Необыкновенный гений

Фэн Юрэ принял звонок Ли Цзинвэя после того, как закончил телефонный разговор с Чжун Цинсянем. Ли Цзинвэй сказал ему, что представители Coca-Cola и Pepsi на китайском рынке позвонили ему и попросили о сотрудничестве с Цзяньлибао.

Фэн Юй сразу же понял, что условия сотрудничества с Цзяньлибао будут такими же, как и с Lehaha. Они просто хотят использовать каналы сбыта и дистрибуции "Цзяньлибао", а взамен предложат свои заводы по розливу или некоторые рекламные акции.

Это означает, что два завода Cola ищут не только одну компанию для сотрудничества. Поскольку они могут искать Lehaha и Jianlibao, они также будут искать другие компании, такие как Le Bashi, Zhenzhen, Rising Sun Group и т.д.. Если они добьются успеха, то стратегия Фэн Юя по использованию каналов распределения провалится.

К счастью, Фэн Юй поговорил с другими компаниями, входящими в альянс по производству напитков, и они должны знать, что делать.

Еще через два месяца наступит осень и начнется непиковый сезон для напитков, особенно газированных. К тому времени, независимо от того, какую рекламу проводят эти две компании и какие каналы сбыта они организуют, она будет неэффективной.

Фенг Юк позвонил Чжун Цинсяню и Ли Цзинвэю и сказал им, чтобы они задержали эти две компании и, в то же время, сообщили остальным крупным брендам, чтобы они не сотрудничали с ними.

……

Менеджер Чжао был очень рад, когда Чжун Цинсянь предложил ему обсудить детали их сотрудничества. Если Pepsi сможет сотрудничать с Lehaha, то у них будет сильная дистрибьюторская сеть, и они победят Coca-Cola на китайском рынке. После этого Pepsi сможет инвестировать больше средств в маркетинг, чтобы увеличить свою долю на рынке. Китай - это огромный рынок для них!

Pepsi не боится конкуренции с другими китайскими брендами, за исключением Coca-Cola, поскольку масштабы китайских компаний по производству напитков далеки от Pepsi и Coca-Cola. Если их головные офисы готовы инвестировать в этот рынок, они смогут легко проникнуть на него.

Но в штаб-квартире компании Pepsi посчитали, что покупательная способность китайских потребителей слишком низка, а экономика Китая все еще недостаточно сильна. Даже если они вложат большую сумму денег в рекламу, они могут не увидеть отдачи.

Покупательская способность китайских потребителей гораздо ниже, чем в такой маленькой стране с меньшим населением, как Япония. Менеджер Чжао поспешил в здание Wind and Rain Building в Пекине, но ему сообщили, что Чжун Цинсянь накануне вернулся в Ханг Чжоу.

Менеджер Чжао был в ярости, потому что Чжун Цинсянь солгал ему. Он немедленно позвонил Чжун Цинсяню, и ему сказали, что штаб-квартира Lehaha находится в Ханчжоу. Пекинский офис является лишь филиалом, и Чжун Цинсянь забыл сказать ему об этом.

Менеджер Чжао, услышав это, решил, что это его вина, что он не уточнил местоположение

должным образом, и немедленно заказал билет на ближайший рейс в Ханг Чжоу.

После прибытия в Ханг Чжоу Лехаха сообщил ему, что Чжун Цинсянь уехал в Цзилинь для подписания контракта с заводом по розливу, который приобрела Лехаха, и сегодня не вернется.

Менеджер Чжао несколько дней ждал Чжун Цинсяня в Ханг Чжоу. Но на 3-й день Чжун Цинсянь позвонил ему и сказал, что возникли некоторые проблемы с контрактом, и он задержится еще на 2 дня. Если менеджеру Чжао нужно срочно встретиться с ним, он может поискать его в Цзилине.

Как менеджер Чжао может не волноваться? Впервые Pepsi инвестировала в агрессивную рекламу в Китае, но у них нет достаточных каналов распространения, и продажи остаются низкими. На него оказывается огромное давление, чтобы показать результаты.

Но когда менеджер Чжао приезжает в Цзилинь, Чжун Цинсянь уже вернулся в Ханг Чжоу, и он разминулся с ним в аэропорту. Чжун Цинсянь утверждает, что у него разрядился аккумулятор телефона, и он не смог его оповестить.

Подобным образом Чжун Цяньсянь задержал Pepsi на 10 дней, а Цзяньлибао, используя различные причины, задержал представителя Coca-Cola примерно на такое же количество дней.

Китайские представители обеих компаний почувствовали, что что-то не так.

Они намеренно тратили свое время, а ведь это время можно было использовать для встречи с другими компаниями, производящими напитки. Теперь же они оскорбили другие компании и все еще не получили шанс встретиться с Чжун Цинсянем и Ли Цзинвэем!

Когда их представители отправились на поиски Ле Баши и других компаний, им было отказано. Они обещали начать сотрудничество как можно скорее, но заставили эти компании ждать их более 10 дней!

Эти две компании могут быть могущественными в других странах, но в Китае они не подходили для этих китайских компаний. Вы хотите сотрудничать сейчас? Конечно. Но оно не ограничится китайским рынком. Мы хотим сотрудничать и на международном рынке. Мы поделимся нашими каналами сбыта в Китае, но и вы все должны поделиться с нами своими каналами за рубежом. Представители компании не согласились, поскольку масштабы Pepsi и Coca-Cola в 100 раз больше, чем у этих китайских компаний. Кроме того, китайский рынок может быть большим и иметь высокий потенциал, но он еще не открыт. Как его можно сравнивать с развитыми зарубежными рынками? На самом деле, у этих нескольких компаний нет намерения работать с ними. Сейчас они катались на "Лехаха" и "Цзяньлибао" и наслаждались преимуществами членства в альянсе, не платя много за экспорт своей продукции!

Фэн Юй сказал этим компаниям, что если они будут работать с этими двумя компаниями, альянс прекратит экспорт их продукции за границу. Сейчас известность брендов Lehaha и Jianlibao растет благодаря их агрессивному маркетингу. Даже без участия компаний они могут занять полку супермаркета своей разнообразной продукцией.

Ле Баши, Чжэньчжэнь и остальные компании немного подумали и предложили компании кола такое условие: если они будут сотрудничать, то две компании кола должны поделиться своими зарубежными каналами.

Вкус напитков довольно похож, и тот, кто контролирует канал продаж, будет контролировать рынок и получать максимальную прибыль!

Эти две компании не смогли сотрудничать с китайскими компаниями и уже собирались предложить своим руководителям создать собственные каналы сбыта и привлечь более мелких дистрибьюторов, когда Лехаха связался с Coca-Cola, а Цзяньлибао - с Pepsi.

Обе компании были вне себя от радости, услышав это. На этот раз им удастся заключить несколько сделок. Именно так. Леха и Цзяньлибао готовы вести переговоры с ними и предложили жесткие условия. Pepsi и Jianlibao уже работали вместе раньше, и менеджер Чжао думал, что они смогут сотрудничать снова. Но первое предложение Ли Цзинвэя заставило его чуть не вырвать кровью.

"Мы обменяемся рынками". Какой рынок вы предлагаете обменять на наш китайский рынок?".

Менеджер Чжао немного подумал и решил использовать для обмена рынок США. В любом случае, Pepsi будет увеличивать свою рекламу в США, а продукция Jianlibao уже продавалась в розничных магазинах. Даже если они разделят свои каналы, Jianlibao не слишком увеличит свои продажи. Кроме того, каналы продаж Jianlibao в Китае увеличат продажи Pepsi. "Рынок не рассчитывается на основе территории. Мы продаем напитки людям, и он должен быть основан на населении. Вы все должны предложить рынок с таким же населением, как в Китае, чтобы мы могли заключить сделку". ответил Ли Цзинвэй.

Менеджер Чжао чуть не упал в обморок. Он никогда не слышал, что рынок зависит от численности населения. В Китае проживает более 1 миллиарда человек, а они должны в обмен предложить свои каналы сбыта на всем американском континенте! Вы хотите еще и африканский рынок?!

Переговоры больше не имеют смысла. Эти китайские боссы просто взяли их на понт!

http://tl.rulate.ru/book/12677/2085483