

3?????????LV????????????????????????????????

????????????????

1????????????????

2????????????

3????????????????

4?????

5?FA?

6?????

7????????????

8????????????

9??

10????????????????????????????????

11????????????????????

12????????????????????

????????????

1.??

2.????????????

3.??????—????????????????????/???

4.??—????????????????????

5.??—?????

6.??—????????????????????

7.????????????????

8.??——????????????????

9.??——????????????????

此段为非正文可忽略不看：生意不成，如果能做朋友那样也很好，以后可能还会有机会。如果有新产品或者降价促销的，可以给客户发邮件，这样做的主要目的是让他记住你，备胎转正的机会很多。客户说价格高除非产品很稀有或者是稀缺，否则只要是报价，迎面过来的就是说价格太贵，遇到印度或者越南客户，会毫不犹豫的告诉你，你的价格是贵的。近发现了一个怪现象，以往客户价格高，我们都会去解释为什么会高，高在哪里，国内很多前辈们也说过怎么做。但是近来，如果解释的话，我相信要么就得不到回复，要么就回复一句：Youheyourpoint，butpriceveryhigher。

????????????????????;??
??????????????

????????????????????????

??????/???????/???????/???????

???????,?????,?????

2010?,???????" ? ?????????????"??,??
??????,??????????

?.?,???

?????????,?“????????????????????”??????,?????????????,????????????????,????????????????,??-
?????“?????????”?

???,????????????????????????????

此段为非正文可忽略不看：进口葡萄酒商单纯做渠道是没有未来的 独立赛道：大零担是个相对独立市场 大零担的概念，于216年由运联正式提出（不排除此前有人零零散散提出过）并发扬光大，一时间争论不断。-218年这几年，大零担一直被大部分人被看成是被强行切分的赛道，并不完全被市场认可。直到218年，多家整合大零担的平台纷纷起网，这一概念被企业商业计划书和对外宣传中频频使用，也由此确定了大零担这一细分市场。大零担与专线1) 产品形态与组织形式谈到大零担就必须提专线。