

情系沂蒙同心创大业,爱在烟台携手共辉煌

临沂商人在烟“淘金记”

本报记者 孙芳芳

一颗发奋的种子:

一个月穿破3双皮鞋

“欢迎欢迎”,刚踏进张学策的办公室,他便几步迎上前,向记者热情地伸出了双手。作为烟台临沂商会的会长,张学策并没有“老板架子”给人的第一印象更多的是一份淳朴厚道。

“一天不工作就难受,一年365天很少有休息的时候。”张学策如是说。

在张学策那种堆满了材料的办公桌前,他向记者讲述了他艰辛创业的历程。

1995年,大学毕业的张学策离开老家临沂,来到烟台烟台参加工作。5年后,张学策进入了家电行业,在这个行业他一干便是17年。

在张学策心中,一直埋着一颗奋发图强的种子,在2003年毅然走上了创业之路,创立策风商贸公司开始代理生活家电品牌。2005年,张学策创建了南方电器烟台配送中心。为了跑业务,张学策匆忙的足迹也踏遍了胶东各县市的大街小巷。他感慨道:“那时候,我曾经一个月穿破了3双皮鞋,几年下来,随身的背包就背坏了8个。”

天助自助者,当时每月仅有3万元营业额的小公司,也由此,做出了每月100万元的业绩。

第一桶金:

10个月赢得代理第一名

他清晰地记得,做第一个产品代理就是当时享誉国内外的家电行业王牌——格力。谈起创业的艰难,张学策的坚毅的眼神中闪烁着难掩激动。

“当时忐忑地给格力总部打了无数通电话,但是都被拒绝了,于是我决定再给山东区经理打最后一通电话。”张学策的这份执着和诚恳最终打动了经理,于是他连夜去济南商谈合作事宜,“没想到,仅用了10分钟,双方就达成了合作协议。”

成就大事的人,往往路途不会太平坦。签了协议新的问题又来了,当时格力小家电市场价格比行业同类商品略高,许多人都质疑他卖不出去。此时,他再次用实际行动证明了自己的能力。他仅用了10个月就做到了全国地级城市代理第一名的业绩,也挖掘了自己人生的第一桶金。

谈话中张学策曾自嘲木讷,但在记者的眼中,却把这种“木讷”解读为一种沂蒙人特有的质朴、勤奋和执着精神。凭着这股干劲,公司从最初的2个员工发展到代理了海尔生活家电、方太厨具等多个国内外名优生活家电品牌。

创商会:

打开思想这道门至关重要

多年打拼的经历,张学策体会到了外地人在烟台创业的艰辛。渐渐地,他萌发了一个念头:能不能把在烟台创业的临沂老乡们聚在一起,以群体的力量发展共赢?自此,张学策开始了奔走。

2012年初,经过长时间的酝酿,烟台市工商联临沂商会得到了烟台市政府和烟台市工商联的审批认可,并于6月26日成立。张学策被市委统战部、市工商联和会员们推举为会长。当记者问到,商会打算为临沂籍的企业家们做些什么时,张学策告诉记者,“打开思想上的这道门是首要的,也是至关重要的。”

“临沂的商人勤奋、稳重,但是骨子里也有一种‘小富即安’的思想。”张学策告诉记者,不少来烟台的临沂人大都是做小买卖起家,像三站小商品批发市场内相当一部分业主都是临沂人;临沂人在烟台粮油市场也占有相当重要位置。如何让他们开阔眼界,继续把企业做大做强是张学策想得最多的。

精神法宝:

打好“文化”这张牌

在采访的间隙,张学策还不忘邀请记者,有时间一定要去他的老家沂南走走看看。他说,沂蒙文化是他的骄傲,也是团结所有在烟临沂人的精神法宝。

在张学策的办公桌上还摆放着很多关于沂蒙文化的小册子。从字里行间,从一幅幅秀美的图画中,可以对沂蒙文化领略一二。

虽说在烟台发展,但也不能丢了家乡文化。张学策为商会确立了口号:“情系沂蒙同心创大业,爱在烟台携手共辉煌”。张学策说,沂蒙文化是团结在烟临沂人的法宝,而这也正是临沂商会区别于其他异地商会的独特优势。“下一步我们将更深层次地挖掘沂蒙文化,打好‘文化’这张牌。”

商会下设投资发展部、维权协调部、会员管理部、对外联络宣传部、公益事业部,等10个职能部门,为临沂籍在烟台的企业家、创业者提供互助交流的平台,同时也架起了沟通会员之间及与政府相关部门之间的桥梁,助推会员企业做大、做强。

有人说,在中国的经济舞台上,广东的深圳是偶像派,山东则是实力派,实力来源于山东人的吃苦耐劳。山东人普遍具有一种“苦行主义”,而临沂的商人更是将这种精神发扬光大。

于是,有人这样评价临沂商人,他们有思想但不工于心计,有经商之能,却不锱铢必较,有文化却不善言辞,民风淳朴,为人厚道。在烟台创业的临沂人创业群体遍布各行各业,而且他们已经开始做大做强。



“年轻的时候不去闯、去拼,等老了会后悔的。”在张学策的办公桌上堆了两大摞文件,一摞是刚刚看完的,另外一摞是还没来得及看的。“临沂的商人勤奋、稳重,但是骨子里也有一种‘小富即安’的思想。”张学策告诉记者。

做事先做人:

与其说他是老板不如说他是家长

在多年的企业管理中张学策颇有心得,不再局限死板的制度管理。“要做事先做人”,在采访中,张学策经常把这句话挂在嘴边,而他也以是这样做的。

2000年,张学策刚刚进入了家电行业,当时,公司每月仅有3万元的营业额,而张学策却做出了每月100万元的业绩。期间,美的等多家同行开出5-10万元不等的年薪,但是他没有动心,只是坚守着自己的职业操守,虽然每月仍然拿着公司1000元的月薪,但是他学到了做人做事的准则。

在处理员工关系上,他采取了大家庭化管理。“不像是一个居高临下的老总,更像一个家长、一个兄长。”公司的一位职员这样评价着张学策。在与一个员工聊天时,得知员工家里生活困难,他立马拿出200元帮扶,后来又多次出钱进行帮扶。

企业发展要为职工带来实实在在的好处,每到过年,张学策就给员工发冰箱、洗衣机、手提电脑,甚至老员工结婚,还送了一台6000元的液晶电视作为大礼。

●启示录

企业人的责任心

张学策认为,他现在的业绩和获得的荣誉与烟台良好的创业环境,那些在他困难时上帮助过的朋友密不可分。企业做大做强后,他也开始履行回报社会的责任。

多年来,他一直从事公益事业,个人累计爱心捐款捐物价值20余万元。为汶川地震捐款20000元、为通伸办事处辖区困难群众捐款捐物价值20000元、为家乡修路捐款10000元、为“爱心一日捐”累计捐款10000元等。张学策坦言,他还处在创业发展的路上,只要听说哪里需要帮助,他都会毫不犹豫奉献自己的爱心,这不仅是自己企业人的责任,更是一种社会的责任。

◇五味商旅◇

别理会那块短板

真正成功的人,无论在哪个领域,无一不是能发现自己的天赋,并将天赋全然绽放的人。但遗憾的是,我们被“木桶理论”局限了,绝大部分的人都将绝大部份宝贵的时间,用于去弥补自己的短板,木桶理论适合用于组织,不适用于个人成长。去发挥你的天赋吧,别理会那块短板!

公司靠什么留住员工

受访HR(Human Resource 人力资源。这里特指人力资源总监)中,选“事业留人”的占53%;“金钱留人”占23%;“感情留人”占15%;其中在“事业留人”上,首选通过“帮助员工制定未来职业发展目标”方式的,占到参与调查人员的52%,其次为提供培训和学习机会,如在EMBA、工作轮岗等,占到20%。

销售最大的误区

多数销售员认为销售就是一定要比客户懂得多,于是在销售时经常出现话多,急于反驳客户异议的现象,其实,大多敢说的客户所掌握的产品信息并不比销售员少,懂得引导客户评价方向才是最给力的做法,记住,掏钱的客户不是因为“被你打败”,而是觉得自己“识货”才买单的。

驯鹰般驯己

有一只鹰,惧怕天空的高度,紧紧抓住树枝,死也不肯放开。驯鹰人一筹莫展,一农夫建议:砍断树枝。驯鹰人一试,鹰腾空而起。很多时候我们心灵上都有双翅膀,但为了舒适,我们习惯于固守在自己领域,从而失去探寻精彩世界的能力。当那根“枝条”被斩断,才发现原来自己亦能飞翔。

做成功的狼

两只饿狼发现了一片草地,一狼大喜,一狼不解问:“你又不吃草,高兴什么?”“但羊爱吃啊。”此狼说完飞奔而去。“你去哪?”另一狼不解地问。“我要把这消息想办法让羊知道啊。”成功的狼要具备透过草看到看见羊的能力,才能成功地捕获更多的羊。