

齐普生信息

热烈祝贺齐
普生信息荣获
2004-2005 年度
华南区成功公
司网络卓越分
销商

深圳市齐普生信息科技有限公司主办·第三期 2005 年 6 月 30 日 星期四 网址: WWW.CHIPSINFO.COM.CN

销售额同比增长四倍 齐普生信息分销业务实现重大突破

【本报讯】到本期报纸与广大读者见面的时候,今年上半年已经成为过去。齐普生信息公司上半年变化最大的,就是公司分销业务获得重大突破。今年上半年,齐普生信息公司实现的分销业务额相当于去年全年的两倍,与去年同期相比劲增四倍。与其他几家分销总代理相比,齐普生信息介入 IT 产品分销领域的时间比较晚,起点比较低,但经过去年的不懈努力,齐普生信息的信息分销业务获得了长足发展,公司荣获了华为

3Com “最佳分销总代理”奖。

今年上半年,齐普生信息从战略高度重视分销业务。首先,公司从人力上开始向分销业务倾斜。公司今年配备了 8 名专职分销业务的销售人员,分布在全国 8 个重点地区。

在渠道方面,齐普生信息构建了 100 多家二级分销核心渠道,形成了全国一盘棋的分销体系,而且这些渠道正在不断完善。

齐普生信息公司在全国各地建设了库存分库,现

在已有 8 个库存分库,并且其库存量有一半都是在分销方面,完全做到了货物充足、品种齐全。此外,公司今年三季度还将再增加 8—10 个库存分库。到年底,公司 23 个办事处都会有自己的库存分库。届时,齐普生信息的快速反应能力将大大增强。

公司在人力、物力、财力等诸多方面的倾斜支持,使齐普生信息的信息分销能力大幅提升。几乎所有二级分销商遇到的具体棘手问题,齐普生信息都是先扛下来,为他们解除了

后顾之忧。

齐普生信息在发展分销业务的同时,也注重全面提升员工的服务能力。在各地库存分库建立以后,齐普生信息公司具备了一天完成配货的快速响应能力。而库存品种的齐全,也有力地配合了销售商的运营,达成了共赢、多赢的局面。

公司要求一线销售和支持部门不但要做好份内事,还要做好市场的疏导工作,帮助二级分销商了解华为 3Com 的渠道政策、商务政策和产品特性,

通过开展培训活动,帮助他们分析市场机会,捕捉市场商机。齐普生信息的一线销售切实加强了与二级分销商的沟通工作,对于核心二级分销商,公司一线销售每周都要去一两次,做到实时了解经营状况,了解库存变化,了解二代需求。一线销售凭着“一张嘴、两条腿”,忠实地贯彻了公司的经营战略,公司还要求一线销售要有“一颗心”(用心服务)、“两个脑”(左脑要想着分销商的需求,右脑要想着如何服务好),来提升市场营销

水平。

公司常务副总经理王春明分析说,分销业务实现重大突破,对公司长远发展将产生重大影响。做好分销业务,可以更好地锻炼队伍,进一步提升公司的核心竞争力。公司的发展,也会越来越依赖于分销渠道的建设。齐普生信息的前途就在于不断拓宽属于自己的分销渠道,不断壮大自己的分销团队,构建更加广阔的管理支撑平台。齐普生信息在分销方面创出的品牌效益将会越来越大。

公司正式启动 ISO9001 质量管理体系贯标工作

【本报讯】齐普生信息科技有限公司 4 月 13 日召开 ISO9001 质量管理体系贯标动员会议,正式启动 ISO9001 质量管理体系贯标工作。

公司目前正按计划、分步骤地组织进行了一系列的贯标前期准备工作,如成立贯标认证工作小组、制订 ISO 工作周会制度、组织公司 ISO 体系诊断、策划 ISO 文件体系架构、组织进行文件编写和文件会审等工作,这些工作的顺利完成,为齐普生信息公司的正式认证打下了良好的基础。

公司已经完成 ISO9001 体系文件的编写,其中《质量手册》1 份、部门职责 7 份、程序文件 6 份、作业指导书 48 份,共计 62 份文件。体系文件自发布以后,将成为公司各岗位和工作流程实施的标准规范和准则,公司的各项活动都应按照体系文件的操作规范严格执行,从而全面提升公司的管理水平和产品质量,为公司走上规范化、标准化和科学化、系统化的道路奠定

基础。

ISO9001:2000 质量管理体系是齐普生信息科技有限公司融入市场与国际接轨的必经之路,也是公司增强竞争力的有效举措,公司将积极按照行业标准和贯标要求,规范和完善公司内部各个管理环节,提高服务质量;提升服务能力,以崭新的姿态和饱满的精神状态让社会满意、顾客满意、员工满意,使齐普生成为广大客户值得信赖的品牌。

ISO9000 标准是国际标准化组织(即 ISO)制定和发布的一个管理类标准,它总结、提炼了世界各国质量管理理论及实践经验的精华,是一套先进的质量管理标准。齐普生信息科技有限公司导入质量管理体系,是公司领导从长远的发展战略角度出发,其目的是规范公司管理,提升公司整体管理水平,使企业能持续、健康发展。贯彻 ISO9001 标准,是促进企业整体管理水平提高的有效途径,也是企业增强市场竞争力以及自身生存发展的需要。(周凯)

【本报讯】《计算机产品与流通》杂志社对全国 532 家最大规模的分销商进行了细致地市场调查,最终形成完整的调研报告,并从中选取了最有特色的公司,从中评选出 2004-2005 年度的卓越分销商。齐普生信息科技有限公司凭借去年的快速发展,荣登华南区网络产品卓越分销商第一位。

目前,齐普生信息公司处于较快的扩张过程

齐普生信息荣获 2004-2005 华南区 成功公司网络卓越分销商

中,已成为各区域网络分销市场的中坚,在网络分销市场中也担当重任。在竞争日益激烈的市场环境下,公司不断提升和扩大自身的各项服务能力,加强渠道覆盖的广度与深度,加大开拓市场的力

度,为顾客提供良好的售后服务和技术支持。公司非常注重内部管理,保证了现金流正常流转及最大增值。在业务不断增长的情况下,公司逐步建立起自己完善的信用管理制度,保证资金的安全、

完整。2005 年对于齐普生信息来说是异常关键的一年,齐普生信息公司将抓住发展的机遇,扬长避短,争取在经营管理、服务水平和销售额度上取得更大的成绩。

(毛丽娜)

计算机技能竞赛落下帷幕



【本报讯】为促使员工提高计算机操作水平,提高工作效率和工作质量,同时丰富和充实员工的业余生活,6 月 25 日下午,齐普生信息科技有限公司在公司总部组织了计算机技能比赛,此次比赛有总部商务部的全体员工以及其他部门的助理等员工计 30 余人参加。比赛共分 WORD 和 EXCEL 操作 2 个部分。经过激烈的比赛,人事行政部宁晓娜荣获 WORD 和 EXCEL 两项比赛第一名,第二名分别由周菁菁和赵俊获得。

(陈飞)

投入巨大人力、物力、财力 齐普生信息加大市场推广力度



【本报讯】2005年,对于快速发展中的齐普生信息来说是异常关键的一年,因此,公司今年注重加强了公司品牌形象的宣传和推广,全面加大了市场宣传的力度,投入了大量的人力、物力、财力在全国范围内开展了各种形式的广告宣传和市场推广活动,

包括配合厂家的各种产品所做的推广活动,SOHO产品的培训会、卖场促销、SMB巡展、新产品的地市巡展等,仅今年上半年就搞了30多场活动。这些活动在全国各地的开展取得了良好的市场效益。

通过上半年对SOHO产品的推广,齐普生信息收获很大,公司在SOHO业务上取得了非常良好的业绩。齐普生信息在各地开展的SOHO培训会,针对代



理商的销售、技术、卖场人员分别进行,有重点不间断地举行,为华为3Com公司的SOHO产品在各地树立品牌奠定了基础,也颇受渠道的好评。SOHO卖场活动的促销,为华为3Com产品打入各大卖场做了很好的铺垫,使华为3Com公司的SOHO产品在全国的各大卖场的销售

额快速攀升,取得了很好的销售业绩。今后,公司将进一步总结前期推广中出现的问题并及时进行调整,争取在下半年SOHO业务中取得更好的成绩。

为了配合厂家推广的“网络成就未来—2005年华为3Com春季巡展”,齐普生信息深入到各个省地,举行了相关主题的巡

展活动,取得了有关的项目和渠道信息,为华为3Com产品在地市级地区的业务开展打开了局面,巡展的地市包括东莞、青岛、遵义、柳州、威海、合肥、绍兴、南昌、上饶、九江、赣州、喀什、台州、无锡等城市。通过此类型展会,提升了华为3Com网络产品在全国各地市中小企业中的品牌形象,使他们对华为3Com产品有了更加深刻的认识和了解,为华为3Com在今年各地市中小企业网络建设项目大规模启动取得品牌效益打下了基础。

随着各项市场活动的成功举行,以及对华为3Com产品更好的推广,相信将会有更多的代理商和用户加入到与齐普生信息合作的阵营中来,共同拓展华为3Com业务。

(毛丽娜)

维保服务异军突起

齐普生信息力保服务龙头地位

【本报讯】今年是华为3Com的技术服务体系改革的一年,以前的增值服务逐渐被维保服务取代,针对此次变革,公司提出了“适应变化、发挥优势、再创佳绩”的目标,要求利用我们已有的技术优势,结合销售力量,抓住机会,做大做强维保服务。

齐普生维保服务主要包含三方面的内容:

一、华为3Com设备安装服务,即从客户应用需求出发为宗旨,为客户提供华为网络产品的咨询、设计安装、设备升级、调试服务。

二、华为3Com设备运营维护,即部分代理商、集成商从关注网络本身发展到关注客户,而产生维护外包的需求,公司可以提供相应的代理维护服务产品,保障用户网上设备高速稳定的运行。具体包括:网络故障诊断服务、远程技术支持服务、现场技术支持服务和客户培训等。

三、华为3Com设备的备件服务,即公司销售给合作伙伴或最终客户的,按年度签订的备件维

修或更换服务。华为3Com厂家对设备的保修期一般为一年,我们为合作伙伴或最终客户提供后续的备件维修或更换服务。备件服务主要针对备件服务需求比较大的合作伙伴和最终用户设计。

齐普生信息在维保服务方面,能够提供专业、高效、完备的服务,如在快速硬件更换方面,由于公司业务辐射全国,23个办事处分布于全国各大中城市,同时拥有4个备件中心,能够向客户直接提供快速硬件更换,在第二个工作日内发出备件,发出地点可能是某个区域备件库或分拨中心。紧急情况下,可由现场工程师以最快速度从最近的备件中心领用备件赶赴现场进行更换。又如在后培训方面,公司可以根据客户的需求,为客户提供一次/年专项技术培训。由于公司是华为3Com培训中心银牌合作伙伴,拥有华为3Com培训金牌讲师和数名高级讲师,培训实力雄厚,保证了培训的专业性和目的性。(唐珊珊)

去年上半年我侧重于售前工作,在此期间,既品尝过项目中标的喜悦,又体验过丢单的苦涩。售前工作是沟通用户和市场人员之间的桥梁,一方面需要深厚的技术功底,另一方面又需要敏锐的市场嗅觉。

以下,我总结了我在售前工作的特点并针对实例提供一些解决思路。

一、前瞻性

我是华为3Com的全国总代,面对的是省级乃至全国级别的大项目,各厂商竞争激烈,因此推出的方案应具有前瞻性,针对各竞争对手的劣势加以打压。售前工程师不仅要熟悉华为3Com产品专家,也要是其它厂家产品的能人。厚积薄发,登高望远,只有靠平时的大量积累,洞悉各竞争对手的解决方案才能在实际工作中占得先机,一举中标。

去年江西某项目,一款路由器设备技术要求为:吞吐能力大于400Kpps,在客户心目中华为及思科的对应产品应为Quidway NE05E和Cisco 7204VXR,但此时思科有一款新产品C3845出现,吞吐能力500Kpps,能够满足客户要求,但价格大幅下降,此时华为的产品线在NE05E以下的设备是AR46系列,转发能力只有220K。这时只有紧急联系总工办商量对策,恰好AR46的二代引擎正在开实验局,二代引擎的转发能力为1000K,也能满

怎样做好售前支持工作

足要求。针对这一情况,撰写两种方案,比较各自优缺点,引导客户弄清产品的对应关系,最后终于在发标时强制指定此款设备型号为NE05E或C7204VXR,确保了华为产品的价格优势,最后终于中标。

思科是业界领先的厂商,新产品层出不穷,它的解决方案往往给其它厂商设置了重重堡垒,难于中标。在华为65系列的48端口千兆电口板面世之前,思科的48电口板需要华为65系列的2块20电口和1块8电口板对应,应标价格直线上升。目前思科有一款48千兆电口交换机C4948,去年华为尚无对应产品,如果在标书指定一款非模块化设备需要48个千兆电口,而且又加上这么一条“所有网络产品为网管方便采用同一厂家产品”,这样一来实际上已经宣布华为出局,此单非思科莫属了。当然在多次蒙难之后,华为现在计划推出一款新交换机S5648P来解决被动局面,网站上已有相关介绍。

面对思科这一强大对手,华为产品也有自己的特点。如以前交换机的自动MDI/MDIX特性让思科非常被动,当然近期思科的新产品也有了这一特性。目前华为的S65系列

交换机的路由交换板Salience III(尚无公开报价)的交换容量高达384G,标书上如果写明这一指标,则思科必须要采用C65系列的Supervisor Engine 720超级引擎来应标,则价格直线上升,对突出华为产品的性价比优势极为有利。

二、不确定性

只有完美主义者才能做售前,你付出,但不一定得到。能否中标受很多因素影响,客户关系、价格、代理商实力、售前方案质量都是其中之一。“有心栽花花不开,无意插柳柳成荫”,往往心血沥血地完成一个方案,但最后投标失败,而一个模式化的方案最后却能一举夺魁。售前工程师能做的就是尽一切可能了解用户需求,针对具体项目情况有的放矢地强化方案内容,争取将胜利的天平偏向己方一点点,再多一点点。

三、艰苦性

在用户面前,售前工程师是专家,代表了公司技术水平,有时甚至代表了厂商水平。专家就是懂得比客户早,懂得比客户多,懂得比客户深。只有通过平时的点滴积累和长期坚持不懈的努力学习才能成长为一个专家。

在网络技术方面,发展日新月异,用户的技术

水平和需求也水涨船高。以前用户懂得BGP就不错了,随后又要你跟他解释MPLS VPN,现在又要你同他交流IPV6,谈谈华为产品对IPV6的支持情况。网络畅通已经司空见惯,现在要解释如何通过QoS技术保证语音或视频业务在带宽拥塞时正常工作。

在设备产品方面,目前华为3Com的产品线很长,交换机、路由器、防火墙、业务系统、语音设备、视讯设备一应俱全,新产品层出不穷,作为售前要一一掌握。而相关产品的竞争对手情况也要密切关注,高端设备上的友商—思科,低端设备上的友商—锐捷、D-Link,这些厂商的主页也要经常浏览,才能发现异动,及时制订对策。

综上所述,售前工作如此艰巨,单靠个人的力量难以出色完成。因此需要各位工程师一起努力,加强沟通,互通有无。在条件适当的时候,应在公司服务器上建一个资料库,可以把各行业的典型解决方案,各友商的产品对比资料分门别类地整理归纳,供大家学习和参考。

我们坚信,只要团结一致,协力互助,必将为用户和代理商提供一流的售前支持,为公司的市场销售工作提供强劲动力。(罗浩)

北京办事处
通讯地址:北
关村东路12
景C座501
邮 编:10
电 话:01
传 真:01

上海办事处
通讯地址:上
宛平南路38
园5号603C
邮 编:20
电 话:021-54
传 真:02

杭州办事处
通讯地址:浙
文二路418
30幢3单元
邮 编:31
电 话:0571-8
传 真:05

合肥办事处
通讯地址:合
128号纺织
厦3楼313室
邮 编:23
电 话:0551-7
传 真:05

南京办事处
通讯地址:南
2号黄埔花
元211室
邮 编:21
电 话:02

西安办事处
通讯地址:西
发区西科
锦园C座3-
邮 编:71
电 话:02
传 真:02

乌鲁木齐办
通讯地址:乌
华北路104号
大厦公寓楼
邮 编:83
电 话:09
传 真:09

贵阳办事处
通讯地址:贵
神奇路粮贸
邮 编:55
电 话:08
传 真:08

呼和浩特办
通讯地址:内
特市新城北
1号楼2单元
电 话:04

天津办事处
通讯地址:天
江苏路13号
电 话:02

长春办事处
通讯地址:长
20号宽平街
电 话:04

兰州办事处
地 址:兰
民勤街62号
邮 编:73
电 话:09
传 真:09

华为 3Com 劳动和社会保障行业 VPN 解决方案

一、劳动和社会保障行业网络情况简介

劳动保障网络系统从功能上分为办公网、业务专网、公众服务网。办公网是支撑劳动保障部门建立的公文流转、部门内部办公应用的网络。劳动保障部门办公网主要为各部门办公服务,还将与国家电子政务内网连接,实现政府部门间的信息交换和共享。电子政务内网属涉密网络,因此办公网应按涉密网络进行建设和管理。业务专网将支撑劳动保障业务应用系统的运行,是依托国家电子政务外网平台/公共通信网络平台,覆盖全国各级劳动保障部门、经办机构或业务代办点的网络,实现数据、语音和视频信息的传递,并通过与政府相关部门(公安、财政等)和其他相关单位(医院、药店、银行、邮局等)的连接,实现相关信息的交换和共享。公众服务网是各级劳动保障部门利用互联网或电话咨询服务中心,面向公众提供政策咨询、业务查询、网上职业介绍、网上参保登记和网上申报服务等的外部网络。

办公网和业务专网之间物理隔离,业务专网和公众服务网、互联网之间逻辑隔离。在国家电子政务外网平台建成之前,劳动保障业务专网利用公共通信网络平台进行建设。

劳动保障系统办公网分级建设,暂不进行互联;公众服务网可通过互联网或业务专网进行连接;业务专网纵向连接部、省、市劳动保障部门和各业务经办机构,横向连接相关部门和单位。

劳动和社会保障业务专网分为三级网络,分别是:

国干网络——为实现劳动和社会保障部与各省劳动保障部门进行业务互联建立的覆盖全国 31 个省的国干网络,目前该网络已由华为公司承建完毕。

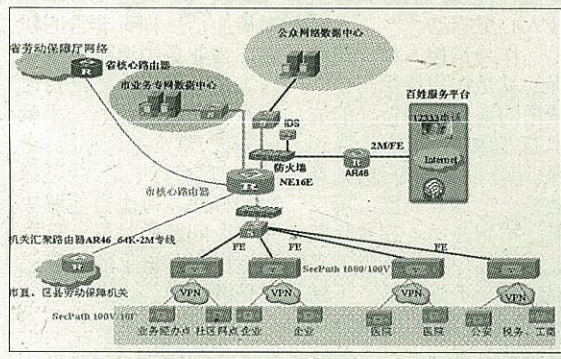
省干网络——为实现省劳动保障厅与各地市劳动保障部门互联而建立的覆盖全省所有地市的省干网络。

地市级城域网——以地市中心,覆盖所有市内机关和各区县机关以及劳动保障直属业务经办机构及税务、工商、医院、药店和企业等第三方单位的城域网。

在地市级城域网中,各边缘节点与中心节点互连方式除少数采用光纤以太网接入方式和电信专线接入方式外,大部分边缘节点均采用 VPN 的方式接入中心节点,来组成 INTRANET 或 EXTRANET。

华为 3COM 公司劳动和社会保障行业有以下两种 VPN 解决方案:

1、劳动和社会保障行业分支机构和业务合作单位 VPN 连接解决方案部署模式如下图所示:

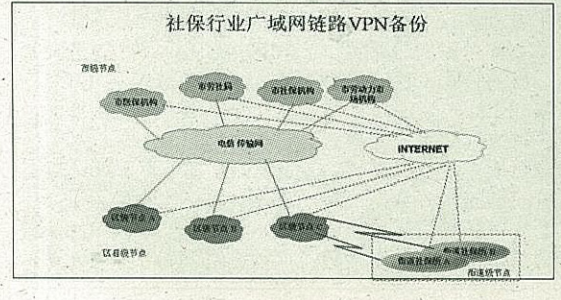


组网说明:

1)、在汇聚层部署 SecPath 1000 或者 SecPath 100V VPN 网关,通过 VPN 将社区业务经办点、企业、医院和药店等单位接入到劳动保障专网。由于接入到劳动保障业务专网的网点数量众多、类别不一,因此需要多套 VPN 网关按照不同类别将用户接入到劳动保障专网,如按照业务区分的养老保险、工伤保险、医疗保险、劳动力市场 VPN 网关等。

2)、在接入层,视网点规模大小部署 SecPath 100 VPN 网关或者 SecPath 10F 网关,通过 VPN 接入到地市级劳动保障城域网。

2、劳动和社会保障行业广域网专线 VPN 备份解决方案如下图所示:



顾名思义,备份 VPN 是指将 VPN 作为链路备份的手段。由于 VPN 组网价格低廉,因此用 VPN 链路作为专线链路的备份链路是一个不错的选择,这是 VPN 销售的另外一个机会点。

在上图中,专线作为主要链路用来连接分支机构和社保中心,当专线发生故障时,流量自动切换到 VPN 隧道上,从而实现了链路备份;当专线恢复的时候,流量自动从 VPN 隧道切换回专线链路。

但是为了实现上述自动链路切换,必须能够实现动态路由协议穿透 VPN 隧道,这往往需要借助于 GRE VPN 技术。华为 3Com SecPath 系列 VPN 产品很好的解决了这个问题,通过“动态路由协议+GRE 隧道+IPSEC VPN”技术,动态路由协议可以自动的适应链路的变化进行选路。这个技术特点也是我司 VPN 解决方案的一个特点。

相比于拨号或 ISDN 的备份链路,VPN 组网保证了线路带宽,给用户以专线般的感受;相比于专线的备份链路,VPN 组网避免了线路的带宽和租金的浪费。

二、劳动和社会保障行业 VPN 组网优点说明

地市级劳动保障城域网建设,也就是地市级金保工程,往往包含地市级金保数据中心建设和地市级金保城市网络建设(城市 WAN 和 MAN)。使用 VPN 组网方式代替专线/拨号的方式来组建劳动保障城域网,主要有下面的优点

★ 性价比高

传统的劳动保障城域网有两种方式进入社保业务网络,

★ 采用 PSTN 的拨号方式点对点的接入到社保专用业务网络。此方式按需接入,易于实现,物理链路接入,安全性高,费用较低,但线路带宽较低。

★ 通过租用电信运营商提供的物理或逻辑专线方式实现最终社保相关单位的接入。此方式用户永久在线,租用线路费用较高,运营商的 VPN 无法实现隧道的 IPSEC 加密,但线路带宽可按需租用。

VPN 组网实现了上面两种组网优点。远程 VPN 网关只需接入当地的 Internet,然后通过和地市级金保数据中心建立 VPN 隧道,就可以接入地市级金保数据中心。由于各种宽带接入技术的普及,使得宽带 Internet 接入的月租费十分便宜,而且加密/解密的时耗,速度也比拨号要快很多。因此 VPN 组网既可以大幅度减少专线组网的费用,也可以使用户感受到类似专线的通信速度。

★ 组网灵活,覆盖面广

和 VPN 相比,专线组网不灵活。DDN 链路和 SDH 链路等都需要电信运营商有相应的网络资源在申请专线的企业分支机构的附近,才能较快的开通;否则的话,需要有较长的调度周期。对于某些通信设施没有到达的地方,甚至可能 DDN 线路/SDH 线路根本无法覆盖。相比之下,由于目前 Internet 的普及,宽带基础设施覆盖面则广的多,也更容易组网。由于劳动和社会保障城域网点分布范围十分广,包括:社区业务经办点、工商、企业、医院和药店等单位,VPN 组网方式比专网更加合适。

★ 扩充性好

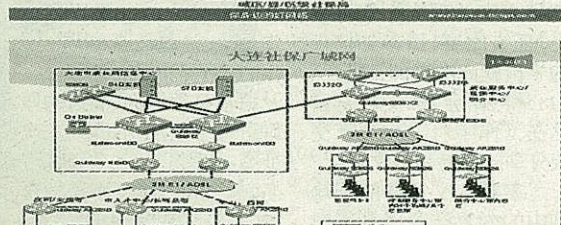
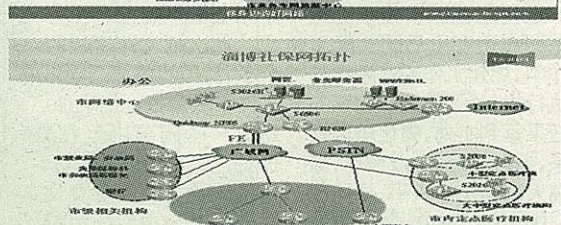
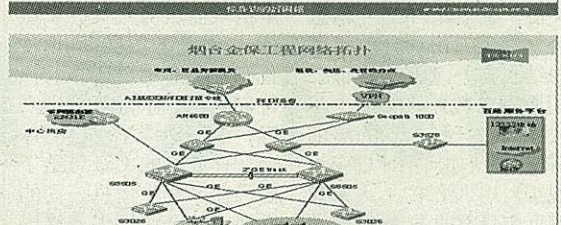
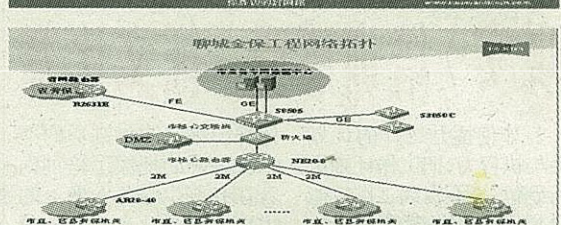
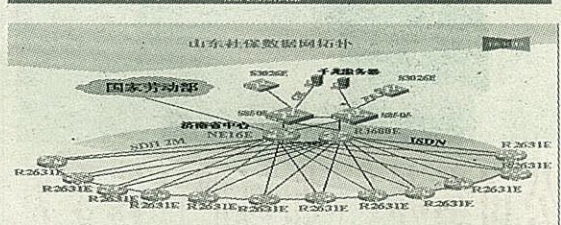
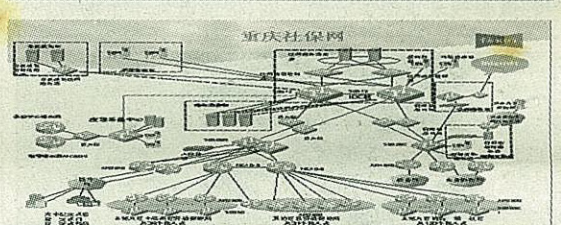
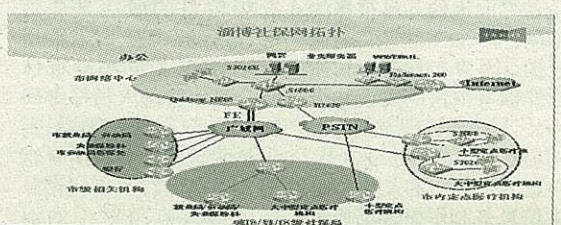
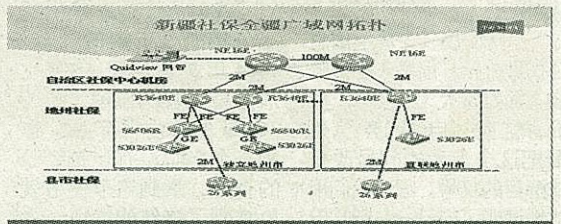
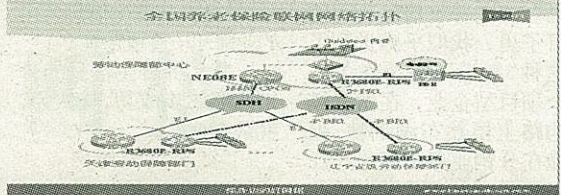
用 VPN 组网,总部只需一台高性能的 VPN 网关(有时考虑到高可靠性,可能需要两台)。通过配置,一台中心的 VPN 网关可以和上百个远程分支机构建立 VPN 隧道。如果是专线组网,则由于接口数目的限制,可能需要随着分支机构的增多,要不断的增加中心的网络设备。由于劳动和社会保障城域网点可能随着业务的增加有较多的新网点接入,因此,VPN 组网在扩充性上较好。

★ 高安全

IPSEC VPN 技术实际上是下面一系列技术的集合:
★ 隧道技术:IPSEC、L2TP 等等
★ 加密技术:DES、3DES、AES 等等
★ 消息完整性技术:MD5、SHA-1 等等
★ 认证技术:RSA 数字证书认证、Pre-shared Key 认证等等

通过上面几种技术的集合,可以保证数据在公网传输时的私密性(加密技术)、不可否认(消息完整性技术)和发送方的不可否认(认证技术),另外隧道技术保证了 Intranet 拓扑在 Internet 的透传。如果采取了较强的加密算法,如 3DES 和 AES,以及较强的消息认证算法,如 SHA-1,我们可以认为 VPN 可以达到和专线一样的安全性。

三、典型案例



态度决定一切

罗曼·V·皮尔在书中写过,“幸福就是不断的前进”,在齐普生信息公司的日子里,我似乎感觉到了这种“幸福”,因为作为一个项目型企业,在做分销的路上虽然布满荆棘,但是在分销业务上还是像江口溃堤,如奔腾江水勇往直前。

一直以来,齐普生信息公司做分销,很多人都在脑袋上面打着大大的问号。然而,我们通过自己的努力,逐渐把这个大大的问号改变成醒目的叹号。因为我们用成绩证明了自己——行!但是随之而来的却是很多的猜测,有人说齐普生信息做分销是因为市场情况好,所以能够有很快的发展和进步,但是按照道理老牌的分销企业更应该是如日中天,可是不然,还有人说,齐普生信息是利用原有项目客户的资源拽来了很多分

业绩,但是作为 SOHO 这样对于华三都是新型产品的分销销售,齐普生信息公司的业绩却一直领先前茅。

其实齐普生信息的信息分销,在做分销的路上虽然布满荆棘,但是在分销业务上还是像江口溃堤,如奔腾江水勇往直前。

“拥有信念比拥有才能更重要”

2004年,是齐普生信息分销的一个新的开端,2004年5月1日,齐普生信息公司首次包销了华为3Com的路由器产品。作为一个当时没有包销经验的企业,拿到这个任务就象拿到了烧红的铁块。齐普生信息的做法是先冷却,再分析。“五一”长假所有的销售人员都没有休息,销售管理人员仔细研究了市场,分析了渠道,写出了明确的指导。所有销售人员在已有一年包销经历的强大竞争对手的面前,提前进入了市场,抢占

了先机。在那一个季度,所有的销售团队紧密合作,从原来0的销售业绩一次猛冲到了900万,做到了当时路由促销的首把交椅。虽然大汉淋漓,但是我们内心喜悦!

虽然可能是偶然,但是也是必然。齐普生信息的团队最重要的因素就是一种信念、一种态度,就象罗曼·V·皮尔说的“拥有信念比拥有才能更重要”。在齐普生信息,别人能做到的,我们都可以做到。也许我们的资质浅,但是我们有着这种坚忍不拔的精神,有着勇于挑战的气魄,有着“我在故我能”的信念。在任何挑战面前我们的态度就是考虑清楚后,冲!

“夹着‘目标’的汉堡”

齐普生信息分销的发展,就象齐普生信息公司

逐步壮大一样,毕竟公司的企业文化会影响着整个工作的过程和细节。齐普生信息公司自上而下都求一个“稳”字和一个“细”字,每一个阶段都摆明一个目标,每一个目标都会一个台阶一个台阶稳扎稳打的接近与完成。

2004年对于齐普生信息还有更大的一个挑战——SOHO产品分销,SOHO产品对于厂家来讲都是一个新兴的产品,从产业链上、渠道链上都是“另一村”的景象。对于齐普生信息来讲,这更是一个新的挑战,对于一个长年致力于项目发展的企业,做这样一个消费类的受众群完全不一样的产品,压力可谓前所未有,但是齐普生信息还是“下单”了。从最初的几千元开始,到后来的300万,到500万,到800万,到1000

万,一个个目标的旗帜摆在眼前。虽然在这个平台上有强劲的对手,但是齐普生信息还是依照着自己的信念和态度,一个个目标的击破。可喜的是,我们不仅领先了,而且是一直都在领先。

“立事于行、服务于心”

回想齐普生信息初做分销的时候,全年的业绩不到3000万。可是短短一年以后,齐普生信息的业绩一个季度已经不只3000万。齐普生信息发展的确有目共睹。

齐普生信息每个人的心里都一直秉承着八个大字作为自己行事的坐标“立事于行,服务于心”,踏踏实实做事,用一颗真诚的心服务,这应该是齐普生信息态度的一种体现。从细中看到问题,从稳中求得发展,在不断解决

问题中完善和强大。

记得在一次会议中,我提到过:齐普生信息做生意,先是要做人,然后再去做事,最后再去做生意。先把你的客户看作你的朋友,然后再以一颗对待朋友的心去为他考虑做好每一件事。

当然,齐普生信息的发展只靠一种信念、一种态度,还不能走的更远,但是有着对事的正确态度和信念,我们能够更加快速的成长。

齐普生信息2005年的目标是“营销”,在坚定信念和端正态度的基础上,瞄准目标。更多的积累经验,让销售有着更多的技巧,让销售有着更多的思想。

在齐普生信息,我似乎又要感到“幸福”!因为在齐普生信息我学到了做事的一种态度,在齐普生信息我感受到了一种态度所收获的结果。还是引用罗曼·V·皮尔的话“幸福就是不断的前进”,结合我的感受,我要冒昧的改改这位文学家的语言,其实幸福也是不断的健康成长! (刘钢)



公司举办《〈如何把计划变为现实〉培训感受》征文比赛

如何提升工作的计划性与执行力,把工作计划执行到位,进而提高工作效能是提升企业经营竞争力的关键。鉴于此,齐普生信息公司在4月份召开的年度总结大会上,邀请了金证公司原副总裁孙建文博士为大家作了一场生动的培训讲座——《如何把计划变为现实》。培训结束后,大家普遍反应受益匪浅,纷纷表示一定要把在课堂里学到的东西应用在以后的实际工作中,加强工作的计划性与执行力。为了使此次培训的效果落到实处,强化培训效果,真正做到学以致用,提高大家的工作水平,公司在5月份专门举办了《〈如何把计划变为现实〉培训感受》征文比赛,请参加培训的学员就此次培训,将自己的心得、体会、感受或是自己在工作中可以与大家交流分享的经验写成文章。

参赛的文章都能把培训中的内容结合自身工作以及齐普生公司实际情况

体现出来,比如高勇的文章就很好的把握了培训内容在齐普生服务发展上的体现,文章从齐普生公司申请增值服务代理,到认证,以及业务拓展,到规模化四个层面结合计划的执行与变化、承诺等培训内容,很好地谈了自己的体会。孙爱华的文章总结了自己在齐普生信息公司的发展,结合培训内容谈出了用心做事的重要性。

此次征文比赛历时一个多月,虽然各部门同事的工作都很紧张,加班加点,还有一些同事出差在外,仍抽出时间撰写了文章。本次比赛共收集参赛文章数十篇。公司专门组织了评委会按照征文是否紧扣主题,主题是否鲜明,突出,是否切合公司现状以及语言是否流畅、简洁的原则进行了认真的评审。本次征文共评出一、二等奖各1名,分别由高勇、孙爱华获得,三等奖2名,由陈飞、赵文瑞获得。(陈飞)

急客户之所急 想客户之所想

——记福州办经理黄飞

福建,地处我国东南,其IT产业发展一直走在行业前列,戴尔、实达等国内外著名IT厂商雄踞此地,一向是兵家必争之地,导致福州市场竞争形势严峻,大项目少、小项目多,而且涌现一批实力较强的中小IT公司,且从业人员素质普遍较高。正是在这种严重的竞争环境中,齐普生信息公司也加入了福建市场的激烈竞争。

黄飞,一个已过不惑之年的中年男性,担起了齐普生信息福州办的担子。在福建严峻的市场形势下,他不是一味的与厂商做表面工作,拉关系、做人情,而是深入市场和客户,细致深入地开展工作,深刻把握二代和客户的需求,急客户之所急,想客户之所想。短短两三年时间,他就已经在业界树起了响当当的名号,在福建市场声名鹊起。

让大家记忆犹新的还是:有一次技术人员在给

泉州一家客户做方案时,是以技术的立场和角度完成了整套方案,无疑是一个很出色的方案。但在客户那里却着实犯愁,东西虽好,但以目前的经营规模以及经营实力未必是最好的。这个时候,黄飞说了:不用担心,我来帮你搞定。就这样,他根据自己对客户需求的把握和对客户实际情况的了解,对方案进行了全面细致的修改,配上了价格便宜,而且功能又能满足客户工作需要的设备,等方案做完的时候,离天亮已经没有多久了。他顾不得回家,就在办公室的沙发上休息了一会。天一亮,连早点都来不及吃,他就立即去车站坐车赶赴泉州。等到了泉州,已经快是中午,硬是和客户谈完工作才去吃饭,客户非常感动,拉着黄飞的手说道:“黄飞啊,你这样的销售人员可真是少有,能够为我们着想,我还有什么理由不买你的产品

呢?”可以说,没有他不厌其烦的与客户交流以及这么多年营销经验的累积和沉淀,就没有他那次商务谈判的成功,有时候更是他那种从细微处着手的态度及换位思考的方式着实让人心里感动。

作为销售人员,最敏感的就是销售费用与公关费用的支出,而黄飞的成本意识和节约意识特别强。每次回公司总部,他都是坐一个通宵大巴,第二天一早到公司。在交际费上招待客户从来不出入高档场所,不讲排场、不铺张、不虚报费用,能给公司节省就节省。

平时生活中,同事都说他是一名十分幽默的人,与每位客户、代理商、同事都相处得很融洽,把所有的人当成是他的朋友,大家也愿意和他在一起,愿意把工作中的经验与他交流,一起分享,把生活中的喜悦向他倾诉,每当遇见一些难题及困惑大

家都会想起他。有一次,有一位他以前的客户,几年都没有联系过,得知他在负责福建的工作,专门找到他,要和他合作,选用我们的产品。

黄飞,对待工作就像对待生活一样,非常的执着。当业务中遇到困难和压力的时候,他能把自己关在办公室里,一呆就是一天,常常呆到深夜,给朋友、客户打电话,探讨解决的办法。每次当他解决完一个问题的時候,从办公室出来,桌上的烟缸已经是满满的。

他非常认同公司的企业文化“立事于行、服务于心”,当我们在电话采访他的时候,他说到:“走向终端,明确配角的位置、做好服务”是他做事的原则,同时他也希望通过自身的努力为公司培植真诚伙伴客户,帮助他们,与他们共同成长,建立比较稳定的核心客户群。

(陈飞、骆琼)

【合理化建议专栏】

关于设立CHIP小组的建议

CHIP系统是华为3Com进行总代进销存管理的重要工具,是各级代理商业绩、返点核算的基础数据之一。

鉴于目前公司以CHIP

为中心的营运模式,建议成立CHIP小组,专职负责公司CHIP工作以及对代理商业绩、返点核算的基础数据之一。

查、与各办事处核对CHIP数据、与二代核对CHIP数据;华为3Com反馈包括:条码反馈、分销沟通周报。

目前公司CHIP数据仅依靠Excel手工报表统计,对数据的系统性核查和分析有一定的局限性,且对前期的相关数据(特别是分销转项目、项目转分销、退货转销售、借货转

销售)核查非常困难,在一定程度上影响对CHIP数据的统一性核查,建议公司考虑使用系统(如易表)进行CHIP数据管理。

随着公司业务的增长,CHIP数据量也越来越大,尤其是后期华为3Com以条码来计算总代业绩,由此也要求我公司对CHIP的管理必须更为严谨。(周菁菁)

公司总部
通讯地址:深
深南路中国
层1302、1303
邮政编码:51
电话总机:07
传 真:07
http://www.c

广州办事处
通讯地址:广
龙口西路96
2-9F室
邮 编:51
电 话:02
传 真:02

福州办事处
通讯地址:福
38号温泉花
邮 编:35
电 话:05
传 真:05

南宁办事处
通讯地址:南
137号外贸
2618室
邮 编:53
电 话:07
07
传 真:07

郑州办事处
地 址:郑
宝花园19栋
电 话:03
传 真:037

成都办事处
通讯地址:成
上南大道长
15楼9号
邮 编:61
电 话:02
传 真:02

重庆办事处
通讯地址:重
182号立源地
电 话:02
传 真:02

济南办事处
通讯地址:济
路15号历东
3单元301室
邮 编:65
电 话:05
传 真:05

昆明办事处
通讯地址:昆
路春天映象大
邮 编:65
电 话:08
传 真:08

长沙办事处
通讯地址:长
一片四栋一
邮 编:41
电 话:07
传 真:07

南昌办事处
通讯地址:南
大道174号
座2单元302
邮 编:33
电 话:07
传 真:07