

“Гуанчжэн, я слышал, что консалтинговая компания "wind and rain" перевела большую часть своих средств в США. Что собирается делать Фэн Ю? Выйти на американский рынок?”- Нахмурившись, спросил Фу Жунцзин.

“Папа, о чем ты беспокоишься? Даже если бы Фэн Ю вывел все свои деньги из Гонконга, он никогда бы не отказался от своего бизнеса в Китае. Не забывай, что он китаец. Финансовый рынок в Китае не так развит, как в Гонконге. Кстати, дядя сказал мне, что адвокат, мистер Уилсон, уехал в США несколько дней назад.”

“Уилсон? Фэн Ю инвестирует во что-то в США?”

Даже адвокат уехал в Америку. Это значит, что он собирался подписать какой-то контракт. Что это за инвестиции, раз Фэн Ю использовал большую часть своих средств? Это ведь несколько сотен миллионов долларов.

“Папа, перестань за этим следить. Раз Фэн Ю ничего не говорил об этом, значит он не хочет, чтобы мы тоже инвестировали. То, что мы должны сделать сейчас, - это управлять продажами компании Aiwa.”-Фу Гуанчжэн не интересовался тем, что это за инвестиции, так как Фэн Ю ничего ему об этом не сказал. Теперь он понял одну вещь. Если он будет относиться к Фэн Ю искренне, Фэн Ю сделает то же самое в ответ!

“Хммм, я помогу тебе с Гонконгом, Макао и Тайванем. Ты сосредоточься на китайском рынке.”- Фу Жунцзин кивнул. Рынок гонконгской компании "Айва" охватывал всю Азию.

Семья Фу имела хорошо налаженные каналы сбыта. Но в Китае они были ещё не идеальны. На самом деле Фу Жунцзин хотел, чтобы китайская дистрибьюторская компания выступала в качестве их агента, но Фу Гуанчжэн от этого отказался.

Он знал, что Фэн Ю уже создал хорошую сеть дистрибьюторов бытовой техники. Walkman и радио не должны стать для него проблемой.

Кроме того, гонконгская компания Aiwa была основным дистрибьютором, назначенным AIWA Japan, а Фэн Ю был ее контролирующим акционером. С чего бы ему не дать Фу Гуанчжэну стать дистрибьютором в Китае?

Если бы не создание гонконгской компании Aiwa до того, как Фэн Ю купил акции, Фу Гуанчжэн бы решил, что Фэн Ю лично станет дистрибьютором продукции этой компании.

Он провел исследование рынка в Китае, там уже продавались Walkman. Но самым популярным брендом был Sony. Он купил плеер Sony Walkman и сравнил его с айвой Walkman. Aiwa Walkman были лучше и по дизайну, и по качеству звука, и по ценам.

Особенно отличалось качество звука. Это было самое важное. Он считал, что продажи продукции AIWA в Китае будут совсем не низкими.

.....

“Тебе нужны контакты наших дилеров по торговле бытовой техникой в Тай-Хуа? Без проблем. Я попрошу Ву Чжигана все тебе передать. Ты знаешь, как вести переговоры с дилерами?”- Спросил Фэн Ю.

Фу Гуанчжэн подумал про себя. Хотя ты, Фэн Ю, развиваешься очень быстро, наша семья Фу уже вела переговоры с тысячами дилеров. Как я до сих пор могу не знать, как с ними общаться?

Но раз Фэн Ю спросил его об этом, он, должно быть, имел в виду что-то другое. Может ли случится так, что эти переговоры будут трудными?

“И как же мне вести с ними переговоры?”-С любопытством спросил Фу Гуанчжэн.

“Дилеры, с которыми я работаю, - это лучшие дилеры в провинциях. У них есть свои способы ведения дел и сильная финансовая поддержка. Если ты начнёшь с ними разговор, то что ты им предложишь?”

“Прибыль в размере 10 юаней за каждый Walkman. Этого должно быть достаточно, чтобы привлечь их, верно?”

Теперь цены на Walkman были выше 100 юаней, и для места, где средний годовой доход составлял всего около 1500, это было не дёшево. Это даже можно было считать роскошным товаром.

Прибыль в 10 юаней считалась очень высокой, и Фу Гуанчжэн был уверен, что дилеры на это согласятся. Если один дилер продаст около 10 000 Walkman за год, то получит больше ста тысяч юаней прибыль.

“Я думаю, что ты предлагаешь слишком много.”

“Слишком много?”-Фу Гуанчжэн был сбит с толку.

“Я думаю, что 5 юаней должно быть достаточно. Ты можешь создать систему вознаграждения и тем, кто продал определенное количество Walkman, дать какой-то бонус. Таким образом, некоторые дилеры будут получать меньше 10 юаней за Walkman, а некоторые-больше. Но те, кто будет получать более 10 юаней прибыли, будут генерировать больше продаж, чем ты ожидал!”

Фу Гуанчжэн согласился. Его семья тоже пользовалась этой системой вознаграждения. Но должен ли он установить минимальное количество проданных штук? Согласятся ли дилеры на 10 000 единиц?

“Я знаю, как настроить эту систему вознаграждения. Но как насчет минимального количества единиц? Например, 10 000 единиц в год.”

Про себя Фэн Ю рассмеялся. Фу Гуанчжэн действительно не понимал китайского рынка. После продаж вентиляторов Фэн Ю знал, что теперь стало больше богатых китайцев, и они охотнее тратили деньги.

В его прошлой жизни, без учета других брендов, один только Sony Walkman продавал несколько миллионов Walkman в год. Общее количество Walkman, проданных в Китае, составило более 10 миллионов единиц.

Хотя сейчас было немного рано и продажи Sony в Китае составили менее 200 000 единиц, это было только потому, что качество звука у Sony Walkman было просто ужасным. Даже хуже, чем у больших радиоприемников. Кроме того, Sony не использовала правильные маркетинговые стратегии.

Целевой аудиторией Walkman были молодые люди и подростки. В прошлой жизни Фэн Юя старшеклассники даже пытались уговорить своих родителей купить им плеер под предлогом изучения английского языка!

Маркетинговые стратегии Sony были направлены на повышение качества музыки и звука. Родители в Китае считали, что слушать музыку-это пустая трата времени! А вот изучение английского языка-очень даже хорошо.

Фэн Ю даже задумался о рекламе. Старшеклассники использовали Walkman для изучения английского, русского и других образовательных предметов. Родители никогда бы не помешали своим детям приобрести такой плеер. Скорее они бы даже сами его им купили.

Фэн Ю не заботится о том, действительно ли ребенок будет использовать Walkman для изучения иностранных языков или прослушивания английские песни. Таким образом, годовой объем продаж Walkman определенно превысит ожидания Фу Гуанчжэна. Фэн Ю предполагал, что за эти оставшиеся 6 месяцев года продажи могут достичь более 500 000 единиц!

“Это слишком мало. Не менее 12 000 единиц. Я говорю о среднем показателе по провинции. В Пекине и Шанхае ещё больше. А вот в таких местах, как Тибет, где низкая численность населения и медленное развитие - меньше. Но у тебя должно быть по крайней мере 20 провинций, которые могут продать более 12 000 единиц. Я уже не говорю о годовой сумме.”

“Ну до конца года осталось всего 6 месяцев. Ты думаешь, что средний объем продаж по каждой провинции превысит 12 000 единиц? Это означает, что каждый месяц будет продаваться более 2000 единиц продукции. Разве это вообще возможно? Я провел исследование рынка. В

прошлом году Sony продала менее 150 000 единиц. В этом году они могут достичь 200 000. У нас осталось всего 6 месяцев, и ты думаешь, что мы сможем превзойти Sony?"

Фэн Ю улыбнулся и сказал: "Оставь рекламу мне. Было много причин, по которым дела у Sony шли не очень хорошо. Самой важной причиной было то, что Sony-японская компания. Но AIWA-китайская!"

В своей прошлой жизни айва смогла обогнать Sony в Китае именно из-за 爱华 (китайские иероглифы. Ай = любовь и Ва = китайцы). Потребители в Китае подумали, что AIWA - китайская компания. Но теперь она действительно контролировалась китайцем!

Китаец мог гораздо лучше контролировать китайский рынок!

<http://tl.rulate.ru/book/12677/801108>