

合不同市场的高、中、低档价为迎合消费者。三是主打体育用品专用鞋的“空间”，借助体育比赛扩大知名度，主产专业运动鞋，同时带动休闲鞋的发展。四是“经营空间”，包括经营思路、经营办法、促销手段，根据市场变化，找准规律，进行不断创新。

3 加速物流管理

在物流上，他们突出一个“早”字，早准备，进行跨季节研发新产品；抢时间，在第一时间将产品送至连锁店、超市，让消费者“超前”买到跨季产品；抢资金，每一个连锁店配备微机，卖出的每一双鞋的资金能够迅速地回收，从而加速了资金周转。

双星连锁店实现统一采购、统一宣传、统一打广告，运用内部信息网的高科技管理手段使连锁店、超市、商场实现信息共享。在授权范围内，从双星代理到每一名员工，都可以看到公司共有的信息，提高了透明度。

4 定期举办大小型订货会

双星集团每个月不定期举办各种小型订货会议，每季换季之前定期举办一次综合性大的“采购洽谈会”和各类专业性的小型采购会，吸引国内大省采购商和国内双星代理，集中采购产品，定期举行行业信息交流活动，让国内外企业采购机构了解双星的新产品，提升了供货能力。集“吃、住、游、玩”高效率的交易环境，促使双星真正实现从传统的生产型企业向现代的服务型企业转变。

5 不断开拓国际市场影响力

他们勇于与国外众多名牌角逐于国际舞台，紧紧盯住国际市场，主动出击，在依靠国外客户主动上门洽谈业务的同时，借助国际市场的人才、资金、渠道，建立双星的国际销售网络。以“空调鞋、专业羽毛球鞋、专业篮球鞋、专业保龄球鞋、钓鱼鞋、步行滑冰两用鞋”等鞋类产品，“COOLMAX空调”袜、网球服等高价值服装类产品主攻美国市场，并打进了欧洲市场，打遍了东南亚市场。目前产品出口到美国、日本、香港、中东、南非、澳洲等80多个国家和地区，在国外相继建起了10个经营公司。2002年上半年，双星创汇4183万美元，年底有望突破8000万美元大关。

6 售后服务无“小事”

服务是当今市场最可市场化的商品，微笑服务、售后服务在双星已经不再新鲜。怎样让企业的品牌、信誉度在消费者心中深深扎根？双星推出了“高效率服务、蹲式服务、亲情服务”，通过三个服务达到“赢心、赢利”，最后成为市场的赢家。

前不久，双星总裁汪海收到来自银川一位退休干部的来信反映，2002年5月份女儿花了35元钱买的一双小孩凉鞋出现开胶现象。这件事情引起了双星总决策人的高度重视。在短短几天时间内将此信反馈给银川总代理。总代理张经理亲自登门向其赔礼道歉，并给换了一双新鞋。

商战如战争，在近乎白热化的激烈竞争中，双星靠信誉、靠服务、靠现代化企业的生产经营方式，博得许多跨国客商的青睐。

3531 厂靠信誉保品牌

河北廊坊3531厂在生产经营过程中，始终视信誉为企业的无价之宝，从而赢得了用户的青睐，保持了3531品牌的长盛不衰。

在激烈的市场竞争中，该厂领导充分认识到，信誉直接左右着每个企业的命运。一个现代企业如果拥有良好的信誉，其产品就会被消费者接受，企业就能不断发展壮大。因此，他们把讲究信誉贯穿于生产经营的全过程，表现在产品设计、工艺操作、生产现场、产品质量、营销及服务各个方面，要求任何一个环节都不能出问题。

新兴铸管股份公司在山西引黄工程中需要2m以上特大型胶圈，而国内以前从没有生产过，为满足客户需求，该厂从人力、物力、财力上给予大力支持，经过全厂上下一致努力，终于成功开发两米以上特大型胶圈，与新兴铸管配套后打压试水一次成功，受到业主和专家的一致好评。

最近，青岛一客户急需T型胶圈270条，价值仅2500元。当时，正值华北地区大雾天气。配货汽车无法按时送到，该厂就派专人坐火车将货送到客户手里。3531厂就是这样赢得了客户的广泛依赖。

赵引德