

谈经论道

百度是为让人们平等方便获取信息

高三考大学的时候要报志愿,我挺喜欢计算机的,但是我得报这个专业,因为我

远的地方,你能够像北大的教授一样,方便、平等的获取信息,找到所求。

业。后来我被布法罗纽约州立大学计算机系录取了。

你感兴趣了才会花时间,你才会深入的进行思考;第三,其实这个第三是最重要的,就是拥有丰富的信息源。

管理速递④

雷鲍夫法则 认识自己和尊重他人

雷鲍夫法则从语言交往的角度,言简意赅地揭示了建立合作与信任的规律。



什么是雷鲍夫法则?

雷鲍夫法则的提出者是美国管理学家雷鲍夫。在下方八条中,有六条是由美国管理学家雷鲍夫总结提炼的。



解读

仔细观察雷鲍夫法则的八条定律,你会发现它们是一个不断演进的过程。要建立合作和信任的基础最重要的就是认识自己和尊重他人。

天虹:全渠道的电商进化之路

文·张倩楠

在实体零售全渠道转型的序列中,有一个“潜力股”被业界忽视了,那就是天虹商场。



立体模式 PC端到移动端找到感觉

天虹商场的首次触网尝试,可以追溯到2010年3月“网上天虹”的正式上线。

“天虹微店”APP于2013年10月上线,天虹的每个店员都可以注册成为店主。

2013年9月,天虹商场联手腾讯微信打造的天虹应用平台正式上线。

2015年下半年,天虹还将推出天虹移动端本地生活服务“虹领巾”APP。

思维转向 利用微信走轻资产路线

接入微信平台意味着天虹电商思维转向“轻资产”,投入降低,而收入增大。

如果说,微信服务号是建造微信平台这个庞大工程的地基,那么会员系统的对接就是支撑微信体系长远发

展的“结构工程”。对会员进行精准化的管理,培养维系忠诚顾客,真正实现营收的持续增长,这是商家想要利用微信平台所要达到的最终目的。

开通微信服务号之后,天虹把原有的传统会员系统接入了天虹微信后台的社交化CRM客户关系管理系统中。

标签化管理后,天虹不再追求图文发送后的高阅读量,要求的是精准发送,活动针对不同人定制。

提案式销售也是天虹尝试过的一种营销方式,节日来临后,天虹内部运营团队精选二十款商品,把商品最核心的价值提炼出来,放在相应的场景中。

天虹微信上不只卖商品,也会发送许多情感内容,这种柔化的情感营销内容是原创的,并不强迫顾客消费,参与活动,而通过这种方式唤起顾客共同的情感交流。

考核变革 经营团队也要互联网化

对于实体店全渠道转型,一个很大的问题在于管理团队大多数经营实体零售出身,思维无法跟上互联网转型的需求。

在天虹,微信并不只是一个简单的发布型平台,而是主营业务中不可分割的一部分,关系到每一个有关作业的员工的绩效考核。

同时,天虹的服务团队也做到了互联网化。天虹的

微信平台带有人工客服功能,为了加深顾客的亲切感,这个客服团队呢称为“小天”。

互联网化后的服务系统很容易解决了传统零售不能够即时响应的弊端。

价值转化 全渠道扩大了消费沟通

笔者认为,全渠道对实体零售商的意义在于扩大实体店与消费者沟通的触点,将实体店的价值进一步转化,形成销售。

对于传统渠道而言,销售价值的转化并不那么容易。如果在报纸、杂志上投放广告,这些广告只能被人看到而不能被转发。

天虹的服务号现有320多万粉丝,由统一的服务号管理,聚合的服务号是一个很大的广告平台,拥有巨大流量;平台上的资源可以共享,降低了运营成本,客户体验也得到充分保证。

天虹还利用微信实现了实体店的数字化。天虹旗下每个店铺都可以把自己精选的、爆款商品在后台通过简单的方式上传至前台。

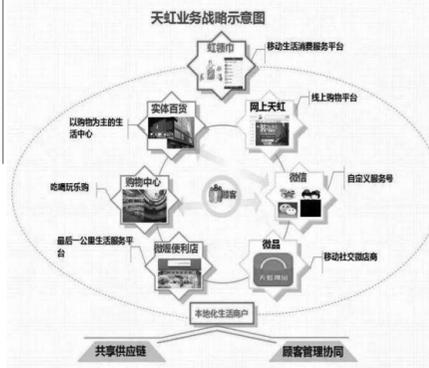
(来源:三只眼看零售)

观点 评说

对于实体零售全渠道转型,大多数人将目光集中在苏宁、步步高

然而,“潜力股”天虹商场在转型过程中不断探索,最终找到了一条适合自己的全渠道之路。

天虹公司以“百货+超市+X”的组合业态经营,还拓展便利店,推进O2O发展模式,实现从实体店走向线上线下融合的全渠道。



世界之窗

一批动作迟缓的科技行业“老兵”相继谢幕

科技行业的一个领导时代结束了,但似乎不算太晚。

戴尔近日宣布670亿美元收购EMC,这不仅表明迈克尔·戴尔和他的戴尔公司可能实现复兴,也预示着掌控EMC长达16年的乔·图西即将退休。

在图西之前,已经有多位崛起于上世纪90年代科技繁荣时期的科技大亨相继退居幕后,包括71岁的拉里·埃里森,他目前担任甲骨文执行董事长,之前执掌其CEO印长达37年;

在当今这个以云计算和移动平台为发展重点的时代,主要的潮流都是由新一代领导人引领的,包括50岁的Salesforce CEO马克·本尼奥夫、

48岁的微软CEO萨提亚·纳德拉,当然还有50岁的迈克尔·戴尔,他在硬件和云计算领域都很擅长。

分析师认为,此次领导人更迭对科技行业来说是一件好事。这么说并不是因为他们的年龄,而是因为无论什么年龄的CEO都必须接受这样一个事实:想要让自己的公司保持活力,就要时刻准备革自己的命——由于老一代的领导者取得了巨大的成功,所以他们身上很容易缺乏这种品质。

简而言之,如果你认为自己占据市场主导地位而认为好时候永远不会结束,那就肯定难以避免的困境做好准备。

“埃里森和钱伯斯等人对于开创今天的科技版图发挥了重要作用。但问题在于,恰恰因为获得了这种成功,他们往往错过了关键的科技趋势。”投资银行FBR Capital Markets分析师丹尼

尔·艾福斯说,“他们似乎没有能力审视自己,并改变战略。”

图西和EMC就是典型的例子。多年以来,投资者都在向这家成立36年的公司施加压力,希望将其拆分成VMware和Privot等多个品牌,或者整体出售。

“如果你忙于经营董事会,或许难以看到今后的重要趋势。”Constellation Research首席分析师霍格勒·穆勒说,“在这个科技新时代,关键是将你的公司推向下一个阶段,并承担相应的高风险。但最终,这其实是没有选择的选择。图西和钱伯斯这样的领导者缺乏适应科技新时代

的关键品质。”

艾福斯补充道:“这与年龄无关,关键在于早期实现了巨大的成功,并形成了惯性思维。这些传奇CEO根本不会担心自己的职位,所以往往只会骑马前行,而本尼奥夫这样的人却会开着法拉利超过他们。”

戴尔对EMC的收购最终将会让人们意识到,曾经主导科技行业的领导者也不能继续躺在功劳簿上裹足不前。

“对一些科技行业的大牌企业来说,过去几年是黑暗的日子,EMC首当其冲。”他说,“今天的交易给一些科技企业的CEO敲响了警钟,这将帮助他们认清现实。”

(本文发表于10月13日《今日美国》网络版,来源:新浪科技)



启示

每个人的一生就是在不停地合作,在合作中前进,在合作中成长,在合作中成功。那么,如何才能赢得他人的合作呢?通过美国管理学家雷鲍夫给我们的建议,我们可以深度概括出以下的道理:尊重将要达成合作的人;多交换意见;多赞美对方;学会认错。