

安利中国总裁黄德荫

在安利33年,没有一天是重复的

初见安利中国总裁黄德荫,是在4月底的广州。那天花城微雨蒙蒙,繁花似锦,62岁的黄德荫面带笑容走到记者面前,西装笔挺,两鬓微白,头发一丝不苟,握手坚定有力,用流利的香港味普通话说了一句“你好”。有人说,黄德荫的人生与安利是重叠的。黄德荫自己说,他在安利33年,没有一天是重复的。

本报记者 刘红杰

愿意学习,愿意勤奋 其他的交给命运

“到了大陆,才知道什么叫做大。有很多全新的东西要学,怎么跟政府打交道,跟媒体打交道,跟消费者打交道,每个地方都不一样,沿海和内陆不一样,而且不断变化。”

5月7日,泉城济南,在安利媒体见面会上,黄德荫依旧是西装、眼镜、笑容,举手投足间温文儒雅,看起来更像是一位大学老师。

事实上,黄德荫正是从一位中学教师走上了跨国公司高级管理精英的岗位。用他的话说,“工作中有很多机会是因缘际遇,不是规划的。愿意学习,愿意勤奋,其他的交给命运。”

身高一米七八的黄德荫是个地道的香港人,大学时在美国读英国文学,毕业后回到香港做了一名中学语文老师。

“我有个同学在安利香港工作,当时要编辑一个中英文内刊,要兼职的,我一面当老师,一面每周去安利上6小时班,编4页纸。4个月后老板问有没有兴趣做全职员工,我就进入了商业领域。”黄德荫这样谈到他的“转型”。

进入安利香港后,黄德荫开始不断地学习。在公司印刷产品宣传册时,黄德荫学会了很多出版业的知识;在公司做影音资料时,他又学到了很多影音方面的知识;在给美国总部寄过来的电影胶片翻译、配音时,他接触了电影制作;公司要做广告,他又学到了广告方面的知识。

在安利香港工作了9年多,黄德荫凭借超人的学识,踏实、勤奋、热情和执著,被委以重任,成为安利台湾的总经理。黄德荫一口流利的香港味普通话,就是在台湾工作时练出来的。

“从香港被派到台湾,我开始学普通话,一开始我讲话同事听不懂。小时候看国语电影,那是对普通话的最初印象,到了台湾找了老师专门学,平时也跟同事交谈。安利有很多上台讲话的机会,我在讲稿上标着发音,不然一时之间想不起来,逼着自己去讲。”黄德荫说。

被问及不会讲普通话时是否有很大压力,黄德荫爽朗地大笑,“刚来中国大陆时,很多地方口音听不懂,但我觉得大陆也不是每个人的普通话都标准,不是每个人都能让别人听懂自己,所以我没有太大的负担。”

1994年,黄德荫来到中国大陆。“到了大陆,才知道什么叫做大。有很多全新的东西要学,怎么跟政府打交道,跟媒体打交道,跟消费者打交道,每个地方都不一样,沿海和内陆不一样,而且不断变化。”

黄德荫感慨,“在安利33年了,没有重复的一天,不断地学习,不断地调整。”在种种非比寻常的历练中,黄德荫逐渐成长为运筹帷幄的领袖人物。

对于今天的成就,黄德荫自己也没有预料到。他原本只是想当好一个老师,“很偶然,刚好碰上。”在他看来,没有白白学习的知识,以前学到的东西现在都很有用。

“我40年前学的英美文学,导致我现在对文字很敏感,表达全面、简单、直接。作为一个管理人,每一天几乎全部的时间都在沟通,跟老板、员工、消费者、政府、媒体沟通,跟每个群体沟通的方式不一样,语言技巧好,沟通起来就简单一些。”

愿意学习,愿意勤奋,其他的交给命运,这是黄德荫职场成功的最简单的总结。

安利的吸引力不光靠赚钱 还有企业文化

安利的企业文化有四点特别值得讲:首先是希望,直白地说,每个人都希望提高自己的家庭生活水平,每个人都希望通过事业取得成功,安利能给人带来这样的希望。

安利中国创立19年,吸引了大量的人投入其中,包括消费者,也包括投身安利事业的人。

黄德荫说,“这两方面原因,一是安利产品的质量我很自豪,也很有信心。二是中国人是很勤奋、很上进的人,会利用空余时间赚额外的钱改善生活,因此安利提供的工作机会吸引了很多人。但是,安利不能光靠赚钱吸引人,还要有良好的企业文化。”

黄德荫认为,安利的企业文化有四点特别值得讲:首先是希望,直白地说,每个人都希望提高自己的家庭生活水平,每个人都希望通过事业取得成功,



安利(中国)总裁黄德荫先生

“工作中有很多机会
是因缘际遇,不是规划的。
愿意学习,愿意勤奋,
其他的交给命运。”

黄德荫谈企业责任

- 要依法纳税,尽到对国家的责任;
- 产品要好,尽到对消费者的责任;
- 对员工要好,尽到对员工的责任;
- 要有环境意识,尽到对环境的责任;
- 要对所在的社区负责任,帮助需要帮助的人。这是一个企业公民应尽的社会责任。

安利能给人带来这样的希望;第二是伙伴关系,扩大一点,就是团队合作精神,安利不推崇个人英雄,一个队伍要有一个共同目标;第三是品质,不只是产品、服务的品质,更是一种精益求精的态度,每一件事情都要做好;第四是面对挑战,正确面对,积极解决,不会因为沮丧而放弃。“我相信,这几种安利文化能吸引很大一群人投身到我们的事业中来。”

直销是个敏感的行业,涉及很多人,黄德荫对此毫不避讳。而且直销行业的竞争日趋激烈,面对这些,黄德荫认为,安利最重要的就是要做好自己该做的事情,有好的产品,有激励营销人员的好方法,包括资金、文化、市场、活动,不断提高人员素质和专业水平,这样才能稳健发展。“要永久经营下去,就要稳健发展。”

为了实现稳健发展的目标,安利主要采取了三种措施来管理。一是通过教育,对营销人员进行培训,包括专业知识、社交知识、个人行为、个人操守和法律法规的培训;二是沟通,让员工知道干事的理由、需要达到的目的和自己要努力的方向;三是纪律,有一套完整的规章制度,违反制度有罚则,最基

本的处罚是发一封警告信,再严重了扣发奖金、停止三个月销售权等,如果很严重则要开除。黄德荫总结说,“企业目光要看得远,不能抄捷径。”

在安利的文化基因中,“责任”二字重如泰山。黄德荫说,企业的责任有五重含义,第一,要依法纳税,尽到对国家的责任;第二,产品要好,尽到对消费者的责任;第三,对员工要好,尽到对员工的责任;第四,要有环境意识,尽到对环境的责任;第五,要对所在的社区负责任,帮助需要帮助的人。这是一个企业公民应尽的社会责任。

至于工作和生活的平衡,黄德荫认为,很多时候工作和生活是融为一体的,工作与生活的平衡,是一个心态的问题,不是多与少的问题,而是在“认真”两字,认真的态度,可以让你把工作做好,也可以让你享受生活的乐趣。

年轻化策略 吸引更多年轻人参与安利事业

安利公司的氛围很适合年轻人创业,没有太多的条条框框,黄德荫本人活得很随性。“我喜欢看自己感兴趣的东西,不喜欢看管理的。我感兴趣的东西很广,很多与科学有关,比如说,宇宙是怎么形成的。”

黄德荫说,任何一个企业要稳健发展,都必须有新鲜血液输入,这样才能生机勃勃,不然很快就会老化,所以安利推行了“引领未来”战略,吸引和培养年轻人在安利创业。“现在年轻人有自己的语言,有喜欢的工具,有他们自己的文化观,有爱去的场合。要用这些跟他们沟通,吸引他们进门,然后留住他们进行培养,让他们觉得在安利可以学到东西,有成就感。”

黄德荫喜欢年轻人,但要培养他们不是一件容易的事,有时年轻人不耐烦听,这是一个很有挑战性的工作。他比较欣赏不是偏于想而是比较实事求是、语言能力好、善良而正直的年轻人。

他鼓励年轻人不要害怕,努力学习、大胆创新。他说,每个人都有缺点,但是大家都有自己的见地,坐在一起会产生一种互补的效果,靠团队,一起做出决策来。

安利正在竭尽所能为年轻人提供业务支持,搭建平台。黄德荫说,安利已经建立了年轻营销人员专属的沟通平台,今年海外进修研讨会还专门设置专属邮轮“青英号”去游览韩国。

培养新生代消费者,是每个希望基业常青的企业都要做的功课,是在培育企业的未来。“年轻人代表着未来,安利推行‘引领未来’战略的初衷,就是吸引和培养年轻人在安利创业并获得成功,为安利事业的可持续发展注入动力。”黄德荫表示,要想让年轻人喜欢你的品牌并成为忠实消费者,必须洞察他们的需求。

黄德荫说,安利公司的氛围很适合年轻人创业,没有太多的条条框框,他自己活得很随性。“我喜欢看自己感兴趣的东西,不喜欢看管理的。我感兴趣的东西很广,很多与科学有关,比如说,宇宙是怎么形成的。”说到这里,黄德荫忍不住笑起来。

“我还喜欢看历史、哲学等与思想有关的。喜欢看的东西与社会、科学、商业都有关,很任性地看着自己爱看的书。”62岁的黄德荫不仅喜欢看书,他还向年轻人学习,接触新事物玩起了微信。

为了跟上年轻人的步伐,安利也在不停地改变,现在安利在推进商务电子化。“不是电子商务,而是用电子商务、社会化媒体等数字化工具,更有效地帮助营销人员开展业务,提升效率。”黄德荫强调。

他打了一个比方,安利易联网可以使营销人员和优惠顾客在网上购物下单。基于智能手机、IPAD等平台,安利开发了数字化营销工具,目前已有十多款APP。

另外,安利还在微信平台开发了“安利云服务”,帮助营销人员随时随地查询业绩、接受讯息,推出5个月来,用户超过28万。“但是,直销是安利的核心销售方式,和营销人员的伙伴关系是我们的价值观,永远都不会改变。”

再来山东,黄德荫说就好像回家一样。“山东、江苏、广东三个省在安利内部保持前三名很多年了,山东不仅是中国的经济大省,也是安利非常重要的省份。济南在安利布局的250个城市中属于很有潜力的城市。”黄德荫希望有更多的年轻人愿意投身安利在山东的事业。

黄德荫有一句话愿意和更多的年轻人分享,“不断与人接触就是一个不断学习的过程。”