

你真的了解“快消”行业吗?

何文琳 (复旦大学)

嘉宾寄语>>>

第一份工作,是职业的开始,选择一个对的行业和对的公司是非常幸运的,让你职业有很好的起点。不要计较第一份工作的薪酬,而要追问它对你长期职业规划是否有帮助。但是无论做什么,最重要的是要把工作和学习当做生活一部分,这样你就不会觉得累,并且享受它们。

上周,三位来自“快速消费品王牌企业”的嘉宾——欧莱雅“科莱丽”品牌总监王滔、奥利奥高级品牌经理吕一斐、光明“优倍”广告执行总经理崔明君参加了由复旦大学前程协会举办的“快消论坛”。在复旦袁天凡报告厅,嘉宾们不仅向同学们介绍了“快消”行业的现状和工作前景,还粉碎了一些行业谣言,给大家提供了一些意想不到的“内幕”消息。有志于“快消”行业的你,请随我们一起看看吧——

Q1:“快消”在中国发展的趋势怎么样?

崔:“快消”传统定义即“日常快速消费品”,然而现在随着互联网和“快时尚”的出现,“快消”定义越来越模糊——它更加与生活形态相关,涉及时尚、品味等,越来越靠近“马斯洛层次需求”之上端。

吕:如今“快消”受到时代发展的冲击,似乎有些摇摇欲坠。但我觉得我们现在的消费市场还是非常非常、非常有潜力的,还有很多可以创新的地方。大学生如果真的对它感兴趣,大的公司已经有传统体系足够各位学习。虽然环境、趋势都在变化,但目前市场还是非常值得挖掘。

王:比如我在1999年曾代购“倩碧面霜”,当时是300多,非常贵;而当时我负责的品牌“旁氏”只卖到58,在中国也算高端品牌。玉兰油利润额由上世纪的6亿增长到目前超过50亿,宝洁由40亿到如今的100亿。上世纪欧莱雅员工不超过15人,到如今静安寺办公区有1000个员工,利润达到100个亿。而且现在市场上产品越来越多,大的百货商场一楼有几百个品牌的化



妆品。现在GDP放缓影响的是奢侈品,对于“快消”影响不大。加上人均可支配收入也在提高,消费者信心指数较稳定,“快消”的市场还是有很大潜力增长的。

Q2:招聘为什么集中于销售、市场部门?

王:因为注重逻辑能力,现在很多部门都更倾向于理工科背景的人才。很多时候我们都是关注我们的生意如何,需要什么样的想法或计划,这些都是基于理性的分析。而且很多花哨的工作前三年都不会碰到。销售部门会让你看到实际的东西,很多人对其印象不好,在国际性大公司,销售的工作也不只是应酬,而是管理,特别是人员管理,所以需要人员管理的技能。销售管理的人比市场更多。市场更注重于逻辑思考和业务分析。像我开始工作干的第一件事就是发100封传真,我就要考虑是否对方收到正确的文件?是否对方理解了我要表达的东西?所以一件小事也需要很多细节来做好,你需要打过电话问其文件看得清楚吗,看得明白吗。这都是非常需

要交流能力的。前三年把交流技巧学到手就做得很出色了。

吕:大部分公司的这两个部门是至关重要的。第一,总经理既有销售出身,也有市场出身,目标也一致,都是找到消费者究竟需要什么。市场对公司和顾客负责,而销售对顾客负责,但是两者本质上都是同一指标,日常工作相辅相成,依赖彼此。主要看你适合什么。销售需要领导力,有些人比较擅长与人打交道,而有些人就是喜欢分析数据了解消费者,当你一旦踏入这个行业,你就会慢慢明白自己喜欢什么东西,倾向于什么东西。有些人比较幸运明白自己要什么,踏入时就明白自己适合什么,这就是非常棒的。

崔:我不喜欢有时候市场同事把销售同事拉过来一起开会,我觉得他们有时候会提出一些奇葩的想法,这就反映出两方面需要沟通。市场和销售这两个如台风漩涡,市场更像风暴中心,能量来源,决定往哪走,外部的力量是销售来做的。销售就是怎么样让更多的人买到产品。本质

上都是把产品送到消费者面前。

王:过去认为销售要求执行力,现在对销售要求更多。进入商场时50%顾客有目标清单,而只有他们当中的50%真的买清单里面的东西。所以我们要打两场战争,在零售终端的竞争更重要。销售价值在于了解购买行为,了解客户不同特性。我觉得销售更偏向右脑使用,市场更偏左脑。我承认市场有方向盘的作用,但是光有方向盘不够,需要引擎——销售,两个没有重要性的区分。市场需要聆听一线销售反馈。还有个题外话,市场只拿年薪,而销售拿季度奖金;销售门槛低,若高智商的人在销售前途比市场更好。

Q3:“快消”行业职业发展路径不明朗?

吕:什么叫职业发展路径不明朗?我自己当时很清楚我将来想要工作,所以保住绩点3.3(吕女士本科为复旦经济系学生)即可,从大二暑假开始便积极实习,分别是香奈儿的市场,花旗银行,博士艾伦,永安保险,从中我感到本人不适合咨

询和投行。像当时去了咨询和投行的同学8年后都不在投行和咨询了,他们会回到产业或者读MBA。未来几十年你是否可以一直做下去。我很清楚自己要做什么,喜欢什么,大家也是一样,应该去了解自己是否适合这个职业,是否留下来可发展。就像他们转行的,在工作中你会感到他们的思维不一样。不过做什么都是从起点做起。

Q4:工作强度压力大吗?

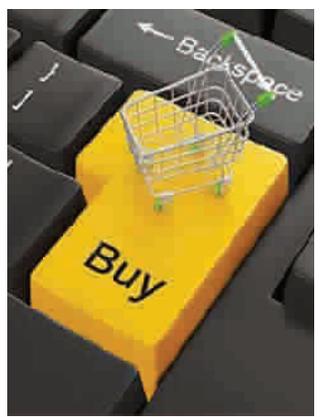
王:欧莱雅有一个代名词——“夜总会”,就是晚上总开会。刚工作开始前10年平均每天工作时间在10-12小时左右,但是收获到的东西会更多。越高层工作时间越长,比如我的老板工作时间是7-22小时。大部分人都很努力很辛苦,我身边年轻的品牌总经理都是30出头,可想而知他们之前有多辛苦。

Q5:成功“快消人”的必备素质是什么?

崔:热情、主动、付出。这个人首先要有趣,内心要丰富,快速适应甚至引领时代变化。其次,很多行业是相通的,职业经历越丰富,你最后发现无非都是做人做事。

Q6:面试需要呈现什么?

吕:每个企业都有自己的标准和流程。在我们公司,不同部门要求不同。但是价值观很重要——你表达出来的意愿和想法是否符合公司价值观。其次人际沟通能力、解决问题能力、团队合作精神也很重要,最后,以结果为导向的概念要清晰。



i-Shanghai,爱上海的理由

交大毕业生创业打造智慧城市

巢睿祺 (上海交通大学)



柴、米、油、盐、酱、醋、茶、Wi-Fi……随着互联网经济的蓬勃发展,无线局域网逐渐成为日常生活离不开的第八件事。上海作为国内公共Wi-Fi覆盖最完整、接入点密度最高的城市,智能化生活模式将成为未来不可阻挡的新趋势。

在这股浪潮中,i-Shanghai这个具有城市标识性的城域免费公共无线Wi-Fi已经被越来越多人所熟知,背后建设运营的是由十余名交大电院毕业生自主创业的一家创新科技公司。

i-Shanghai现已进入2.0时代,不设时限可一键登录,支持多设备同时上网。团队仍在改善包括豫园、文化广场、光启城等诸多上海地标性场点的无线覆盖及解决方案,计划未来在上海15大类公共场所铺设Wi-Fi,致力于让全上海市民都能享受到安全、高质量、免费的Wi-Fi接入体验。同时在以无线网

络为载体的智慧城市大数据平台上,实现更多应用服务与科技产品。公司研发核心,交大自动化系12届硕士生徐磊表示,i-Shanghai未来的成功离不开与外部相关部门的紧密合作以及对市场动态的敏锐嗅觉,预计到2020年底,覆盖规模将达约4000处,基本实现全市主要公共场所的全覆盖。

回想校园青葱岁月,依稀记得自习室中,首次用校园无线网的光景。如今投身中国无线Wi-Fi运营与这座智慧城市建设事业的他们,让i-Shanghai成为我们爱上海的理由。

