



洛阳863软件孵化基地

创业改变生活 创新引领未来

创业秀吧

卖布头,这生意我们还要做下去



□记者 万虹/文 杜武/图

下岗职工谢建波夫妇,靠摆地摊卖布头起步,经过10年的艰苦创业,现在已经拥有自己的店铺,主要销售出口转内销地毯、国内知名品牌的等外品绒毯等,年销售额达一二百万元。



谢建波的妻子何向荣向顾客展示外贸地毯。

摆地摊卖布头

谢建波,43岁,原是洛阳钢厂的一名工人。下岗后,他开始自主创业。“生活迫使我去做生意。”谢建波说。失去了工作,谢建波不得不靠卖布头谋生。

由于家住东花坛附近,他和爱人便到东花坛赶会,在会上观察、寻找商机。他们看到东花坛的会上有卖布头的,这种生意投入小,资金回笼快,还有一点,谢建波的爱人和大多数女性一样也非常喜欢各式各样的花布,他们觉得这个生意比较适合自己。

于是他们去关林市场进货,再将进来的布头拿到东花坛的会上卖。

“刚开始卖的时候,连拿尺子量布都不会。”谢建波的爱人说。

就这样,他们从零开始了。

洛阳有很大的布头市场,从涧西八号的布头市场,到纱厂路的布头市场,再到关林、东花坛的布头市场,总可看见一些喜爱布头的女性在不厌其烦地挑选。

“洛阳人尤其偏爱外贸的布”,有了这个发现后,谢建波夫妇很高兴,他们决定主攻外贸布。因为这类产品染色质量好,不褪色,花型设计雅致大气,且有些外贸尾货因为瑕疵,价格往往要比正品便宜许多,在市场上很受人们欢迎。

于是,夫妇俩蹬着三轮车,去关林进货,再到东花坛的会上摆地摊零售,也会时常蹬着三轮车去涧西谷水赶会卖布。就这样,从关林

到东花坛,再到谷水,他们一趟趟地往返着,无论春夏秋冬……

一晃,谢建波夫妇摆地摊卖布走过了八年时光,这期间他们始终坚持诚信经营,以可靠的质量,合理的价格,赢得了不少回头客,两口子在为人处世上也热情大方,厚道实在,因而结交了不少朋友,生意也越做越好。

随着眼界的不断开阔,夫妇俩眼光也变得越来越挑剔,他们不再满足于仅从关林进货,希望能进到更高层次的产品。

谢建波的爱人以女性特有的对布匹和家纺产品的喜爱和偏好,认为生意可以长久做,并能越做越好,于是决定扩大经营范围。

扩大经营搞批发

在一位朋友的帮助下,他们开始去外地厂家进货,品种也随之增多。

谢建波夫妇俩在上海、广东等一些外贸厂家及国内一些知名家纺品牌的厂家都留下了足迹。他们夫妇俩决定把高档次的家纺产品,以平民化的价格提供给洛阳的消费者。

从厂家进大批量的尾货,单靠摆地摊零售是不行了。于是2010年,谢建波夫妇在关林市场租下两

间门面,起名为“中国外贸布”开始做起批发兼零售家纺产品的生意。

“高档的产品,平民的价格,这就是我们的特色。比如,罗莱二等品的绒毯在这里仅卖一百多元,而专卖店里的正品打折后还要五百多元。”谢建波爱人说。

厂家尾货一般是大批地卖给批发商,有时候甚至是成吨的货,这就需要较大的资金,不像原来摆地

摊仅需几千元就可以从关林进货。

缺资金,怎么办?到银行贷款,由于没有房产抵押,没有担保人,他们无法在银行贷款,每次进货前只有向亲戚朋友们借。“我现在的钱全部是借亲戚朋友们的。”谢建波说,“最难的是每次进货都要向别人借钱”。

由于是薄利多销,资金周转还算可以。

就是要让高档地毯平民化

“去年我店里批发兼零售的销售额是一二百万,仅地毯一项就销售了2吨。”谢建波说。

记者在店里看到,在这里,地毯是论斤卖的,一种出口日本的地毯,按斤称下来,一块儿也就百十元左右。

据了解,目前市场上的地毯,质量好的价格高,老百姓消费不起;便宜的又有气味,不环保,人们不愿意买。

“我就是要让高档地毯平民化,让老百姓也能用得起。”谢建波的爱人说。

这种出口转内销的地毯,全部由进口的纤维制成,所使用的颜料均为无味、无毒的环保颜料,地毯图案或清新淡雅,或富丽豪华,花色有几十种之多,尺寸或大或小,有十多种规格。因略有瑕疵,价格比正品便宜很多。冬天,家里的地板上铺上一块儿毛茸茸的地毯,不仅增添了不少暖意,也美化了居室。

看到去年这种出口日本的家居地毯销量不错,最近他们又从上海新进了一大批。

当记者问到,今后会不会转行经营别的时,谢建波坚定地说:“这

条路我们肯定要走下去!”

问起缘由,他说:“经过这些年的摸索,走到今天很不容易,这条路已经熟悉了,俗话说干熟不干生嘛。”

谢建波的爱人说,经营就要有特色,我们已经形成了自己的特色;再有就是自己很喜欢这些地毯、绒毯之类的东西,喜欢才能干得好!

她说,随着买房,装修新房人数的不断增多,家纺、家居产品今后也是一个很大的市场,肯定会有大发展。

餐桌上也能培训员工



□据《河南商报》

太有个性不服管,流动性大、“养”不熟……员工培训问题越来越困扰着老板们。针对如何培训员工的问题,有老板认为,服务人员有个好情绪比好技能更重要,为培养好情绪采用“餐桌交流式培训”,也可采用晋升制度,让员工感觉有奔头。

故事:90后员工不服管,80后老板很头疼

80后的王鸣在郑州经开区开了一家汽修公司,最近,几名90后员工让他很头疼。“我的店里有7名员工,有几名是90后,最近工作不认真,老出差错,我也不敢罚他们,怕给他们造成心理负担。”王鸣很无奈地说。

开汽修店之前,他曾经在4S店工作过,店里经常给员工进行培训。“我感觉自己通过培训学到很多东西,现在我把这些东西传递给工人们,为什么他们就不接受呢?这些员工都是专业汽修学校毕业的,但是连一些基本常识都不知道。给他们讲他们又不服气,总认为自己是正确的。”

王鸣说。王鸣也不忍心直接辞掉他们,“工人不好找,最困难的时候,店里就俩人,来活了没人干,只能干着急,现在店员多了,只想把他们培训好了”。

困惑:他觉得员工不接受可能是因为自己在培训方面不专业,只好放一些有关培训的影碟给他们看,“但是,这些90后们很不屑一顾”。

“培训对他们有好处,不管他们走到哪里,那都是自己的资本呀。”王鸣现在很困惑,对这帮90后员工,他不知道从何下手对其进行培训。

建议:晋升制度,让员工感觉有奔头

卖圣诞用品的赵峰这两天正发愁怎么招员工,“上一批来的3个员工,我费了好大劲儿把他们培训好了,谁知道刚上手没多久,招呼也不打一个,人就没了”。

对此,在德化街开服装店的高波很有心得,“留人要留心,员工流动性太大,无非是工资低、待遇差、没有前途三个方面的问题。”

解决之道:高波用一套完善的晋升制度来培训员工,让员工感觉有奔头。

“想要让员工有积极性,培训

他们如何晋级很有必要。我把员工晋级分为三个阶段:普通店员、销售经理、店长,当销售额达到一定高度,就可以晋升,职位越高,底薪越高。”高波说。

为员工在晋级之前有心理方面和能力方面的准备,高波会找培训师来讲课,“销售额高了,也要让员工自身的素质提高”。

高波在培训店员的过程中,会专门挑一些有培养前途的员工进行重点培训,“这样才能保证店面人员的稳定”。

经验:餐桌上也能培训员工

“对于服务人员来说,有个好情绪比好技能更重要。”付霞说,她在郑州市西郊开了一家化妆品店,店员是几个年轻小姑娘。

“顾客挑三拣四,态度不好,很容易影响员工情绪,带着不良情绪卖东西,肯定卖不出去。”付霞说。

这种情况下,她也不批评店员,“她们情绪已经不好了,你就不能再对她们进行批评了”。

解决之道:付霞的解决办法是下班了请大家聚餐,“在餐桌上,没有老板和员工之分,店员的抵触性就降低了”。

她称这种方法为“餐桌交流式培训”,在餐桌上,对员工进行情绪引导,“不要对员工凶巴巴的,这样只会让她们有想离开的念头,要让她们觉得我们不只是老板和员工的关系,餐桌是一个很好的交流平台”。

863创智广场
65557999/60689863
置业投资新平台

全程协办:



深蓝远航资本

讲述您的创业故事
欢迎您提供线索

聆听他人创业建议
电话:18638358812