

“Менеджер Фэн, ты вернулся.”-Бу Чжиган вернулся в компанию и увидел, что Фэн Ю беседует с сотрудниками. Похоже, он был в хорошем настроении.

“Да. Как прошла твоя поездка?”-улыбнулся и спросил Фэн Ю.

Бу Чжиган теперь был помощником генерального директора "Тай Хуа Трейдинг" и очень много работал. Ему нужно было постоянно путешествовать и навещать клиентов, но он никогда не жаловался. Фэн Юю был им очень доволен.

Хм, Чжиган возможно женится в следующем году. Возможно, я подарю ему комплект бытовой техники для его нового дома. Фэн Ю никогда не скупился на подарки.

“Фэн, твоя идея была блестящей. Размещение рекламы LehaHa возле детских садов и начальных школ вызвала рост продаж.”-взволнованно сказал Бу Чжиган. Так как Фэн Ю инвестировал в LehaHa, Tai Hua Trading получила дистрибьюторство для трёх северо-восточных провинций. В прошлом году LehaHa давала рекламу на CCTV, но из-за проблем с производством не работала в этих областях.

Как увеличить продажи LehaHa? Рекламы на телевизионных каналах было недостаточно. немного подумав, Фэн Ю попросил своих людей сказать местным торговцам, чтобы они разместили рекламу возле детских садов и начальных школ. Когда родители будут отводить туда своих детей, они заметят ее.

Целевой аудиторией LehaHa были родители, а их основным продуктом была детская добавка для здоровья полости рта. Рекламный слоган гласит “с LehaHa ужин станет полезней!”

Родители любили сравнивать своих детей с другими по их результатам, успехам, росту и т. д. Дети, отказывающиеся нормально питаться, всегда были проблемой.

Но было ли что-то подобное раньше? Если дети не хотели есть, они голодали! Зато сейчас большинство семей имеют лучшие условия жизни, и родители никогда не позволяют детям голодать.

Эти пищевые добавки предназначались для детей, которые не хотели правильно питаться, поэтому как только они появились на рынке, большинство родителей бросились их скупать. Особенно сильный бум произошёл после того, как они услышали, что чьи-то дети потребляют эти добавки для здоровья. В сочетании с рекламой на CCTV, LehaHa быстро стала популярной в 3 северо-восточных провинциях.

Бу Чжиган уже съездил в Шэнь-Сити, чтобы проверить продажи.

Сам Фэн Ю никогда не думал о рекламе возле детских садов и начальных школ. На самом деле, это Чжун предложил такую идею. В прошлой жизни, всякий раз, когда LehaHa представляли новый продукт, они использовали именно эту рекламную тактику.

Nescafe использовали ту же стратегию и постепенно стали самым известным китайским брендом кофе. Холдинг Tingyi (Каймановы острова) рекламировал свои напитки таким же образом. Этот тип маркетинговой стратегии был дешевым и опирался на сарафанное радио.

Фэн Ю не только позволил Tai Hua Trading использовать эту стратегию, но и призвал Чжун Цинсянь уведомить остальные провинции о ее использовании. Фэн Ю был акционером LehaHa,

и если LehaHa зарабатывает деньги, это означает, что он тоже получает прибыль.

Чжун Цинсянь скептически относился к такого рода рекламе, но после ее внедрения обнаружил, что она очень эффективна. После увеличения производства, у него было много продуктов на складах, и он беспокоился, что они испортятся. Однако вместе с реализацией этой стратегии спрос быстро превысил предложение. Он был благодарен Фэн Юю за то, что тот поделился с ним такой возможностью! Компания получила прибыль и больше не находилась в тяжелом финансовом положении. Чжун Цинсянь выплатил всем заработную плату и даже наградил их. В результате все рабочие были очень мотивированы.

С такой скоростью недавняя экспансия LehaHa вскоре станет недостаточной для удовлетворения потребностей рынка. Чжун Цинсянь и его коллеги решили вновь расширить свои производственные мощности. Они хотели захватить рынок добавок для здоровья детей и стать лидером.

Фэн Ю не возражал. Хотя расширяться было еще рано, это было необходимо. Фэн Ю даже подумывал о том, что было бы здорово, если бы компания быстро расширилась и испытала нехватку средств. Тогда он мог бы получить больше акций.

Фэн Ю пытался убедить Чжуна Цинсяня открыть новую фабрику недалеко от Пекина. Это позволит быстро захватить Северный рынок. Вообще, было бы лучше, если бы заводы были в каждой провинции. Таким образом, LehaHa могли бы монополизировать рынок!

Но, возможно, Фэн Ю был слишком нетерпелив, и Чжун Цинсянь решил отложить эти планы до следующего года. Учитывая нынешнее финансовое положение компании, расширяться было разумно. Однако для создания новых фабрик требовалось больше капитала.

Чжун Цинсянь не мог позволить себе вложить больше капитала в компанию, а значит, Фэн Ю решит увеличить свою долю в компании. Этого Чжун Цинсянь не хотел.

Он был основателем LehaHa, и теперь Фэн Ю владел 40% акций. Хотя Чжун Цинсянь все еще был генеральным директором и лицом, принимающим решения, кто знает, что произойдет, если Фэн Ю получит более 50% акций.

Чжун Цинсянь расспрашивал всех о Фэн Юе и о том, какой он человек. Он узнал, что первоначально Фэн Ю был всего лишь мелким акционером машиностроительной компании, однако теперь он стал главным акционером компании, и из-за этого у него возникли конфликты с местным правительством.

Научившись на примере машиностроительной компании, Чжун Цинсянь стал вести себя осторожнее с Фэн Юем. Чжун Цинсянь и два других его партнера договорились, что не будут продавать акции компании, несмотря ни на что.

На самом деле, Фэн Ю не собирался лишать Чжуна Цинсяня власти. В своей предыдущей жизни Чжун Цинсянь был тем человеком, который привел LehaHa к тому, чтобы она стала самой популярной компанией по производству напитков в Китае. Его способности не имели себе равных. У Фэн Юя к тому же не было времени, чтобы заботиться о стольких предприятиях. Его любимым направлением по-прежнему оставалась финансовая индустрия. Это был его опыт. Все, что ему нужно было делать, это использовать появляющиеся возможности, и увеличивать свои активы.

Хотя Фэн Ю мог позволить Чжуну Цинсяню управлять LehaHa даже после получения контрольного пакета акций компании, дела обстояли несколько иначе. Чжун Цинсянь мог

потерять свой энтузиазм. Может быть, он бы даже ушёл из компании и открыл новый бренд напитков.

На самом деле, если Чжун Цинсянь не попросит, Фэн Юя больше не будет вкладывать средства в эту компанию. Теперь его целью было только владеть долями в тех компаниях, которые будут успешны в будущем. Например, если бы он владел 20% долей в каждой из 10 компаний, которые будут успешными в будущем, он зарабатывал бы гораздо больше, чем сейчас. Лучше всего было то, что ему не нужно было беспокоиться о бизнесе или управлять им.

Конечно, если другие люди захотят продать ему больше акций, Фэн Ю с радостью согласится. Например, нынешняя Lehaa, будущая QQ, Baidu и т. д.

Фэн Ю также понимал, почему Чжун Цинсянь хотел отложить столь масштабные планы. Прибыль Lehaa в этом году увеличивалась, и общий объем продаж мог превысить 20 миллионов юаней. Это произошло на год раньше, чем предполагалось.

"Lehaa" сможет погасить свой долг к концу года, при этом имея достаточно средств на дальнейшее развитие. Хотя оставшихся средств может не хватить на создание новых заводов, компания может взять кредит. Таким образом, доля Чжуна Цинсяня не будет разбавлена, и он по-прежнему будет контролировать компанию. Фэн Ю вздохнул. Чжун Цинсянь все еще плохо его понимал. Даже если бы Фэн Ю сам управлял компанией, он не справился бы лучше, чем Чжун Цинсянь.

Из прошлой жизни, Фэн Ю прекрасно помнил некоторые из неудачных продуктов Lehaa, и намеревался остановить Чжун Цинсянь от их производства. Если бы тогда Lehaa не продавала такие неудачные продукты, как кофе-кола и чайные напитки, дела компании шли бы ещё лучше!

Но на самом деле это не было плохо для Фэн Юя. Он мог сосредоточиться на других вещах.

<http://tl.rulate.ru/book/12677/777647>