

Пожалуйста, поддержите меня, используя страницу Купить кофе или оставить чаевые на странице или .

Через три дня Чжун Цинсянь получил данные об общем объеме продаж молочного чая. Но он не сообщил фабрикам, чтобы они увеличили производство. Он ждал. Сейчас был период продвижения, и молочный чай был дешевым. Он хотел подождать и посмотреть, когда закончится акция через неделю, будут ли продажи по-прежнему такими хорошими.

Если после окончания акции никто не будет покупать чай с молоком, то этот продукт будет считаться неудачным. По крайней мере, неудачным было ценообразование. Им следует еще раз проанализировать ценообразование.

Если покупатели все еще будут покупать чай с молоком, то это будет считаться успехом. С помощью телевизионной рекламы и других маркетинговых стратегий этот молочный чай станет одним из флагманских продуктов LehaHa.

Продвижение молочного чая в супермаркете Тай Хуа закончилось, и LehaHa начала продвигать желе Strong Group. У Strong Group было не так много каналов сбыта. Они продавали свою продукцию только в Гуанчжоу. Самое дальнее место, куда они добирались, был юг Гуанчжоу.

Теперь, после того как LehaHa приобрела их, Чжун Цинсянь быстро купил две небольшие фабрики по производству желе и объединил их со Strong Group. Они будут производить железные продукты для Strong Group.

Производство Strong Group увеличивается в одночасье.

Производство выросло, но узнаваемость бренда оставалась низкой. Самыми популярными марками желе на рынке были Qingqing Jelly, а затем Qinwang. Но доля рынка обеих компаний была примерно одинаковой. Ни одна компания не занимала большую часть рынка.

Чжун Цинсянь отправил своих людей для расследования. Желе StrongGroup было очень вкусным, но у компании не было средств на продвижение, и это был неизвестный бренд. У них не было надлежащих каналов распространения. Но теперь все было иначе. Первый шаг маркетинговой кампании Strong Group проходил в супермаркете Tai Hua.

На этот раз не было бесплатных пробников. Strong Group изменила упаковку.

В пакете было еще две чашки желе, и это было указано на упаковке. Это позволит покупателям почувствовать, что это была выгодная сделка. Кроме того, Strong Group представила желе со смешанными вкусами в одной упаковке. Это позволило покупателям, которые хотели попробовать разные вкусы, купить всего одну упаковку. Кроме того, в зоне выкладки продукции супермаркета "Тай Хуа" компания "Стронг Групп" выложила свою продукцию в виде изображения мультяшного героя Лехаха. Это был огромный дисплей, и дети могли видеть его издали.

Люди могли не знать бренд Strong Group, но покупатели все равно приобретали их продукцию. Желе других марок оставались на полках, потому что вкус у всех марок желе был примерно одинаковым. Но продукция "Стронг Групп" была дешевле, и ее выкладка была привлекательной. Когда дети увидели витрину, они настояли на том, чтобы купить желе Strong Group.

Чжун Цинсянь увидел, что продукция Strong Group хорошо продается, и решил помочь Strong Group купить рекламный слот на CCTV. Он хочет, чтобы Strong Group стала мармеладным брендом номер один в Китае!

.....

Выкладка продукции в супермаркете Tai Hua меняется каждый день, и некоторые другие бренды узнали об этом и начали создавать новые рекламные акции для продажи своей продукции. Некоторые из их акций были более креативными, чем акции в будущем. Но независимо от того, насколько хорошо бренды продавали свою продукцию, супермаркеты TaiHua будут зарабатывать деньги. Стоимость промоакций также не оплачивалась "Супермаркетом Тайхуа". Это те компании, которые платили за продвижение.

Из-за высоких продаж супермаркетов "Тайхуа" многие крупные компании стали обращать на них внимание. Сегодня в пекинскую штаб-квартиру Tai Hua Supermarket пришли 4 человека. Они хотели обсудить размещение своей продукции в супермаркетах TaiHua. "Менеджер Го, мы представляем международные бренды, и если TaiHua Supermarket будет продавать нашу продукцию, это повысит статус вашего супермаркета. Вы должны помнить об этом". Высокомерно сказал один мужчина.

"Именно так. Наши бренды очень популярны в Европе и США.

Наши основные сегменты покупателей - это состоятельные семьи, и мы являемся для них лучшим выбором. Если ваши супермаркеты будут продавать нашу продукцию, количество покупателей увеличится". Другой мужчина добавил.

"Нам нужен специализированный прилавок. Этот прилавок может продавать только нашу продукцию, и вы все должны позволить нам выставлять нашу продукцию на витрине бесплатно. Нам нужно самое видное место. Вы все также должны помогать рекламировать нашу продукцию. Наши логотипы также должны быть вывешены за пределами вашего супермаркета. Это будет хорошей рекламой для ваших супермаркетов".

"Мы из величайшей в мире страны электроники, Японии. Мы представляем самые передовые технологии в области электроники. Нет никого, кто не знал бы наши бренды".

Менеджер Го усмехнулся. Все эти несколько человек перед ним были китайцами. Он мог понять, что они работают на японскую компанию, но нужно ли было чувствовать себя такими гордыми и высокомерными? Что не так с этими людьми? Менеджер Го все еще думал, что эти люди - японцы!

Вам всем нужно хвастаться тем, насколько хороша продукция других стран? Вы все говорите так, как будто в Китае нет хороших электронных продуктов. Не забывайте, что патенты на VCD принадлежат Китаю!

"Вы все закончили говорить?"

"Менеджер Го, что вы решили?"

"Никакого. Все вы можете возвращаться. Мы, Tai HuaSupermarket, не примем ни одного из ваших условий!"

Что? Не примем наши условия? Все представители японских компаний встали. Как это возможно? Мы все принадлежим к всемирно известным брендам. Все другие торговые центры,

которые слышали о наших брендах, будут предлагать всевозможные льготы, чтобы убедить нас продавать нашу продукцию в их торговых центрах. Мы не обсудили другие условия, и нам отказали? Кто они такие, чтобы отказывать нам?!

"Менеджер Го, я вас не расслышал. Что вы сказали?" - спросил представитель с вытянутым лицом.

"Я сказал, что супермаркет "Тай Хуа" не примет ни одного из ваших условий! Я достаточно ясно выразился? Все вы можете идти".

Менеджер Го шлепнул себя по губам.

Вы думаете, что ваши бренды настолько хороши? Перед открытием супермаркета "Тай Хуа" менеджер Ли пригласил вас всех, и что вы все сказали?

Все вы думаете, что наш супермаркет "Тай Хуа" не справится, и считаете, что наши условия недостаточно хороши. Вы все сказали, что мы даже не квалифицированы для ведения переговоров, и отказались от нас. А теперь вы все хотите продавать свою продукцию в наших супермаркетах? Если бы вы все играли по нашим правилам и действовали в соответствии с нашими текущими условиями контракта, все было бы нормально. Но вы все слишком высокомерны. Вы все говорите так, как будто супермаркетам "Тай Хуа" нужна ваша продукция, чтобы повысить наш статус. Вывешивать свои логотипы у наших супермаркетов? С каких пор вы видели, чтобы супермаркет "Тайхуа" выставлял на улицу логотип какой-либо другой компании?

Специализированный прилавок и самое видное место на витрине бесплатно? Помечтайте!

Неужели бренд Philips меньше вас всех? Бренд Thompson меньше вас всех? Бренд Motorola меньше вас всех? Все эти бренды больше вас всех, и они высокомерны. Они также следуют нашим правилам. Вы все просто хотите войти со всеми своими требованиями и ведете себя так, как будто вы выше нас. Даже если у нас есть свободные прилавки, мы не отдадим их вам всем".

Председатель, менеджер Ли, менеджер Фенг и остальные проинструктировали нас, чтобы мы без колебаний отказывали тем компаниям, которые отказали нам в прошлом". "Мы представляем несколько компаний для переговоров с вами, а вы хотите отказать нам всем? Это ваше решение или решение Tai HuaSupermarket?" холодно спросил один из мужчин.

Менеджер Го вспомнил, что сказал ему менеджер Фэн. Он улыбнулся и посмотрел на этих людей: "Хорошая лошадь никогда не повернет назад, чтобы пастись на старом пастбище. Мы отвергаем всех вас точно так же, как вы отвергли нас в прошлом!"

Авансовые главы

\$5 или больше в месяц

Доступ к 7 предварительным главам "Необыкновенная гениальность" и 2 предварительным главам "Власть и богатство".

\$10 и более в месяц

Доступ к 10 продвинутым главам "Необыкновенный гений" и 4 продвинутым главам "Сила и богатство".

\$20 и более в месяц

Доступ к 15 предварительным главам "Необыкновенная гениальность" и 8 предварительным главам "Власть 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".

Ваша поддержка высоко ценится.

<http://tl.rulate.ru/book/12677/2082302>