直銷制勝法典秘笈之廿二

創業大趨勢交互式合作

如果說普通人創業的最大挑戰是缺乏資金和經驗的話，在直銷這個行業，這兩個都構不成障礙。這個行業不需要大量的資金投入，這個行業累積了無數成功人士幾十年的經驗，無需自己從頭探索；只要願意學習，這個行業有的是人願意教你。

從工業化的時代進入到信息化時代的轉變，已經對我們生活的方方面面都產生了很大的影響。以美國爲例，自1989年到現在，在美國，已經有3600萬個工作崗位消失了，很多行業，已經永遠的消失了。隨著科學技術的不斷發展，這種現象也已經影響到世界上許多國家，我們將處在一個無固定化職業的社會。人類現有的絕大多數職業，再過20年，將永遠地在這個地球上消失。失業和倒閉將是二十一世紀最時髦的名詞。

回顧歷史。人類每當經過一次重大變革時，總是舊的機會在消失，同時也預示著新的機會在產生。只有那些有先見之明的人，才能緊緊的抓住這些機會，從而走向成功。而那些抱著舊觀念不放的人，會逐漸被這個社會所淘汰。

目前，個人創業已經成爲一個趨勢。二十世紀90年代美國每天大約有8000個家庭開創個人事業，但90%的個人生意不到5年就會走向破產。個人創業之所以成功率不高，主要有兩個原因：第一個原因是多數創業者缺少經驗。它最典型的表現就是人們在創業之前就選錯了行業。第二個原因，就是經營者缺少精力。要搞好一個企業，至少需要7個環節的有效運營，這7個環節簡稱爲：人、財、物、進、銷、存、產。現實中沒有多少人能有能力和長時間做好上述這些事情。

在二十世紀40年代中期，美國延生了一個行業：爲普通消費者、平民百姓提供一個低風險、易得到、公平合理的創業機會。這個行業將流通環節的利潤做了重新分配：製造商把在中間環節和廣告方面節省下來的錢作爲獎金發放給他的消費者。這種合作方式被專家稱爲“交互式合作。”－－也就是通常所說的直銷。

根據世界直銷協會資料顯示，過去十年美國直銷業營業額已倍增至近300億美元，全球營業額更達至1000億美元。美國著名暢銷書籍《2000大趨勢》曾預言直銷將成爲21世紀行銷的主流。根據華爾街日報預測，全球將有百分之五十至六十的產品會經由直銷方式銷售。

著名暢銷書籍《商業聯繫》（Business Connection）曾指出在美國五十萬名百萬富翁中，占百分之二十來自直銷行業。根據世界直銷業協會估計，現時有近1400萬美國人參與直銷業，而全球更超過了3，400萬人參與直銷，而全球每星期約有15萬人加入行銷行列。

可以說，直銷誕生50多年來，已成爲全球最適合普通人創業的一種方式。

作者：胡國安（香港綠之韻國際集團董事長、世界傑出華商協會中國總商會副會長）

如何將展會上的准客戶變成眞買家

在一次參展活動中，展會上的展出只是企業經營，營銷工作的開始，在展出之後，往往有更多的工作需要做，這些工作對於參展而言，可以稱作“後續工作”。

展覽後續工作的主要內容是鞏固，發展客戶關係，推銷產品和服務，洽談貿易，簽訂成交合同。如果說，展覽相當於“播種”，建立新的客戶關係，那麼後續工作則相當於“耕耘”和“收穫”，是將新的關係發展成爲實際的客戶關係的重要環節。

一、致謝

展覽會一閉幕，就應抓緊時間向提供幫助的單位和人員致謝。最好是展臺經理親自致謝。對於最重要的人，可以登門致謝甚至通過宴請表示謝意其次可以打電話致謝。如果沒有時間親自向每一個有關人員和單位致謝，至少要向主要的人員和單位致謝，並儘快給不能親自致謝的人員和單位發函致謝。致謝與付款的道理一樣，接受貨物和服務需要付款，接受幫助和支持需要致謝，即使不準備再次參展，也要對給予幫助和支持的人表示感謝。

致謝應作爲展後例行工作之一。致謝不僅是一種禮節，而且對建立良好的關係有促進作用。如果在感謝信上就接待時一些問題發揮一下，感謝效果會更好，因爲這已不是一般交流，而是比較近，比較深的交流方式，能表現出對參觀者的重視。

對參觀展臺的客戶，不論是現有客戶還是潛在客戶，都發函致謝，感謝客戶參觀展臺。這是一項比較大的工作，可以在展覽會未結束之前就開始做。

二、宣傳

如果展出效果好，可以舉行記者招待會或發新聞，將有關情況提供給展覽會和新聞界，進一步擴大展出影響。在正常情況下，也應將展覽會上的相關新聞稿，提供給媒體。很多參展企業不重視展覽會後的宣傳，而重視展前宣傳，其實，展覽之後的宣傳可以獲得比較突出的宣傳效果，加強參觀者的印象。

三、確立貿易關係

在展覽會閉幕之後和離開展出地之前，可以抓緊時間訪問展出地的關鍵新客戶。每個買主在展覽會上都會與許多參展企業建立聯繫，但是只會與少數企業建立實際的貿易關係。這一方面依賴於產品，價格等條件，另一方面依賴於工作效率和質量，要搶在競爭對手之前鞏固與新客戶的關係，誰的工作做的好，誰就可以爭取到新客戶。對於接近談成的項目，也要抓緊繼續洽談，爭取離開展出地之前簽約，否則，未談完的項目隨時可能變卦。華竟，市場充滿變數，時機不等人。

四、準備下一屆展出

展出效果好，參展企業可能希望繼續參展，如果這樣，可以與展覽會組織者初步接觸，商洽，早提出申請有一些優勢展覽會組織者更容易熟悉參展企業，參展企業有機會優先挑選場地位置，組織者可能在其新聞稿中提及最先申請的公司，這也是公司擴大影響的機會。

五、更新客戶名單

在市場經濟環境下，客戶是公司生存發展的重要因素，其一般分爲兩類:現有客戶和潛在客戶。在信息發達的市場，搜集編制所有的客戶名單並不是一件難事，而且，營銷工作做的好的公司多有完整的客戶名單。所有客戶都應當是公司爭取建立關係的對象。現有客戶是有實際貿易關係的客戶，要保持，鞏固，發展與這些客戶的關係，展覽工作也多負有這一任務。同時，現有客戶也有被競爭對手挖走的可能。潛在客戶是還沒有貿易關係，但是通過努力有可能成爲客戶的公司或機構。接觸潛在客戶，發展和潛在客戶的關係是展覽會工作和展覽後續工作的重要和主要任務。

通過展覽會期間的接觸，以及展覽會之後的後續鞏固和發展工作，一些潛在客戶能成爲實際客戶，但與此同時，也有可能失去一些現有客戶。公司客戶的名單可能會有所變化，因此，要編制，調整，更新客戶名單，並根據名單的變化分析，發現和調整對客戶工作的方向和投入，調整宣傳，廣告，公關，展覽工作的重點和方式。

六、發展客戶關係

貿易展覽的重要任務是發展客戶關係，包括鞏固現有客戶的關係和發展潛在客戶的關係，尤其是後者。潛在客戶往往意味著公司的未來發展希望，但是由於展覽會時間短，客戶多，展覽接待工作大多是盡可能多地接觸和認識客戶，展覽會期間的客戶工作應重數量，而展覽會之後的客戶工作則應重質量，既要加深與客戶的相互瞭解，建立相互信任關係，將認識關係發展成夥伴關係和買賣關係。

七、促進貿易成交

推銷產品和服務，洽談簽訂合同是展覽的最終目的。在展覽會期間，向現有客戶推銷老產品和服務可以比較迅速，可能在展覽會期間簽約。但是，向現有客戶推銷新產品和服務，向潛在客戶推銷任何產品和服務，並進行貿易洽談都可能比較費時，可能需要在展覽會之後繼續努力。

展覽後續工作的主要內容之一是將已開始的貿易談判續下去並爭取簽約成交，或者向已顯示出購買興趣的客戶繼續做工作，引導其購買意向，並爭取洽談成交。展覽後續工作的注意事項。

八、時效性

美國的兩項調查表示，如果在展覽會閉幕後繼續與新建立關係的客戶聯繫，參展企業的銷售額可以多2/3。因此，美國著名展覽專家艾倫．可諾派奇博士（Allen．Konopachiph)建議展出者將預算的百分之15%-20%用於後續宣傳和後續工作，並在展覽準備時就計劃後續工作，而不是在展覽會閉幕後才考慮這工作。後續工作可以安排長至12個月。

要明確負責後續工作的部門和人。一般情況下，展覽部門不負責展覽後續工作，而由銷售，技術部門負責。另外，還要分清代理，子公司和總公司之間的責任。

源自：中國會展網

2008中國國際電玩展覽會將于下周在上海舉行

【本報上海消息】2008中國國際電玩展覽會將於7月11日至12日在上海國際展覽中心舉行，主辦單位包括中國國際貿易促進委員會上海浦東分會、中國國際商會上海浦東分會、上海浦東國際展覽公司、中國電子娛樂行業協會、中國休閒娛樂企業聯合會、菲德烈斯哈芬展覽（香港）有限公司。

作爲世界第一人口大國的中國，電玩市場卻剛剛起步！據調查，中國目前有超過3億的遊戲玩家群體，有超過5億的可開發群體。特別是在中國一些二級以下的中小城市，電玩業的市場還很不完善。在經營理念、貨源渠道、進貨方式等方面都存在很大的問題，大多數電玩店的經營流于傳統化和保守化，根本無法與國際電玩市場的經營接軌，遠遠無法滿足廣大電玩愛好者的需求。

隨著產品的不斷推陳出新，遊戲及遊戲設備方面也湧現出網絡遊戲、手機遊戲、單機遊戲、家用遊戲機、掌上遊戲機等。大型遊戲機作爲最早出現的電子娛樂產品，現在結合了最新科技和工業成果，並集智力、娛樂、休閒和健身等諸多特點於一身，在全球娛樂市場中佔有相當大的份額，是一個十分具有前景的大型產業。該產業不但在社會經濟發展中佔有越來越顯著的地位，更向大衆提供了閒暇之余充分享受生活的休閒娛樂方式。

上海，不僅擁有悠久的歷史和文化底蘊，還充滿著蓬勃的現代朝氣，吸引了電玩強國日韓美等國的爭相登陸。上海對中國經濟的龍頭作用帶動上海周邊地區及整個中國經濟的迅速發展。本屆展覽會將充分借助上海輻射作用，集中展示國內外相關企業新技術、新產品，增進國內外同行的交流，並爲中外廠商提供良好的商機，爲業內企業及海內外同行搭建一個科技交流、合作發展及市場拓展的有效平臺。

根據主辦單位的介紹，側重於海外推廣，全面建立同國際權威媒體和經銷商協會的聯繫，及時發佈展會信息和產品信息彙編，並爲海外買家提供人性化的參觀和貿易商洽服務。展示行業發展趨勢的主流精品，形成品牌團簇、強強聯動效應，取得更爲深遠的行業影響力及更爲良好的展貿效果。在展會期間將邀請國內外資深專家學者出席論壇並作專題報告，展覽會期間各企業也可申請舉辦高級研討會暨新產品新技術發佈會。

中國全面檢查直銷市場

【中新社北京電】國家工商總局今晚發出通知，要求各地工商機關對直銷市場經營活動進行一次全面檢查。中國工商總局要求自今年六月至九月，對直銷市場的經營活動開展一次全面檢查，摸清直銷市場狀況，掌握直銷企業經營活動情況，發現問題，採取切實措施強化企業的責任意識和規範化管理，教育銷售人員除伍知法、守法，營造健康有序的直銷市場環境。國家工商總局指出，《直銷管理條例》實施以來，工作穩步推進。但直銷市場仍處於初創階段，直銷企業違規情況時有發生。規範直銷行爲、維護直銷市場秩序是工商機關面臨的新任務。當前要進一步強化企業守法經營的意識，落實各項監管工作，確保北京奧運會安全順利舉辦。通知明確，此次檢查的重點是檢查其經營管理制度是否符合有關規定，是否存在招募在校學生爲直銷員、店鋪雇傭直銷員或以店鋪爲核心的團隊計酬、未經批准開展直銷、披露信息不完整準確、不按規定辦理退換貨等問題，以及服務網點功能、培訓主體或培訓內容方面不符合規定等情況。通知強調，對擅自從事直銷或打著直銷等旗號從事傳銷活動的其他企業嚴懲不怠。

記者：劉長忠

香港夏季採購展吸引逾600家參展商

【新華社信息香港電】涵蓋禮品、家庭用品和玩具業的香港夏季採購展2日在香港會議展覽中心揭幕，吸引來自17個不同國家和地區的600多家廠商參展。

主辦展覽的香港貿易發展局，這次展覽設立了9個產品專區，分別是時尚首飾、餐廚廚、歡樂遊園、禮品坊、時尚家居、品味居室、女士天地以及今年新增加的家居科技和宜傳贈品專區。此外，“卓萃廊”展示優質品牌產品，突顯產品的設計創意和工藝展覽期間將舉行一系列研討會，討論產品潮流及市場趨勢、產品安全指引、信貸風險等。

夏季採購展展覽咨詢委員會主席林健峰說，市場對新產品需求越來越大，潮流不斷更新，產品週期也越來越短。夏季採購展在過去幾年迅速發展，集合最新款式的產品，爲買家提供採購年底節慶產品的機會。一連4天的禮品、家庭用品和玩具展也是採購亞洲產品的最佳平臺。

今年的展覽參展商分佈遍及五大洲，其中包括首次參展的英國和秘魯廠商。香港貿發局組織了80個買家團，其中包括來自阿拉伯聯合酋長國、俄羅斯、日本、澳大利亞等地的買家。

這次展覽又稱香港禮品、家庭用品和玩具展，展期爲7月2日至5日。

瀋陽汽博會7月8日開幕

第七屆中國瀋陽國際汽車工業博覽會將於2008年7月8日至7月13日在瀋陽國際會展中心舉行，該展會是中國商務部唯一指定的“中國北方汽車展”（Auto North China）。

十年磨一劍。從1999到2008年，瀋陽汽博會迎來了“十年大展”。

值此展會進展的最後亦是最關鍵的時期，太平洋汽車網記者獨家採訪了大會組委會的總負責人兼總指揮張林楓女士。

記者：本屆瀋陽汽博會有哪些特殊的歷史意義？

張總：是的，我們的展會創始於1999年，那年是第一屆，發展到2008年的本屆展會正好是第十年，因此今年是瀋陽汽博會十年大展，規模上可以說是歷屆之最。

記者：請您介紹一下本屆汽博會的規模。

張總：本屆展會展出面積超過9萬平方米，共八大主題館，幾乎涵蓋了我們國家所有主流非主流的汽車品牌，是從1999年汽車展會創辦至今規模最大的一屆。相信本屆展會絕對是一場汽車的盛宴、百姓的節日。

記者：那麼今年較往屆展會相比，今年的展會有什麼亮點呈現給觀衆呢？

張總：2008年有多個特殊歷史意義，今年既是奧運年，也是體現我們國人團結奮鬥的一年，我們展會也是如此。這十年間，瀋陽汽博會經歷由小到大，由最初的經銷商參展變成廠商參展，濃縮了汽車產業的發展歷程，今年的瀋陽汽博會將最好的體現了這一點，今年展會的規模已經超過9萬平方米了，有很多汽車品牌是第一次亮相瀋城，如英菲尼迪、青年蓮花、南汽名爵等等。當然除此之外還有不少頂級豪華車展出，如：法拉利、賓利、勞斯萊斯等等。可以說無論觀衆是買車還是看車都能得到滿足。另外，在外場首次開闢汽車演示區，可以讓觀衆看到汽車特技表演。我們今年也會特別加大軟性服務投資力度，如參觀指引系統、餐飲服務系統等等，以便方便解決觀衆各種需求。

記者：觀看這麼精彩的車展，門票價格多少呢？參展商的展位費是否調整？

張總：門票價格爲30元。多年以來，全國各地大大小小的車展門票價格一直比瀋陽車展的門票價格高,價格從每張50-100元不等，而在各方面費用及成本增加的情況下，瀋陽車展堅持了3年的20元價格。今年票價略增到30元是個合理的數字。從2005年以來瀋陽車展一直堅持沒有增加場地租賃費用，這也是爲了更好的回報參展企業，鼓勵參展企業更好的展示汽車品牌，最終收益的也就是觀衆了。

記者：展會現場購車能否有優惠？

張總：我們辦展會的主要目的有兩個，一是爲了參展企業更好的宣傳本品牌，強化該品牌在本土的影響，二是爲了廣大觀衆一站式購車、賞車。觀衆可以在現場看完全部的汽車品牌，省去了跑4S店的時間，而且在我們現場展示的汽車品牌全部是正規的汽車廠家，沒有其他渠道的所謂水貨汽車，觀衆大可放心，而且展會期間，各大汽車品牌商家會有很大的購車優惠力度，所以說展會期間觀衆買車既方便又實惠，非常值得。

源自：太平洋汽車網
作者：西言

中国国际中小企业博览会
CHINA INTERNATIONAL SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES FAIR
第五届中國國際中小企業博覽會 2008年9月22日至25日 中國 廣州
主題：增進瞭解 加強合作 擴大交流 共同發展
• 把您的產品帶入中國市場
• 把您的業務推廣到全世界

展館：廣州國際會議展覽中心（中國進出口商品交易會琶洲展館）是目前亞洲規模最大、設施最先進、檔次最高的展覽中心，展館展示面積達12萬平方米。

海外招展
美洲合作夥伴: 泰翁國際商業網Tyloon, Inc.
網址：www.Tyloon.com
地址：10501 E. Valley Blvd. Suite 1173, El Monte, CA 91731 U.S.A.
電話： 626-618-0101 或 626-215-1079 傳真: 626-602-1818
聯繫人: Susan Mao
電子郵箱:sales@tyloon.com

參展申請簡表
公司名稱：
展會聯繫人： 職位：
電話： 傳真：
網址：
電子郵箱：
公司地址：
業務領域：
眉板名稱：
請傳真至：626-602-1818
參展商可提請組委會安排食宿及行程
國際及港澳臺展區標準展位 (3米×3米) ：
850美元/展位/展期 (含展板、楣板、一張展椅、兩盞射燈)