司和中国的聚龙集团广东非常小器有限公司正是在做“人”的企业文化环境中取得了巨大成功,中外两家企业的成功或许会给一些公司带来管理的启迪。

记者 邹传科/整理

外 奇迹是工人们创造的

1993年,正当经济危机在美国蔓延的时候,加利福尼亚的哈理逊纺织公司因一场大火化为灰烬。

3000名员工悲伤地回到家里,等待着失业来临之时,却接到了董事会办公室的一封信:向全公司员工继续支薪一个月。员工们深感受,惊喜万分,纷纷打电话或写信向董事长亚伦·傅斯表示感谢。一个

月后,正当他们为下个月的生活发愁时,他们又接到董事会办公室发来的第二封信,董事长宣布,再支付全体员工薪酬一个月。这时,员工们接到信后,不再是意外和惊喜,而是热泪盈眶。第二天他们纷纷拥向公司,自发地清理废墟、联络中断了的货源。接着,员工们使出浑身的解数,日夜不停地卖力工作。三个月后,哈理逊公司又重

新运转了起来。这时,劝亚伦·傅斯领取保险公司赔款一走了之的批评他感情用事、缺乏商业精神的人开始服输。后来,哈理逊公司成为美国最大的纺织公司,分公司遍布五大洲的60多个国家。

这不能不说是一个奇迹。这个奇迹是工人们创造的,是被感动而又充满热情、忘我工作的工人们创造的。

中 大器的“爱心委员会”

聚龙集团广东非常小器有限公司有一个爱心委员会,哪个员工住院了,总有员工在他的病床前看护。一位员工母亲去世,公司员工自发赠送慰问金。公司为其及时购买机票、老总亲自写一封慰问信并安排好工作。公司逢年过节就给员工家人寄去节日的问候,还进行异地宴请等活动,让员工

的家人也融入公司这个大家庭。有的员工想跑到别的企业去做,父母得知后,便把人重新“押”回公司上班。尽管广东经常闹技工荒,但是他们的企业不缺。现在“非常小器”已是全球最大的美甲用品生产基地、中国指甲钳研发制造中心,其生产的“圣雅伦”指甲钳连续六年被评为行业中国第一

品牌,占据“中国第一,世界第三”地位,产品远销160多个国家和地区,年销售额达到1.6亿元。

“非常小器”体现的是一种非常大器的人文关怀,也是企业文化的一种表现,使企业与员工的关系非常融洽,培养和巩固了员工对企业的忠诚。

点评

美国著名的管理学家托马斯·彼得斯曾大声疾呼:一边歧视和贬低你的员工,

一边又期待他们去关心产量和不断提高产品质量,无异于白日做梦!而美国奥辛顿工业公司的总裁曾提出一条“黄金法则”:关爱你的客户,关爱你的员工,那么

市场就会对你倍加关爱。客户是企业的外部客户,员工是企业的内部客户,只有兼顾内外,不顾此失彼,企业才能获得最终的成功。

杂志铺 与卓越、当当抢跑道

低折扣的价格让你恨不得马上把它们抱回家,种类极其丰富,一般通过快递“自动”到你家,而这一切,只要点击鼠标即可完成。从外表看,这家叫做杂志铺的网站干的事儿与卓越网、当当网没啥区别,不过,只要你稍加留心,便不难发现它们的“名副其实”:网上卖书不假,

只不过它们切入的是一个更为细分的领域——杂志。

去年9月,一位成都的大学生创办了这个网站。如今,它每月的销售额达400万元。

▲ “瘦”版当当网

《瑞丽》7.5折、《读者》7折,一些过期杂志1折……打开杂志铺的网页,几乎能看到当前市面上销售的所有杂志,只不过它们的价格似乎更诱人。

通过互联网平台,销售低折扣杂志,杂志铺的运作模式类似一个“瘦”版的当当网:专注于杂志订阅的折扣网。

蒋中超是这家网站的创办人。去年,

的一条新渠道,而对网站自身来说,更多的合作伙伴意味着品类齐全带来好的用户黏性,会员的聚集效应又会增加自己与上游供货商的谈判砝码。

“网站的系统都是自己开发的,既保证运营自动化,又节约成本。”他介绍说,网站的盈利途径除了杂志差价,还有为投资方的一些联动电子商务公司做营销广告的收入。此外,为了保证用户网购体验,不出现掉刊、漏刊等问题,蒋中超对物流的解决方案是自建物流加外包物流相结合的方式。

目前,杂志铺累积的会员达20多万。现在一个月完成的销量额能达400万元。

▲ 延伸新利基

从当当网身上,我们很容易看到它近年对新业务的积极拓展,最初它深耕图书市场。可是,它面临的境况也很尴尬,仅靠卖书,盈利难。于是,它近年上马了百货等其他产品线。

杂志铺难道不担心出现前辈的矛盾?

“对我们来说,活下去比怎么活更重要。”蒋中超说,其实目前杂志铺的身后有很多模仿者。面对竞争对手,他坦承“自己不是担心,是感觉到压力”。他说,因为电子商务是规模聚首效应,所有的资源都会倾向行业的前三名,所有的客户也只会记得前面的,甚至是第一名,所

以杂志铺必须加倍努力,把进入门槛设置得更高。

事实上,杂志铺也正酝酿自己的新利基,保持用户黏性。

比如针对不同行业定制订阅套餐。不同行业的读者有不同订阅需求,而杂志铺会根据读者所处行业提供定制订阅组合,推荐具有针对性的杂志目录等服务。

▲ 搞定上游供货商

由于国家政策鼓励大学生创业,蒋中超得到了不少“照顾”。不过,他遇到的困难更多。应该说,最让蒋中超头痛的,莫过于寻找上游供货商。

“很多杂志社采取的是代理模式,不会直接和我们合作。”他说,即便供货商单独为杂志铺开一个渠道从代理商手里拿货,但拿货不稳定、折扣高等问题也很突出。今年1月,蒋中超参加北京书博会时,几乎没有找到合作的杂志社。

他的好运气在4月份的成都书博会。当时,杂志社和现代传播联合在书博会上搞了一个大展位,得到了很多杂志社的认同的同时,终于换得了一张张的合作合同。“我觉得杂志铺首先要把用户做好,把交易量做起来,再去跟上游杂志社谈的时候,就有主动权了。”

据《南方都市报》报道



制图 方倩

赛博数码情系舟曲灾区

大灾无情,人间有爱。2010年10月29日,赛博希望工程舟曲助学捐赠及电脑教室落成剪彩仪式在舟曲县城关第一小学操

场举行。

赛博数码广场执行长朱家义现场向中国青少年发展基金会正式递交了捐赠物资,此次共同发起的助学行动包括为舟曲城关小学捐建“赛博·希望工程电脑教室”

所需的共100台电脑设备;同时,中国青少年发展基金会授权赛博数码广场在其覆盖的全国34家数码卖场开展为期一个月的募捐义卖活动,募集了善款共计人民币50万元,将全部用于舟曲因灾害家庭困难的新

入学大学生及因灾致贫的中小学生们,还将在旗下的数码卖场所覆盖的城市为舟曲今年新入学的贫困大学生提供勤工俭学的工作岗位,努力把赛博公益事业一直完善的延续下去。