

Томас поднял бокал шампанского и произнес тост за Фэн Юя.

Супер VCD плеер был выпущен 1 августа, и продавался он только в супермаркете Тай Хуа. Это был новый супермаркет, и Томас волновался. Но уже через неделю Томас увидел результаты. В корпорации "Супермаркет Тай Хуа" было слишком много талантов. От расположения супермаркетов до товаров на полках - все мельчайшие детали были тщательно продуманы. Расположение товаров отличалось от всех остальных торговых центров. Конечно, Томас не знал, что именно Фэн Юй настоял на такой расстановке товаров. Фэн Юй прожил более 20 лет и видел различные виды презентации товаров в торговых центрах. Он знал, что это лучший способ привлечь покупателей. Проигрыватель Super VCD не был выставлен сам по себе. Он был представлен как часть системы домашнего кинотеатра. Там был огромный телевизор, к которому был подключен проигрыватель Super VCD. Покупатели, увидев эту экспозицию, хотели купить весь комплект.

"Господин Фенг, ваш супермаркет - лучший супермаркет, который я видел в Европе и США. Наша продукция продается в вашем супермаркете лучше, чем у дилеров. Я впечатлен".

Компания Philips вышла на китайский рынок более двух лет назад. У них было более десятка совместных заводов и компаний в Китае. Более 100 розничных магазинов продавали их продукцию в Китае, но супермаркетам Tai Hua удалось продать больше своей продукции, чем всем розничным магазинам. В каждом супермаркете Tai Hua есть отдел электроники, и компании Philips было разрешено послать двух промоутеров для продвижения Super VCD-плееров и других своих товаров, таких как бритвы, телевизоры и т.д.

Система домашнего кинотеатра Philips продавалась лучше, чем Wind and Rain и Aiwa. Это произошло благодаря тому, что Philips включил в свою систему 21-дюймовый телевизор. Wind and Rain и Aiwa использовали телевизор другой марки.

Хотя компания Wind and Rain Electronics получила телевизионные технологии от Philips, им требовалось время на изучение технологий и строительство заводов, прежде чем они могли начать производство. Именно поэтому Фэн Юй решил работать с популярной китайской маркой телевизоров Changhong. Когда клиенты хотели купить проигрыватели Aiwa или Wind and Rain Super VCD, а также систему домашнего кинотеатра, телевизор в комплекте был Changhong 21-дюймовый телевизор/ Это также помогало Changhong продвигать свою продукцию на рынке. Но Changhong уже был ведущим брендом телевизоров в Китае и не нуждался в помощи Aiwa или Wind and Rain для повышения узнаваемости своего бренда. Фэн Юй все еще хотел, чтобы Changhong помог произвести партию телевизоров для Wind and Rain или Aiwa. Но стоимость услуг Changhong была слишком высока, а у других небольших заводов не хватало опыта. Если Фэн Юй привлечет эти небольшие фабрики для производства телевизоров для него, качество может оказаться неудовлетворительным и повлияет на репутацию Super VCD плееров.

Продажи трех марок Super VCD плееров были примерно одинаковыми. Продажи брендов Wind и Rain были немного выше, но когда дело дошло до систем домашнего кинотеатра, лучшие результаты были у Philips. Будучи новатором на рынке VCD-плееров, Philips удалось получить 40% рынка Super VCD-плееров. Хотя это было не больше, чем у Wind and Rain и Aiwa вместе взятых, но Philips был доволен этим результатом.

Кроме того, Philips и Wind and Rain Electronics обменялись другими технологиями, и на рынок

будут выпущены другие новые продукты. Они смогут увеличить свою долю рынка и прибыль!

Вот почему Томас чувствовал гордость. Возможно, мы используем ваши технологии, но наш брендинг лучше, чем ваш. Наша компания больше и более воспроизводима. Мы - победители в этом сотрудничестве!

"Мистер Томас, теперь вы верите, что, несмотря на высокую цену на Super VCD плееры, продажи будут хорошими? Это всего лишь китайский рынок. Развивающаяся страна. Я полагаю, что в Европе продажи Philips будут выше?" Фэн Юй рассмеялся и спросил.

"Наши продажи все еще не могут сравниться с продажами AIWA и Wind and Rain. Но я должен признать, что объем продаж выше, чем ожидалось. Продажи обычных VCD-плееров постепенно снижаются, и рынок будет захвачен нашими Super VCD-плеерами. Я думаю, что еще через год или два на рынке больше не будет обычных VCD-плееров".

Томас говорил, что продажи Philips нельзя сравнивать с двумя другими брендами вместе взятыми. Но если бы они сравнивали конкретные бренды, продажи Philips были бы такими же и даже могли быть выше, чем у Wind и RainElectronics.

Поскольку проигрыватели Super VCD сначала продавались только в супермаркетах Tai Hua, они привлекли множество покупателей. Многие люди приходили в супермаркет, чтобы купить Super VCD-плееры, но когда они видели другие товары, продающиеся по более низким ценам, они покупали и их.

Супер VCD плеер был не единственным товаром, представленным в супермаркете. Третье поколение мотоциклов Songjiang Motors, 50-кубовый скутер Songjiang -Light, также был запущен и сначала продавался в розничных магазинах супермаркета Tai Hua. Он также привлек некоторое количество людей и имел хорошие продажи.

Некоторые покупатели приезжали туда, чтобы купить скутеры, а затем использовали велосипеды для перевозки продуктов обратно. В супермаркетах были также представлены новейшие пейджеры Aiwa Pagers и Aiwa Stock pagers. Для этих пейджеров был отведен отдельный прилавок. Продажи пейджеров также шли хорошо.

На прилавках с пейджерами Aiwa продавались также батарейки Wind and Rain. Эти батареи были произведены на заводе, принадлежащем авиационной компании города Фэн Юань и Бинь. Это были усовершенствованные и долговечные батарейки.

Эти батареи служили дольше, чем обычные, но и цены на них были выше. Из-за высоких розничных цен в прошлом продажи были низкими. Но теперь батареи стали продаваться вместе с пейджерами Aiwa, и продажи улучшились. Те, кто может позволить себе пейджер стоимостью в несколько тысяч юаней, не против потратить 10 юаней на батарейку.

Новейшие продукты Lehaa, газированные напитки серии Refreshing и чайные напитки, также хорошо продавались в супермаркетах Tai Hua.

Хотя эти напитки продавались в супермаркетах и прибыль была ниже, но объем продаж значительно увеличился. Кроме того, это было хорошо для их брендинга. Не все часто посещают супермаркет. Но когда они увидят потрясающую демонстрацию напитков Lehaa, покупатели почувствуют любопытство и захотят попробовать их на вкус. Как только они почувствуют вкус напитков, они купят их снова.

Свинина "Тянь Пэн", ветчина "Тай Хуа" и другие продукты питания имеют свои прилавки в супермаркетах "Тай Хуа". Они также были хорошо приняты покупателями.

Супермаркет "Тай Хуа" и эти бренды работают вместе для взаимной выгоды. Супермаркеты Tai Hua привлекают толпу и увеличивают продажи этих продуктов. Те, кто хотел купить эти продукты, также идут в супермаркеты "Тай Хуа". Чаще всего эти люди покупают в супермаркете и другие товары.

Фэн Юй знал, что это произойдет, но он не ожидал, что это будет так эффективно. Продукция Бинг Сити, которая первой появилась в супермаркете Тай Хуа, тоже хорошо продавалась.

Предприятия Бинг-Сити доверяли Фэн Юю из-за его отношений с Чжан Жуйцяном. Предприниматели Бинг Сити верили своему мэру, и благодаря этому доверию они могли получать высокие доходы.

Прошла неделя, а в супермаркетах по-прежнему было многолюдно. Люди входили и выходили из супермаркетов с момента открытия дверей и до закрытия ночью. Никто не выходил из супермаркетов с пустыми руками.

Фэн Юй немного поболтал с Томасом и принял решение о маркетинговых планах для следующего этапа. Пришло время заставить другие бренды плакать.....

Примечания переводчика:

Sichuan Changhong Electric Co., Ltd.

<https://en.wikipedia.org/wiki/Changhong>

Авансовые главы

\$5 или более в месяц

Доступ к 7 предварительным главам "Необыкновенный гений" и 2 предварительным главам "Власть и богатство".

\$10 и более в месяц

Доступ к 10 предварительным главам "Необыкновенная гениальность" и 4 предварительным главам "Власть и богатство".

\$20 и более в месяц

Доступ к 15 продвинутым главам "Необыкновенный гений" и 8 продвинутым главам "Сила и богатство".

\$50 и более в месяц

Доступ к 27 продвинутым главам "Необыкновенный гений" и 20 продвинутым главам "Сила и богатство".

\$75 и более в месяц

Доступ к 35 продвинутым главам "Необыкновенный гений" и 30 продвинутым главам "Сила и

богатство".

\$99,99 или более в месяц

Доступ к 45 продвинутым главам "Необыкновенный гений" и 40 продвинутым главам "Сила и богатство".

Мы высоко ценим вашу поддержку.

<http://tl.rulate.ru/book/12677/2081540>