

总裁论道 ZONGCAILUNDAO

经营案例 JINGYINGANLI

贩卖记忆的酸奶

近几年的快消品市场,坚持差异化营销已让各大品牌使出浑身解数,于是,常常会看到一些营销者把重点转移到产品情感诉求上,其实,这也并非什么新鲜事儿,新希望乳业城市记忆酸奶早已深谙其道,开始了消费者情感诉求的满足。

“成都记忆”瓶标上的“生活在这座城,才知道幸福原来是可以挥霍的。”把城市特点表现得入木三分,引发本地消费者的情感共鸣,在口感、品牌都无可厚非的条件下,消费者更愿意选择这样能炫耀幸福的产品。

“中国记忆”更像是一款互联网产品,无论是黄太吉、褚橙,消费者认可的更多是产品背后的精神属性,相信如同市场反响那样,记忆酸奶系列卖的已不是产品,而是情怀。粉丝不是企业的兜售对象,而是企业的传播者,新希望乳业联合网易发起的“热词评选”活动,即是一种让粉丝充分参与,众智众创的过程,最终把评选出的热词印上“中国记忆”瓶标,完成产品的更新换代,事件本身就具有广泛传播性。

点评:当物质不再匮乏,情感的诉求就变得越来越有“市场”。做情感营销,企业本身要有情怀,创造“魅力产品”,营造“情感品牌”,进行“友好营销”。

如何击破消费者的理性,俘虜他们的情感,让他们对品牌“一见钟情”、“一往情深”,然后,“一掷千金”?恐怕是企业要掌握的必杀绝技。

喝一杯新希望的酸奶,你会明白,情感营销将成为这个时代最有效和最持久的营销战略。

综合《华西都市报》

纸上MBA | ZHISHANGMBA

调整风格
管理你“不喜欢”的员工

有一个事实,就是你不能让所有人都喜欢你,同时,你也不可能喜欢所有的人。工作上,我们势必就会遇到我们不喜欢的人。但如果你是管理者,团队中有你不喜欢的人,那么你会如何呢?

一个方法是让他们走人,但是如果他们证实了自己的价值,你就需要用理智来调整你的管理风格,你团队的生产力也因此有改变。

最近理查德·费莱尼分享了几种方法,帮助你和你讨厌的员工建立一种更好的工作关系。

接受一个事实,你不必和你所有的员工都是朋友。

明白业务和你个人生活的界限,在你和向你汇报的人之间保持一些情感距离是确实有帮助的。正如斯坦福大学教授罗伯特·萨顿告诉《哈佛商业评论》,“从一个绩效的角度,喜欢你所管理的人太多比较少喜欢他们的问题更大。”一些摩擦甚至会让你的团队重新思考它的作用方式。

他们为什么让你讨厌?是因为他们的交流方式让你发怒吗?他们是过于强势,或者非常不强势?一旦你确定什么让他们如此让你不满,你会明白如何正确地管理他们。有一点很重要,就是记住你不能改变员工的言行,但是你可以改变你面对他们个性的方式。

对他们保持主动。员工都希望老板喜欢他们。和员工保持一种专业的、热诚的关系,哪怕是最烦人的团队成员。这会有助于让你的关注点在你前面的任务上,也会有助防止未来的冲突。

定睛在他们如何让团队获益上。如果你已经了解这个员工是足够有才能,可以留下来,那么就专注于什么会让他们更有价值,而非他们会是多么烦人上。

别让情绪阻碍你的领导力。别让他们令人讨厌的习惯影响你对待他们的方式,或者评估他们的工作。

观察其他人怎么对待他们的。看看办公室的其他人如何对付这个员工的。因为你特别的沟通方式,你也许会意识到你正在和他们产生冲突。接下来,你可以做相应地调整。◎周安利

马云谈阿里巴巴和亚马逊的区别:

阿里巴巴 是一种生活方式



北京时间6月10日凌晨,阿里巴巴董事局主席马云受邀出席著名的纽约经济俱乐部,面向800位商界领袖发表主题演讲,阐释阿里巴巴集团的历史、使命以及发展愿景等。

马云在演讲上首先讲述阿里巴巴集团创业初期的艰辛,他向与会嘉宾介绍,取名 Alibaba(阿里巴巴),除了因为这个名字容易记住外,还因为中国电子商务市场需要“芝麻开门”,中小企业能够得到帮助和希望。

“阿里巴巴给世界带来的改变不仅仅是财富,更是关于梦想。不是科技改变了世界,而是人们和梦想改变了世界。”马云表示。

据介绍,每天有数百万商家在阿里巴巴平台上进行买卖。阿里巴巴和亚马逊的区别在于,亚马逊至今以自己买自己卖为主,阿里巴巴提供的是一个交易平台;阿里巴巴没有自己的快递员,但有很多物流合作伙伴,在阿里巴巴零售平台上,每天有超过200万的快递员将3000万个包裹发往世界各地;阿里巴巴也没有商品库存,但每天多达上亿的买家登录阿里平台购买商品。

“阿里巴巴和亚马逊的区别是,亚马逊是一个购物网站,人们知道要什么买什么;阿里巴巴则是一种生活方式,人们买到的是惊喜和体验。”马云说。

马云在演讲中重申了5月7日自己致全体员工邮件中提出的未来五年公司愿景:五年内即2020年前,阿里巴巴将成为世界上第一个平台销售过一亿美元的公司。当天,阿里巴巴集团公布2015年第一季度财报数据显示,中国零售平台(淘宝、天猫、聚划算)成交额为6001亿元人民币,同比增长40%。

6月9日,《华尔街日报》刊登题为《中国将成为美国中小企业的下一个希望》的马云署名文章。马云强调,阿里巴巴将会致力于为美国企业打开中国市场,让即便是最小的美国企业也能触及中国消费者。◎子昕

热点观察 REDIANGUANCHA

银行业如何应对 牛市市况下的 存款搬家

随着股市冲上5000点,银行存款流失现象越发严峻。据报道,目前银行业开始出现降薪现象,不少银行调整薪酬任务考核指标,员工工资减少,部分分支机构人员流失甚至高达50%。

应该说,牛市行情尤其是近一段时期的“疯牛”状态,对银行业确实带来巨大影响。但要客观地看到,这种影响不全是负面的,银行机构不必过分自卑和害怕,社会各界也没必要就此看空银行。

严格说来,牛市应该是把“双刃剑”,既给银行带来有利因素,也会带来不利冲击,这是再正常不过的辩证逻辑。

从目前看,牛市对银行的影响大致处于利弊对半开的状态。其中有利之处在于四个方面:一是带来了中间业务收入增长。比如招商银行一季度实现财富管理手续费及佣金收入64.11亿元,同比增长82.6%。

二是加大了理财产品发行力度,推高了理财产品收益率。今年一季度,招行、平安、农行、光大等各类和股市有关的结构化理财产品最高收益率达到了11%,其余大部分都超过了8%。

三是为银行富余资金提供了更广阔的运用通道。公开资料显示,通过结构化理财配资、高净值客户及机构配资、伞形信托配资、股权质押融资等渠道,银行自有资金及理财资金入市规模超过3万亿元。

四是牛市拓宽了地方政府资金来源,增强了地方政府融资能力,为化解地方政府债务危机奠定了基础,由此可以避免银行出现大量坏账,同样也大大减少了房地产市场崩盘的危险。

但在另一方面,牛市的繁荣对银行经营也带来了不利冲击,表现在三个方面:一是颠覆了传统融资格局,二是分流了储蓄存款,三是银行信贷资金通过不少暗道流入股市。总的来说,银行对牛市来临不宜惊慌失措,应正确把握正反两方面影响,因势利导,扬长避短,最大限度地争取经营主动权。

首先,要加快股份制步伐,对现有股份进行再改造,吸纳民资进入,扩充资本势力,增强经营抗风险能力。同时,加快经营转型,争取混合经营牌照,由存贷款和中间理财业务为主向证券、保险等多金融功能的“金融百货公司”方向转型,充分分享资本市场改革红利和财富增值效应,随牛市而使经营盈利不断增长,摆脱不利经营困境。

其次,加快互联网金融布局,引进互联网金融产品创新型人才,大力开发中间业务产品和投资理财产品,进一步拓宽有效金融服务社会的辐射面,提升金融服务档次和层次。同时,对现有网点机构进行科学合理布局,压缩非业务性支出,降低经营成本,增强盈利能力。

再次,合理调整信贷经营策略,科学配置信贷产品组合,调整业绩考核方式,做到短、中、长信贷规模期限搭配合理,发展低资本市场业务,减少资金运用压力,最终消除存款分流带来的不利影响。

◎莫开伟