

销售个性化 服务全球化

——访世界直销协会联盟当值主席贺楚门

全球市场中的地位

记者:请您谈谈直销的发展历史。
贺楚门:直销是一种自然而然的商业活动,就像人们沟通和交流一样。许多文明在历史上都一定程度发展过直销文化。在19世纪末20世纪初,销售的传统方式得到了快速变化与发展。

20世纪50年代,家庭聚会的出现赋予直销新的形式。消费者们可以聚在男主人或女主人的家里观看产品的演示,这种形式在朋友之间更为普及。直销为那些受到年龄、教育、性别限制的人员提供了成功的机会,而在这一产业快速发展之前,这些机会曾经是不存在的。

今天,消费信息的爆炸突显出直销的优势,个人与个人之间面对面的商业活动效果更加显著。消费者从个人间的、方便的产品购买方式中受益。此外,像互联网这样的手段已经成为了直销的重要方式之一,原本的地域、文化界限在缩小,直销员能够直达全球的客户。

记者:为什么直销在全球市场中占有如此重要的地位?它有什么优势?

贺楚门:目前直销业在全球发展态势很好。它的发展远比传统的零售方式快捷,同时产生了意义深远的经济影响。在2006年,直销被应用于1.02亿种以上的商品及服务,惠及全球5860万的消费人群。

直销有诸多优势——

一对一的销售直接有效。因为人们是从他信任的人那里购买的商品,这种营销方式,让销售代表和消费者之前建立了更多的信任。

随着2005年直销管理条例的颁布,直销业在中国开始进入健康发展的轨道。但因为这些年非法传销活动的负面影响,国人对直销业的认识和理解仍不清晰和完整。日前,记者就国际直销业的现状,专访了世界直销协会联盟当值主席、美国如新企业集团首席执行官贺楚门先生。

直销可以提供高水平的产品介绍与指导。“如新公司”针对它的个人护理以及滋养产品选择了直销方式而不是柜台式的分销体系,目的是向它的客户提供高水平、有针对性的产品介绍与指导。通过这种方式,销售人员可以给客户直接介绍产品的特别功效。

直销可以吸引更多的人加入销售团队。通过提供回报机会、受益的产品,直销吸引了更多的人加入。销售员可以自主经营并在时间上自行安排,这使得更多的人通过这种方式得以实现改善经济状况,并获得更多的自由度,从而实现人生目标。

与非法传销的区别

记者:您能介绍一下直销和非法传销的区别吗?

贺楚门:直销是一种合法的销售体系,它是由独立的销售人员直接把产品出售给消费者。“如新公司”针对高端产品选择直销的方式旨在为客户提供有针对性的产品介绍、指导,以及最有效的产品使用方法。相反,非法的“金字塔计划”主要目的是以招募更多的人入伙为前提,来实现快速盈利。在“金字塔计划”中,加盟费与商品和服务无关,

但却是必须支付的。

“如新公司”则致力于健康的、特色化的经营活动。销售员通过产品销售获得收益而与发展成员无关,销售员必须严格遵守世界直销协会联盟所规定的管理规范。

记者:您所负责的世界直销协会联盟(WFDSA)的使命以及职能是什么?

贺楚门:世界直销协会联盟的使命是在全球范围内建立并促进对直销业的理解与支持。联盟通过以下方面给予直销创业以支持——

发展、保持、促进最高的、可靠而又特色化的全球化行为标准;提升产业地位,加强政府、媒体、社会知名人士对此一行业的关注;发布有关全球直销的可靠信息,使直销企业与产业发展相互促进。

作为WFDSA的主席,我支持主张扩大地区直销协会的影响力,拥护建立一个积极、规范的市场环境,进一步加强产业规范,并提升直销在支持者心中的形象。

记者:能否请您详细介绍一下“如新公司”的直销方式及手段。

贺楚门:1984年,本公司始建之初,公司的创始人就决定采用直销方式,因为该方式能够使个人个性

化地向消费者直接传达产品的特性以及特殊功效。现在如新企业发展成为了一个十亿美元级的国际化公司,充分证明了该营销方式的有效性。

“如新公司”的直销体系不仅给消费者提供了方便,还能够向消费者提供销售员的直接服务以及针对复杂产品的面对面的交流与反馈。电子和印刷广告作为零售方式的典型手段,其缺陷是已经致使许多消费者对于铺天盖地的广告麻木了。而直销却在邻里、朋友、同事、亲戚这样的消费群体中受到欢迎并取得成功。

在“如新公司”的直销模式下,独立自主的销售员们可以获取他们自己直接销售产品的佣金,同时也可以得到通过他们招聘、培训、激励的销售人员所销售产品的佣金。当然,在中国根据新的直销法规,“如新公司”以及其他公司在中国聘用的销售人员,是不能够得到这种相应报酬的。

在中国市场的机遇

记者:作为WFDSA的主席,能否请您向中国企业提一些建议?

贺楚门:中国市场存在着巨大的市场潜力,我相信大批各类直销企业都将从中获益。我对于中国将成为全球最大的直销市场而充满信心。

今年,我们已经在中国看到了巨大的成功。一些公司已经获得了直销的许可证,同时更多的企业调整了他们的营销模式以适应新的规则,更多的企业将在全球最大的、未开发的市场获得资质并进行直销。中国市场蕴含着巨大的机遇,在未来的几年中,中国的直销市场预计将达到100亿美元的销售额。

本报特约记者 岳然

相关链接



■如新企业集团首席执行官贺楚门

“如新”发展现状

“如新”的主打市场是日本、美国以及韩国。亚洲国家重视人际关系的文化氛围非常适合直销。因此,许多公司通过在亚洲建立大型、成功的分销团队并取得了巨大的收益。事实上,包括日本和韩国在内的东亚市场,已经占据了“如新”2006年销售收入的53%。日本长期是本公司最大的市场,2006年以4.765亿元的销售收入占到了公司全球收入的40%。

直销同时也在美国得到了持续发展。“如新”2006年的收入提高到了1.471亿美元。作为行业的领导者,该公司在目标市场取得了持续成功。

韩国已经快速成为该公司第三大市场,在规模上仅次于美国和日本。此外,韩国经济的快速增长,已经引起了全球直销企业的更多关注。在2006年,如新公司在韩国的销售收入是1.173亿美元,较2005年增长34%。令人欣喜的是,这是一个蕴涵潜力的市场,将会以持续的快速增长带给大家更多期待。

新民网报网互动平台:请访问 HD.XMNEXT.COM,在页面搜索框输入文章后编号即可参与互动。 博客:访问记者的博客 详细:获取更多信息 评论:发表评论 调查:参与投票 爆料:提供新闻线索或与本文相关的信息 征集:征集新闻线索、征文等

突破科技 启迪未来 www.audi.cn



有领先者气度 达领先者高度

奥迪A6L 创想改变未来

于创新处市创新,这不只是海派精神,亦是奥迪A6L的精神所在。奥迪A6L,配备独步全球的quattro全时四轮驱动系统,匠心独运的MMI多媒体交互系统,前瞻未来的FSI发动机,引领业界的完美车型。方方面面,无不显示出与时代卓尔不群的领先风范。欲知详情,敬请垂询或莅临一汽-大众奥迪特许经销商处。

一汽-大众汽车有限公司 中国·长春

上海地区经销商:
上海宝友汽车销售服务有限公司 上海市宝山区同济路851号 电话: 021-56120202 传真: 56104682 邮编: 201900
上海开泰汽车销售有限公司 上海市吴中路1439号 电话: 021-64058888 传真: 34315377 邮编: 201103
上海东联汽车销售有限公司 上海市杨浦区1980号 电话: 021-56815757 传真: 56886079 邮编: 200435
上海永达汽车销售服务有限公司 上海市浦东新区张杨路2757号(罗山路路口) 电话: 021-58606789 传真: 58606699 邮编: 200135
上海一汽奥迪汽车销售有限公司 上海市华翔路69号 电话: 021-52273828(直拨) 52272233(总机) 传真: 52272055 邮编: 201105
上海永达汽车销售服务有限公司 上海市嘉定区安亭镇国际汽车城核心商务区步行街755号 电话: 021-69502678 传真: 69502679 邮编: 201805
上海西上汽车销售服务有限公司 上海市普陀区真北路2159号 电话: 021-52828800 传真: 52757021 邮编: 200333
上海市金丰汽车(集团)有限公司 上海市真中路445号 电话: 021-65368069 传真: 65367478 邮编: 200434