

低门槛、低成本,微信成销售“新领地”

“微商”月销万元以上

物流配送、顾客源成难题



微信用户到达1亿,用时433天。

微信用户从1亿增长到2亿,用时172天。

微信用户从2亿增长到3亿,用时120天。

根据腾讯内部统计,目前微信用户已经达到——

600000000

拍照、上传、接待顾客 “微商”的一天很忙碌

“我身边的朋友现在都喜欢在微信上买东西,方便快捷,用手机直接刷新,新品衣服、特色饭菜、居家用品等都能看到。”姚女士说。

上周末,在姚女士的带领下,记者来到桐柏路的一个商务楼内,今年30岁的“微商”张先生正和老婆整理自己新到的衣服,他们在微信上主卖女装、女包、女鞋等。

“其实,在微信上卖东西,也必须先选中一类产品,不能太杂,顾不过来。”张先生说,他和老婆之前也都是正式工作,半年前,两人纷纷辞职,开始在微信上卖东西。

环顾一周,在他们租下的

30平方米的小房子里,一多半的位置都摆着衣架和衣服,只在一角隔离出一个试衣间。“现在店内的衣服,1/3都是顾客预订的。”张先生说,他们虽然不是在网上做销售,但性质差不多,每天要选衣服、拍照、上传、联络顾客、接订单等,只不过这些都在微信上完成。

“我们没有淘宝店,所以不用时时上网,但要时时注意微信动态,我们发布在朋友圈里的衣服照片,如果有顾客想要,会给我们留言。”张先生说,他们当“微商”才几个月时间,顾客数量还没有完全稳定,但销量还不错,平均每月的销售量也在万元以上。

今年26岁的姚女士越来越离不开微信,除了平日用它与朋友联系,现在连买衣服、买零食也都在微信上实现了。“我微信里加了好多销售衣服、零食的朋友,有什么需求,去朋友圈转转就可以了。”姚女士说。

随着微信的发展,不少年轻人开始利用它来获得商机。凭借一部手机,借助朋友圈的平台,就可以将自己的东西销售出去,“微营销”越来越受到年轻人的欢迎。

郑州晚报记者 赵柳影

寻找物流、顾客源成为最大困难

正是由于微信的低门槛、低成本销售,让越来越多的年轻人开始将朋友圈变成“大卖场”,但是微信营销真的好吗?

“后期的维护特别难,还有物流、顾客源的寻找等问题,挣钱也十分不容易。”张先生说,大家现在使用微信,更多的是希望通过它与自己的朋友联系,如果“微商”们过于频繁地在朋友圈发图片和广告,很容易被顾客屏蔽,但是发得少了,又容易被掩盖。

微信还是比较私密性的即时通信平台,因此顾客的转化率比较低,顾客源的形成也很让张先生头疼,“我们现在晚上会去一些商场周围或大的路口摆地摊,吸引来往顾客,加我们的微信,成为我们的朋友。”张先生说,现在他微信里的不少顾客都是通过这种方式获得的,仅凭朋友之间的口口相传,顾客源太少。

此外,物流也是让张先生头疼的一个问题。

通过微信销售很难实现创业

纵然微信销售困难多多,但是对于没有资金、没有实力、没有经验的年轻人来说,还是纷纷选择了它,那么年轻人通过微信能否实现创业呢?

“我觉得年轻人通过微信销售实现创业会很难,也不太靠谱。”河南网盟创始人杨晏说。

杨晏认为,通过微信实现

创业成功的案例也有,但前提是创业者是在某一个领域或行业有影响力和话语权的人,因此可以借助微信作为辅助工具;如果单纯地依靠微信销售,吸引不到广大客源。

“销售需要的是转化率,可微信的转化率太低。尤其是朋友资源不太多的年轻人,不建议把创业寄托在微信上。”杨晏说。

选择有实体店的“微商”,降低购物风险

“微商们只在朋友圈里发布产品的照片,并不明码标价,如果顾客选中,是一对一的私密询价,这样就会造成一款产品不同价格,我觉得这点不好。”顾客谷女士认为。

另外,记者了解到,存在于朋友圈的大多店家没有实体店,也缺少经营资质,店家的真实信息缺失,收款后是否发货、货品售后服务等不确定因素都增加了消费风险。

“微信不像淘宝,有大公司作支撑,并且可以给差评,

有一套严格的管理机制。”杨晏说,因此他建议消费者在购买时,如果“微商”是自己的朋友,或是可信的人介绍的,便可以尝试,否则一定要谨慎购买。

“微商”张先生也建议,购买时最好选择有实体店的,并且交易要在实体店完成。此外,在形成买卖关系时谨慎对待,应注意保留一些聊天记录、银行汇款单、卖家姓名、身份证号等凭证作为证据,来降低购物风险。

收购款未凑齐 Fairfax难“吞”黑莓 高通、联想成潜在买家

自9月末与加拿大保险公司Fairfax Financial(下称“Fairfax”)牵头的财团签订“临时收购协议”(下称协议),约定后者将以大约47亿美元收购黑莓全部股份后,收购在短短一个月内一波三折。

昨日,又有最新消息,高通和联想都有可能成为黑莓的收购方,同时Fairfax被指难以获得北美银行的支持,凑不齐收购款。此时,命运多舛的黑莓似乎尚未能找到稳妥的港湾。

最终期限逼近

至记者发稿为止,黑莓发出收购邀约还剩一天就要到达“最后报价期限”,但已与之签订协议的Fairfax尚未能获得银行的贷款支持——按双方在今年9月签订的协议,Fairfax并没有足够的现金收购黑莓,它还需要有人为这笔收购提供资金支持,“缺口”约为16亿美元。

据了解,美国时间11月4日是黑莓与Fairfax签订有法律约束力的正式协议的最后期限。按此计算,Fairfax最终能否“吃下”黑莓,最快会在北京时间明日凌晨公布结果。

高通被传参与收购

而随着Fairfax的收购可能“泡汤”,其他潜在的收购方纷纷被摆上了台面。目前黑莓两位联合创始人一直与高通、美国私募股权投资巨头博龙资产管理公司(Cerberus Capital Management)谈判,商议联合竞购黑莓的项目。

除高通外,国内IT巨头联想也是与黑莓频传“绯闻”的代表。

方南 南都供稿

鹏博士向移动互联转型

本报讯 今年,移动互联网绝对是股市的重要热点之一,以售卖宽带为主的民营运营商鹏博士(600804)也在着手全面转型。“鹏博士不仅卖宽带,还将提供全新的信息化生活服务。”鹏博士董事长杨学平10月30日在公司云宽带应用发布会上表示,公司正加速向互联网业务转型,要做通信和互联网内容的桥梁。

鹏博士发布了自主品牌极清“大麦”机顶盒,预计在北京、上海、广州、深圳免费送出200万台,而市场同类盒子的售价在300元左右。据了解,鹏博士与创维将在互联网电视领域进一步合作。

目前,鹏博士正在依托云管端平台,创新并引入各种应用资源,致力于为用户提供无处不在的移动互联网接入及应用。

郑州晚报记者 徐刚领

郑州升达经贸管理学院建校20周年举办系列活动

赞颂辉煌成就 展望美好未来

11月1日,郑州升达经贸管理学院迎来了建校20周年的庆祝大会。河南省教育厅巡视员、党组成员张健,韩国、日本贵宾,海峡两岸20多家高校专家、学者及师生代表2000余人出席庆典大会并见证了郑州升达经贸管理学院建校20周年纪念盛况,并参加了丰富多彩的系列庆祝活动。郑州晚报记者 唐善普 张国庆

出席盛典的有关领导在会上对郑州升达经贸管理学院建校20周年表示祝贺,并盛赞升达学院20年的成功办学实践“为我国教育事业的发和社会主义现代化建设作出了重要贡献”。升达学院创办人王广亚博士深切寄语广大校友:“校友与学校的关系就像孩子与家庭的关系。建立校友与学校的良好关系是升达学院一直以来非常重视并积极践行的工作。”

庆典仪式后,升达学院建校20周年庆典文艺演出彰显升达特色,演出在喜庆文雅、悠扬欢快的歌舞《欢聚一堂》中拉开帷幕,现场气氛热烈,火爆十足;原创歌曲《升达颂歌》一曲清歌,高潮迭起,唱出了升达的蒸蒸日上;《神州共举杯》温婉情深,将晚会推向了高潮。

校庆期间,海峡两岸20多所高校专家、学者、教授等100多人出席了由河南省教育厅主办、郑

州升达学院承办的“河南省民办高校金融学、经济学专业教师培训班暨海峡两岸金融学专业应用型人才研讨会”。升达学院高度重视金融学专业建设,该专业先后被评为河南省民办高校品牌专业,省级重点学科、省级专业综合改革试点等。研讨会上,专家们就“金融学国家级特色专业建设”、“大数据时代金融人才培养观念”、“两岸金融政策开放之过去、现在与未

来”等课题展开深入探讨和交流。

其间,升达学院创办人王广亚博士及院领导,带领前来学院参加校庆活动的韩国、日本贵宾,中国台湾客人60余人,前往位于登封市卢店镇的升达学院新校区,参加植树纪念活动,将一棵棵松柏、冬青等树苗栽种在升达新校区,预示着升达的教育事业生机勃勃,根繁叶茂,繁荣昌盛,兴旺发达。