

Необыкновенный гений

Олимпийские игры закончились, и впервые в истории Самаранч не сказал: "В этом году игра удалась" во время церемонии закрытия. Его речь была короткой и показывала его недовольство произошедшим.

В этом году команда Китая на Олимпийских играх завоевала 17 золотых медалей, 21 серебряную и 12 бронзовых медалей. Кроме результата Ван Цзюнься на дистанции 10 000 метров, который отличался от предыдущего результата Фэн Юя, изменений не было. Общее количество медалей по-прежнему 50, и Китай занимает 4-е место, уступая США, России и Германии. Это был их лучший результат в истории, и все китайские спортсмены были вне себя от счастья.

"Менеджер Фенг, позвоните мне, когда вернетесь. Мы должны выпить вместе". Руководитель команды, Ма Тао, крепко пожал руку Фэн Юю.

Китайские спортсмены сели на самолет и вернутся обратно тем же рейсом.

"Хахаха... Обязательно". Фэн Юй отправился отправить спортсменов, потому что Ли На полетит с ними обратно тем же рейсом. Некоторые китайские спортсмены вернулись первыми, а остальные спортсмены выступали позже. Многие спортсменки с завистью смотрели на Ли На.

Ли На красива, у нее богатый парень. Посмотрите на ее одежду, ее сумочка стоит больше, чем их годовая зарплата. В этом году на Олимпийских играх американцы, особенно организаторы, получили огромную прибыль. Фэн Юй тоже много выиграл от Олимпийских игр. Кроме выигрышей от лотерейных компаний, ему удалось продвинуть все свои бренды.

Остальные китайские бренды напитков также выиграли от агрессивной рекламы LehaHa и Jianlibao. В конце концов, их продукция оказалась на одной полке с ними.

Кроме того, автомобили Songjiang Motors начали выходить на рынок США. Фэн Юй передал продажи Кириленко. Продажи бренда Wind and Rain, Aiwa и других брендов Фэн Юя выросли благодаря играм этого года. Что еще более важно, повысилась узнаваемость всех брендов.

Даже компания "Шестое чувство" успешно приобрела этот телеканал.

Когда Пол Аллен узнал, что телестанция будет преобразована в канал для взрослых, он быстро продал свои акции компании "Шестое чувство", так как не хочет запятнать свою репутацию.

Пол Аллен - босс технологической компании и не хочет, чтобы его называли боссом порноканала. Его гордость не позволит этого сделать. К счастью, он купил акции телеканала по низким ценам и после продажи "Шестого чувства" не понес никаких убытков.

Из-за этого инцидента ненависть Пола Аллена к Фэн Юю усилилась. Но Фэн Юй не может ему помешать, так как они не были друзьями с самого начала. Фэн Юй вернулся в Нью-Йорк, чтобы следить за продажами Songjiang Motors. Он нанял Ван Цзюнься для рекламы своих автомобилей и снял рекламный ролик. Режиссер здесь очень искусный. Ван Цзюнься не знает, как водить машину, и режиссер заставил Ван Цзюнься гонять на восточном олене Songjiang пешком и снял это как "Форсаж".

Заказы на Songjiang Oriental Deer увеличиваются, и Фэн Юй был доволен. Хотя большая часть прибыли доставалась дистрибьюторам, все больше людей узнавали об этой марке. Еще через год-два он бросит дистрибьюторов, когда узнаваемость бренда достигнет определенного

уровня.

После напряженной работы в течение нескольких дней у Фэн Юя наконец появилось время отдохнуть, и ему позвонил Чжун Цинсянь и сообщил, что два гиганта Cola начали агрессивную рекламу в Китае. Эти два гиганта не могли размещать рекламу на CCTV, поэтому они нацелились на провинциальные телестанции, автобусные остановки, торговые центры и людные места. Что еще более интересно, рекламные ролики обеих компаний были практически идентичны, и, похоже, они обсудили это заранее.

Кроме того, это масштабная маркетинговая кампания, и их реклама повсюду.

Фэн Юй нахмурился. Эти две компании серьезно настроены выйти на китайский рынок, чтобы напасть на родные места Китайского союза производителей напитков.

Теперь LehaHa и другим компаниям пришлось переключить свое внимание на защиту своей территории, и серия Refreshing компании LehaHa пострадала больше всего.

LehaHa понесет самые значительные убытки, если двум компаниям по производству колы удастся захватить долю китайского рынка. "Менеджер Фенг, мы решили увеличить частоту нашей рекламы в Китае, и после того, как мы наладим каналы сбыта, я уверен, что смогу подавить их. Однако мне нужна помощь Цзяньлибао и остальных компаний". Чжун Цинсянь сказал.

"Подавить их недостаточно! Я хочу победить их! Мы выходим на рынок США, а они нападают на нашу территорию? Что это значит? Предупреждение для нас?"

Фэн Юй знал, что если они переключат свое внимание на китайский рынок и переведут свои средства обратно в Китай, их планы по выходу на международный рынок будут нарушены. Это и есть стратегия "Осадить Взя, чтобы спасти Чжао"!

Но две компании Cola преуменьшили значение альянса по производству напитков. Не забывайте, что Фэн Юй и остальные компании являются членами Ассоциации производителей напитков, и они могут использовать другие средства, чтобы дать понять этим американским компаниям, кто в Китае хозяин!

Мне нужен зарубежный рынок, и вам всем не позволено трогать мой китайский рынок!

.....

"Что вы сказали? Наши дистрибьюторы теперь не продают наши напитки Pepsi? Почему?" Ответственный в Китае, менеджер Чжао, был шокирован. "Я тоже не знаю. Контракт, который мы с ними подписали, очень гибкий, потому что мы хотели как можно скорее наладить каналы сбыта. Теперь мы ничего не можем сделать, если они не собираются заказывать больше товаров". Заместитель управляющего ответил

"Тогда почему вы не ищите новых дистрибьюторов? Наша рекламная кампания настолько агрессивна, а ни один дистрибьютор не хочет продавать нашу продукцию?"

"Я пытался, но эти дистрибьюторы просят слишком много. Если мы будем следовать их условиям, то понесем убытки!"

"Что происходит? Сколько дистрибьюторов не хотят продавать нашу продукцию?"

"Все".

"Что? Все?!" Менеджер Чжао вскочил. Как такое возможно?

Почему все дистрибьюторы не продают свою продукцию? Наверное, они сговорились против нас.

"Это правда. Они должны были обсудить это раньше, и это делается для того, чтобы заставить нас увеличить их льготы. Я ничего не могу поделать". Он также недоумевает, почему эти дистрибьюторы так поступают с ними. "Эти дистрибьюторы продают другие напитки?" спросил менеджер Чжао. "А... Они продают Jianlibao, LehaHa, Coca-Cola и т.д., но те не соглашаются на их условия!"

Менеджер Чжао понял, что происходит. Эти бренды объединили свои силы против них.

"Кока-Кола? Дистрибьюторы все еще продают продукцию Coca-Cola? Неужели дистрибьюторы потребовали таких же условий, как и Coca-Cola?"

"Я не уверен. Я позову своих людей, чтобы выяснить это".

Менеджер Чжао потер середину бровей и пожалел, что согласился на эту работу. Открыть новый рынок слишком сложно, особенно когда там присутствует более одного известного бренда.

Нужно найти решение, иначе все затраты на рекламу будут потрачены впустую. Менеджер Чжао может потерять работу!

<http://tl.rulate.ru/book/12677/2085481>