



品牌代表自信 · 自信犹如新生

目录

- 03 新扬国际集团·林总经理讲话
- 04 新扬国际集团·柯副总经理讲话
- 05-06 2009年上半年度『Re Young 柔漾品牌体验会』回顾：
“异域风情 - 精彩沙巴之旅”
- 07-14 品牌动态：
 - Re Young 柔漾品牌形象
 - 形象店风采展示
 - 各地专卖店报导
 - 香港展览
- 15-21 市场信息：
 - 专卖店 / 形象店设立流程细则
 - 店面经营 - 新客户开发与老客户维护
 - 优秀经销商专访
 - 各地经销商活动展示
- 22 活动宣传：
 - 2009-10年度海外旅游竞赛

“2009年上半年度海外 绩优人员表彰大会”



新扬国际集团
林总经理讲话

林秋萍总经理讲话：

各位区批总经理以及各位来宾、柯副总，大家晚安！很高兴在2009年5月，我们相聚在沙巴，在座中间有我们的老朋友和我们新加入的新朋友，很荣幸认识你们，感谢各位的来临，谢谢！

09年是危机与机会并存的一年，大家都知道，全球企业危机给世界经济带来的影响，在中国大批企业面临倒闭，大部份企业银根收紧，停止扩张，失业率持续上升，就业机遇也减少，这些都使得消费者在购买产品时比以往更加谨慎、理性，

这种采购行为的变化，将引发市场的重新分化组合，而只有那些在市场上占有领导地位的企业才能在市场上最终占有一席之地。为了进一步巩固 Re Young 在市场上的地位，公司不惜巨资，重新包装了 Re Young 的品牌形象，包括了网站架构、VI 的视觉认知、系统的调整提升等，这使 Re Young 的品牌形象会更加鲜明，它完全谱写了品位的高雅、时尚专业，高档次的品牌特点。我们的机会是来自于在市场上重新的分划。当大家在放慢脚步，休养生息时，我们却自信的进行重新包装，提升品牌形象，提高品牌的高度，最大限度地巩固提高现有市场的地位，对未来的发展打好基础。单靠品牌形象的包装，是远远不够的，若想占有市场、提高地位，使 Re Young 的品牌更强大，是完全依靠 Re Young 的各位伙伴，对 Re Young 品牌的贡献和对 Re Young 事业的付出，我以有你们这一群合作伙伴，感到自豪，尤其在危机中，我们业绩曲线仍然保持上扬的趋势。专家预测：在未来的十年，内衣市场在中国年增长率保持20%的速度。尤其现在，女性对身材曲线效果的要求，越来越苛刻，然后是美体修形、塑造身材、提供专业服务

的内衣越来越受到青睐，而 Re Young 的产品就是迎合了国际、国内的内衣需求，整体发展的趋势，这种趋势是功能化、舒适化、环保化、个性化、外衣化。我们在国际市场上已有二十五年的成功经验，我们的确拥有雄厚的实力，为女性提供美丽的技术和经验。在诸位的共同努力下，争取把 Re Young 的品牌做到最精、做到最强，在中国以至全世界的土地上，大放异彩！最后，我再次感谢大家的光临，也祝我们的伙伴、朋友们在这沙巴之旅玩得称心如意、身体健康、万事如意！

新扬国际集团
林秋萍总经理



“ 2009年上半年度海外 绩优人员表彰大会 ”

新扬国际集团·柔漾品牌大中华区柯副总讲话：

林总经理、还有在坐的郭总、区批们、嘉宾、好朋友，大家晚上好！

你开心吗？(开心)好玩吗？掉进水里了吗？首先，感谢我们所有的嘉宾能够参加我们这次沙巴之旅，在这次旅行当中，我们用很轻松、很愉快、很简单的方式来体验当地的文化，我相信各位观看了刚才的舞蹈当中，大家有没有发现那些舞者，在跳的时候有没有很用力？有没有？但你会否觉得很优美？有没有深深的打动你的心？其实，在我们做任何事情时，只要力度恰到好处，什么事情都能够迎刃而解。结，是打开的，不会永远结住的。所以在这里，我们来互相勉励，体验旅游文化，也能令到我们更加提升，这点在这里跟大家做一个共同的分享。这几天，看到柔漾的女人们，哗···真的是用四个字来形容：就是“风情万种”，为什么呢？当我看到大家穿比坚尼在晃过来晃过去，抬头挺胸的时候，我的眼睛赶紧戴上墨镜来，看到了我们的伙伴在泛舟的时候，简直就是凶巴巴的女性，泼起水来一点都不饶人，掉进水里也很勇敢，尤其看你们被拖出水面，嘴里还流着溪水的时候，更感受到我们的精神是让人佩服，所以说，还好只是流水而不是流血，这方面，我们还是值得庆幸的。大家玩得很开心，虽然泛完舟，手很酸，腰很酸，但是你会发现运动完之后，你的身体结构韧带都很痛，再加上我们又

有人去玩拖曳伞，并且去蜻蜓点水一下，花钱让人把你掉到水里去，回来还说好玩好玩，这就代表我们有开阔的胸襟、开阔的胸怀，对不对？所以，我们做任何事情，绝对不会产生任何困难，并在点点滴滴当中，时常去感恩，自己去发现自己，你会发现自己是伟大的。柔漾，经过了很多的计划、变革、筛选、落实、执行的整个历程，我们确定未来的模式，将以店面经营，把全新的VI形态展示在我们的市场面前，展示在我们的客户面前，为我们过去所奠基的数万个客户做一个更贴心的服务，这是我们未来责任和建立的地方，大家说是不是？关于在这方面，稍后我们会看到公司的VI介绍，让大家感觉到：做柔漾的客户，其实也很幸福的。柔漾要在区批的带领下，建立一个服务的品牌，来服务我们未来的客户，让我们在中国的市场上做到最贴心的服务，体现产品真正的价值，这是我们未来所要走的路。经过变革、筛选、落实、执行，我相信，不管怎样，无论什么变化，我们终必向目标迈进。我们的数字目标是2.5亿，对不对？我们的实体品牌，就是我们专业的店面，对不对？我们的人才，一定要在店面这样的平台上发光发亮，大家说，对不对？我们要让柔漾的品牌：自信犹如新生。总裁说过：人生有太多选择，若没有开始去做，永远只是空谈。我们林总也有一句：梦想就在前方，因为我们已经在行动。所



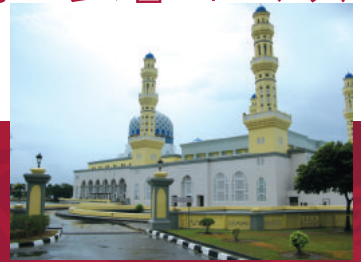
新扬国际集团
柯副总经理讲话

以我们希望，在未来事业的道路上，我们依然携手向前，我们依然共同奋进，我们依然亮丽动人，风情万种。最后，祝福各位，身心愉快，平安幸福，知感恩必能具福份。谢谢各位！

新扬国际集团大中华区
柯云峰副总经理



2009上半年度『Re Young 品牌体验会』回顾



“异域风情 - 精彩沙巴之旅”



真爱宣言——沙巴之旅



2009年5月，香港国际机场，Re Young 沙巴之旅的伙伴集合出发，经过2个多小时的航程，班机降落在热情迷人的马来西亚婆罗洲，之后的第一站就是当地极富盛名的不夜天餐厅，在饱食龙虾海鲜的同时，也观赏了当地土著的民俗歌舞，更有团员冲上舞台与表演的帅哥亲密合影。下榻当地市区最新的酒店后，伙伴们就迫不及待的开始了疯狂购物，一时间，泳衣泳裤、凉鞋帽子等全部成为我们的扫货目标，开始为几天后的“清凉”行程作准备。

经过一个晚上的休息，享用酒店的丰盛早餐后，驱车进行市区观光，参观了业庇市的地标——沙巴基金大厦，当地回教徒圣地——水上清真寺，以及华人的信仰之地——普陀寺，期间还在当地特色的饭店内品尝了著名的印度拉饼和拉茶。

后两天的行程则是沙巴旅游的重中之重——《东姑阿都拉曼国家公园之

游》和《九如河泛舟》。在国家公园内伙伴进行了喂鱼、浮潜、拖曳伞，香蕉船、水上摩托车等各种精彩刺激的活动，还有伙伴“乐不思蜀”——忘记了到时间要补擦防晒油，不小心被晒伤，在这里，让我们为她们的“为了快乐，不怕牺牲”的大无畏精神表示敬意!!!在海中、沙滩上，Re Young 女人尽展风姿，大 Show 迷人曲线，赢得了很多“金发碧眼”的羡慕眼光，更是让我们的帅哥导游不住的擦口水、抹鼻血……而泛舟活动则让我们的伙伴们知道了协作的重要性，大家共同前进，齐心协力，甚至在打水仗时也是“一致对外”，热闹非凡，而我们的柯副总也是在这一环节中英勇负伤——因为在擦防晒油时一不小心忘了膝盖部位，结果被“烤”红了！

真的是非常快乐而激动人心的活动，让我们期待下一次的更精彩海外旅游吧！





RE YOUNG 品牌形象 店面装潢系统

店面装潢系统

要成为一家成功的品牌公司，除了有优质的产品，专卖店店面外观也是非常重要。为了特显 Re Young 品牌店对外形象，Re Young 品牌公司订立一系列完整的店面管理装潢系统。



RE YOUNG 品牌形象

视觉系统

视觉系统

柔漾导入的一套视觉系统，不但反映了品牌的经营思想、经营方针和价值观念，并广泛应用在企业的经营活动和社会活动中。





品牌动态： 形象店风采展示

西安世纪金花南大街店开业

从了解柔漾到投资经营柔漾，在将近一年的时间内，让我们西安经销商充分感受到了美体市场的光辉前景，体会到了Re Young 品牌在行业内的权威号召力以及对客户产生的神奇效果。

经过前期两家商场店面的建设和营运，我们积累了成功经验和一批高素质的员工，为日后的分店开张和市场拓展做好了准备。通过在西安市场半年多的营运，Re Young 在当地积累了一大批零售客户，并成功取得了当地顶级商场集团—世纪金花购物中心的关注。结合总部提供的新VI方案，我们成功入驻世纪金花南大街店，并于2009年9月23日正式开业，且成为Re

上海华润时代广场 Re Young 开业

2009年8月17日上海昱博商贸有限公司的 Re Young 形象店在一片恭贺声中正式开业了，该店位于上海浦东陆家嘴国际金融中心最繁华地带的时代广场6楼。开业当天可谓热闹非凡，整个开业剪彩活动设在时代广场的三楼中庭，开业活动出席的人数达到100人之多，Re Young 公司柯副总、Re Young 各总经销公司总经理、时代广场总经理及亚洲销售女神徐鹤宁均亲监出席支持，各嘉宾剪彩后还发表了精彩致词，场面非常热闹。开业剪彩活动流程安排非常紧密，当中包括展示 Re Young 内衣走秀及顾客抽奖，内衣走秀完美地展示了 Re Young 内衣的时尚、健康、科技，搭配上我们

专业美体顾问在场的详细介绍，促使了更多女性认识到我们 Re Young 品牌的魅力所在，并得到了在场顾客的认同。而顾客抽奖环节更将整个活动推向高潮，中奖的顾客为能抽中 Re Young 产品而兴奋不已。

据上海昱博商贸有限公司介绍，该形象店在装修期间就有陌生顾客入店了解并成交，开业当天的成交金额更是近8万多元，可见 Re Young 产品的魅力势不可挡，让我们祝上海昱博商贸有限公司形象店生意兴隆，业绩蒸蒸日上，愿每一位女性都能享受到 Re Young 产品，在 Re Young 产品的呵护下更健康更美丽，自信犹如新生！



Young 品牌的区域总经销公司之一。

在此，谨以最诚挚的心感谢 Re Young 总部的关心支持，感谢厦门康扬公司郭总提供的店面接待台优化设计图，感谢所有帮助过我们的朋友，感谢所有 Re Young 经营伙伴，更感谢我们的忠实客户！



瑞安虹桥 Re Young 开业分享

都说鱼和熊掌不可兼得，可是当我遇到了柔漾，它却让我对这一句话有了不一样的感慨。健康、美丽、财富，看似三者没有多大的关联，可是柔漾却能让我同时拥有。柔漾的无钢圈，无海绵的设计给我们女性带来的不但是健康，更是一个美的享受。在“第二层肌肤”的陪伴下，你会发现一天比一天更加的光彩照人。

有这样的东西我当然不会独享，我把柔漾介绍给了我的客户们，它瞬间获得了大家的一致好评。其实从开始接触到柔漾，我只是把它当做我美容院的一个附加项目，并没有对它有太多的关注。但是到了后来当它成为我事业的一个不可或缺的项目时，我才发现柔漾与我的不解之缘早在那时就已经结下。2009年9月9日9时9分9秒在这个长长久久的时刻，在众多亲朋好友的见证下；在她们的声声祝福中瑞安虹桥 Re Young 形象店隆重开业了。



品牌动态：

各地专卖店报导

Re Young

佛山 Re Young 东方广场专卖店

2009年8月1日上午位于繁华地段的东方广场蓝宝石名店城三楼柔漾东方店在一片恭贺声中正式开业，所有到场的嘉宾都纷纷向经营者陈敏华女士表示热烈的祝贺。然而在大家正忙着参观介绍店面时，几位陌生的客人到店了解产品。经了解得知原来客人都是曾经购买穿着产品的客人，因为之前没有专营的店，所以衣物破损后一直未能得到修补而被逼不能继续穿着，现在 Re Young 有专卖店了，真的太好了，而且当场就设计试衣，购买了两套。客人对产品的忠诚真是令我们太感动了。

在此情形下，到场祝贺的朋友都主动要求设计师为其做身体设计分析，在设计师的专业分析，指传，配码下，客人都主动买了一套体验，而且门外不断陆续进店的陌生客人越来越多。

相信我们的生意一定会越来越红火，Re Young 品牌会越来越成功！



东莞 Re Young 东城区专卖店

东莞柔漾店位于东莞市东城区东城中路金月湾花园B9铺(世博儿童市场对面)分二层，一楼为产品展厅、洽谈区和2间设计室等，二楼为一个10人会议室和仓库。

在7月23号开业，当天聚集了当地各大美容院的老板和各行业的企业家光临，差不多有50多人。开张期间凡到店内体验的客户都有大礼包送，到3点多还有一个拜神仪式，预祝生意兴隆，货如轮转，门外有100多名群众围观，场面热闹非凡，彩带飞扬，还有一众美女设计师相衬。





湖南吉首 Re Young 专卖店开业分享

展翅高飞的柔漾，终于降临在一个美丽而神秘的地方湘西吉首市，这里是苗族土家族自治的州，也是中国古老凤凰文化起源的地方！

两年前，从体验柔漾“无钢圈无海绵的健康胸衣”开始我就深深地爱上 Re Young。在湘西生活了近18年，这里保留着纯朴的风土人情，同时培育出苗族土家族女生们对美的热烈追求和对时尚特有的敏感。走在吉首的街头，时尚而飞扬的裙角，甚至会让您忘记了，这是在大山里的一个少数民族自治州。让所有湘西女性可以和我一样用上“健康、时尚、科技”于一身的柔漾产品，成了我的最大目标。在先生的一再鼓励下，湖南省吉首市柔漾专卖店于2009年7月08日正式成立。

已经是三个孩子母亲的我，人生的第一次创业，有幸让我遇上柔漾，是我人生中很大的福分，在专卖店筹备期间，我

一直处于紧张状态，直到卓琳店长到达吉首；卓琳店长和她的助手从开业前，试营业，正式开业及开业庆祝会，都帮我们做了一一的安排，那时我的心才慢慢的落下，在开业庆祝会上，卓琳店长的精彩演说，让湘西女性对产品有更多的认识了，《21世纪美体新观念》和柔漾健康内衣，会场上引起了很大的反响！

在装修上，我们按公司的新VI做了最大的统一，在试营业和开业当天，承蒙广大客户的支持，我们以美丽、时尚、高品质的店铺装修形象，吸引了众多客户的光监，在专业指导下，当场成交了多位陌生客户，让我和我的先生对未来的经营信心倍增。

“一切成交为了爱，成交即是服务的开始。”让每一位湘西女性都能在柔漾产品的爱护下，更健康，美丽，自信犹如新生！我们希望柔漾事业长长久久，柔漾这只凤凰可以在我们湘西古城飞的更高更远的……



长乐 Re Young 舍菲美形开业分享

无钢圈，无海绵就是这简单而又不平凡的六个字，让我与柔漾有了首次触电，作为一个从事美丽传播者的美容院店家，我目睹了太多客户因为钢圈，海棉所受的伤害，我深深的明白这不仅仅是一件简单带给人形体美的产品，而是改变女性一生的至宝，强烈想带给我的客户更多健康与美丽的观念，让我在两年前毫不犹豫的选择了 Re Young，客户的认可让我庆幸自己的决定，都说选择之前靠智慧，选择之后靠坚持，在品牌成长的道路上我也曾分心迷茫过，但却从未动摇过对品牌的信心，是她让我更充实，是她让我更具使命感，是她让我更不能忘记我们是造福全天下女性而生的，Re Young 的平台是广阔的，一次难忘的沙巴之旅让我决定在长乐这个滨海城市拥有属于 Re Young 的专卖店。2009年7月11日伴着 Re Young 家人的祝福声和响彻天际的鞭炮声，长乐舍菲美形设计有限公司柔漾专卖店隆重开业，当拿着金剪刀剪彩的那一刻，我的内心激动万分，从此我将与 Re Young 这只美丽的凤凰结下不解之缘。香港公司许经理鼓励的眼神和感慨的话语时刻在耳边回荡，我明白人的一生没有办法去决定自己的长度，但有能力去拓展自己的宽度，我愿意携手 Re Young，让更多的女性重新蜕变。

Re Young Your Life 自信犹如新生，你我永恒的追求！

品牌动态： 香港展览

Re Young

柔漾品牌公司于2008年4月12-15日于亚洲首屈一指的内衣专业展会进行一连4天的品牌推广，是次推广活动在香港亚洲国际博览馆举行。主办单位 Global Sources 是一家领先业界的多渠道媒体公司，致力于促进大中华地区对外发展。通过8种媒体渠道，在全球范围内有针对性的展开推广，所举办的展览会全年进场参观人数高达64万人。现在，Re Young 品牌看到市场正在向大中华区转移，看准此展览会优

势，进行品牌推广，把真正的品牌魅力带到全亚洲。

展会期间每天的走秀表演，Re Young 聘请的专业模特儿，将产品发挥得淋漓尽致，成为全场瞩目的焦点。此外，Re Young 的紫藕蕾丝系列，颜色独特，被主办单位邀请将产品展示在展会内的「色彩流行趋势专区」内，供在场人士参观并体验最新色彩流行趋势。

Global Sources



市场信息：

专卖店 / 形象店设立流程细则



专卖店 / 形象店设立流程细则

主旨：

为规范各 Re Young 店面设立流程，保障经营者的相关权益，维护品牌形象，特制订本细则。

适用对象：

所有准备设立 Re Young 专卖店之经营者，以及需要对原有店面进行重新装修者。

流程说明：

一、经营者在决定租赁 / 购买店铺前，应当将店铺具体地址、店面及周边照片向区域总经销公司以及 Re Young 品牌公司总部申请备案，以免产生市场冲突而影响最终店面审核。

二、经营者之意向经营店面经过 Re Young 品牌公司总部初审书面通过，则可按照本身公司运作计划，租赁 / 购买店铺，并应当聘请专业设计公司按照总部VI进行装修之平面布局和效果图设计。并将平面布局图和效果图递交区域总经销公司和 Re Young 品牌公司总部审核，并根据审核结果进行修正。

三、得到 Re Young 品牌公司书面确认后，经营者可以进行店铺装修，并同步进行店员招聘、开业筹备等事宜，且需向区域总经销公司及 Re Young 总部报备开业时间。

四、考虑到中国大陆地域宽广，各地消费及生活习惯存在较大差异，总部允许各店可以因地制宜，在总部VI基础上做店内局部风格优化。但同一地级市内之店面必须完全统一形象及风格。

五、经营者装修完毕后，应当及时申请区域总经销公司及 Re Young 总部进行验收，通过 Re Young 品牌公司总部书面确认后，方能正式成为 Re Young 品牌专卖店 / 形象店。

六、在店面设立过程中，若有疑问，应当及时向区域总经销公司和 Re Young 品牌公司咨询。

专卖店 / 形象店为 Re Young 品牌之对外形象展示，望各经营者务必慎重对待，经过审慎评估后方才投资开店。总部必将全力支持协助各店之经营，以扩张品牌效应，提升品牌形象，共建美体行业标杆品牌。



市场信息：

店面经营 - 新客户开发与老客户维护

新客户开发与老客户维护的重要性

店面要想生存和发展，必须创造利润，而店面的利润来自顾客的消费。店面的利润客户来源主要有两部分：一类是新客户，即利用传统的市场营销组合策略，进行大量的广告宣传和活动，吸引潜在客户来初次购买产品；另一类是原有的消费者，已经购买过产品，使用后感到满意，没有抱怨和不满，经加以维护愿意连续购买产品的消费者。

店面新客户开发时，前期都要进行长时间及一定规模的广告宣传，对于新客户还要有长时间的沟通投入，了解客户各个方面的感受，同时还要不定期地进行活动来提醒消费者购买。以上每一个环节都需要大量的财力、物力和人力支持，这样一来，单位产品成本大幅度提高，店面盈利相对就会减少，而对原有老客户，让他们进行再次购买则不需要上述环节。但是如何让老客户继续进行消费，让她们对商户和产品保持足够的信心和好感？店面就必须引入关系营销中的老客户维护策略，真正认识到老客户是一个企业一个店面最重要的一部分财产，才是企业长久发展的必然之路。

老客户保留和维护的必要性

以往在营销活动中，有相当一部分只重视吸引新客户，而忽视保持现有客户，使管理重心置于售前和售中，造成售后服务中存在的诸多问题得不到及时有效的解决，从而使现有客户大量流失。然而为保持销售额，则必须不断补充“新客户”，如此不断循环。这就是著名的“漏斗原理”。企业可以在一周内失去100个客户，而同时又得到另外100个客户，从表面看来销售业绩没有受到任何影响，而实际上为争取这些新客户所花费的宣传、活动等成本显然要比保持老客户昂贵得多，从投资回报程度的角度考虑是非常不经济的。因此，对客户进行维护和售后的服务非常必要。

客户维护的作用

首先，留住老客户可使店面的竞争优势长久。店面的服务要由标准化细致入微服务阶段发展到个性化顾客参与阶段。10年前，IBM的年销售额由100亿迅速增长到500亿美元时，IBM营销经理罗杰斯谈到自己的成功之处时说：“大多数公司营销经理理想的是争取新客户，但我们成功之处在于留住老客户；我们IBM为满足回头客，赴汤蹈火在所不辞。”又如，号称“世界上最伟大的推销员”的乔·吉拉德，15年中他以零售的方式销售了13001辆汽车，其中6年平均售出汽车1300辆，他所创造的汽车销售最高记录至今无人打破。他总是相信卖给客户的第一辆汽车只是长期合作关系的开端，如果单辆汽车的交易不能带来以后的多次生意的话，他认为自己是一个失败者。65%的交易多来自于老客户的再度购买。他成功的关键是为已老客户提供足够的高质量服务，使他们一次又一次回来向他买汽车。可见，成功的企业和成功的营

销员，把留住老客户作为企业与自己发展的头等大事之一来抓。留住老客户比新客户，甚至比市场占有率重要。据顾问公司多次调查证明：留住老客户比只注重市场占有率和发展规模经济对企业效益奉献要大得多。

其次，留住老客户还会使成本大幅度降低。发展一位新客户的投入是巩固一位老客户的5倍。在许多情况下，即使争取到一位新客户，也要在一年后才能真正赚到钱。对一个新客户进行营销所需费用较高的主要原因是，进行一次个人推销访问的费用，远远高于一般性顾客服务的相对低廉的费用。因此，确保老顾客的再次消费，是降低销售成本和节省时间的最好方法。

第三，留住老客户，还会大大有利于发展新客户。在商品琳琅满目、品种繁多情况下，老客户推销作用不可低估。因为对于一个有购买意向的消费者，在进行购买产品前需要进行大量的信息资料收集。其中听取亲友、同事或其他人亲身经历后的推荐往往比店面做出的介绍要更加为购买者相信。客户的口碑效应在于：1个满意的客户会引发8笔潜在的生意，其中至少有1笔成交；1个不满意的客户会影响25个人的购买意向。

最后，获取更多的客户份额。如果我们着眼于和客户发展长期的互惠互利的合作关系，从而提高了相当一部分现有客户对我们产品的忠诚度。忠诚的客户愿意更多地购买我们的产品和服务，忠诚客户消费，其支出是随意消费支出的二到四倍。而且随着忠诚客户年龄的增长、经济收入的提高，其需求量也将进一步增长。

老客户维护的有效途径和方法

一、明确客户需求，细分客户，积极满足顾客需求。

(1) 经常和顾客沟通交流，保持良好融洽的关系和和睦的气氛。

(2) 特殊顾客特殊对待，根据80/20原则，店面的利润80%是由20%的客户创造的，并不是所有的客户都具有同样的价值，有的客户带来了较高的利润率，有的客户则具有更长期的战略意义，美国哈佛商业杂志发表的一篇研究报告指出：多次光顾的顾客比初次登门的人可为企业多带来20%—85%的利润。所以善于经营的企业要根据客户本身的价值和利润率来细分客户，并密切关注高价值的客户，保证他们可以获得应得的特殊服务和待遇，使他们成为企业的忠诚客户。

(3) 不仅仅停留在向客户销售产品层面上，要主动为他们量身定做一套适合的优化方案，在更广范围内关心和支持顾客发展，增强顾客的购买力，扩大其购买规模，或者和顾客共同探讨新的消费途径和消费方式，创造和推动新的需求。

二、建立客户数据库，和客户建立良好关系。

在信息时代，客户通过Internet等各种便捷的渠道都可以获得更多更详细的产品和服务信息，使得客户比以前更加聪明、强大、更加不能容忍被动的推销。这

样，与客户的感情交流是用来维系客户关系的重要方式，日常的拜访、节日的真诚问候、婚庆喜事、过生日时的一句真诚祝福、一束鲜花，都会使客户深为感动。交易的结束并不意味着客户关系的结束，在售后还须与客户保持联系，以确保他们的满足持续下去。由于客户更愿意和与他们类似的人交往，他们希望与商家的关系超过简单的售卖关系，因此需要快速地和每一个客户建立良好的互动关系，为客户提供个性化的服务，使客户在购买过程中获得产品以外的良好心理体验。

三、深入与客户进行沟通，防止出现误解。

客户的需求不能得到切实有效的满足往往是导致企业客户流失的最关键因素。把客户对产品、服务及其他方面的意见、建设收集上来，将其融入到各项工作的改进之中。善于倾听客户的意见和建议，建立相应的投诉和售后服务沟通渠道，鼓励不满顾客提出意见，及时处理顾客不满，并且从尊重和理解客户的角度出发，站在顾客的立场去思考问题，采用积极、热情和及时的态度。同时也要跟进了解顾客，采取积极有效的补救措施。大量实践表明，2/3客户离开其供应商是因为对客户关怀不够。

四、培养忠实的员工，不断培训服务人员。

忠实的员工才能够带来忠实的顾客。一位推销专家深刻地指出，失败的推销员常常是从找到新顾客来取代老顾客的角度考虑问题，成功的推销员则是从保持现有顾客并且扩充新顾客，使销售额越来越多的角度考虑问题的。对于新顾客的销售只是锦上添花，没有老顾客做稳固的基础，对新顾客的销售也只能是对所失去的老顾客的抵补，总的销售量不会增加。

要保持顾客忠诚必须从员工着手。具体可采取以下手段：

(1) 注重员工培训、教育，为企业员工提供发展、晋升的机会；

(2) 为员工尽可能创造良好的工作条件，以利于他们高效地完成工作；

(3) 切实了解员工的各种需求，并有针对性地加以满足；

(4) 提倡内部协作的企业文化，倡导团队合作和协作精神。

品牌的层次与其顾客参与的程度存在着一种正比的关系。如果企业品牌在顾客心目中的层次和地位越低，顾客参与企业的愿望也相对较弱，而如果一个品牌在顾客心目中的层次和地位越高，甚至认为这个品牌关系到自己的切身利益，那么这个顾客就越愿意参与这个企业的各种活动，企业与顾客的关系越紧密，特别是当他们将品牌视为一种精神品牌，这种参与程度可以达到最高境界。因此，这就要求企业必须尽量与顾客进行沟通和互动，让顾客参与其中，才能建立起长期的稳定的顾客感情和友谊，从而立于不败之地。

市场信息：

优秀经销商专访



所驾车型：奔驰 E200
厦门康扬形象设计有限公司总经理

当郭奕彤决定要买一辆奔驰时，别人都劝她：女人开什么奔驰，既笨重又古板，那是老男人才开的！但郭奕彤深不以为然，她爱极了立于奔驰车头的那个三叉星标专，简约贵气，如果车身还能是白颜色，那就最好不过了，——在她想象中，开这样一辆车的女人必然优雅。美丽，而且自信，是无与伦比的极品“奔驰”女人。

为他人而做的“NO.1”

2008年8月，郭奕彤买下了她的第一辆奔驰，她老早就想买辆奔驰，但父母觉得年轻女人要低调一些，开奔驰太张扬，所以一直没能买成，直到有一次，郭奕彤在外地上培训课程时，一位老师的话彻底改变了她的想法，那时郭奕彤在事业上已有所成就，但她却觉得那些奢华享受并不是自己所追求的，她不知道自己如此费尽心力地努力工作到底意义何在，那位老师对她说，要做“NO.1”不是为你自己，而是为别人，尽管物质享受代表着成功的一部分，但绝非全部，成功的更大意义在于，如果你成为“NO.1”，别人才会信任你并且跟随你的脚步，也许你不需要，但是有很多人需要改善他们的生活，所以当你们成功的时候，你就能引领着别人跟你们一起达成目标。

这番话为郭奕彤人生的瓶颈打开了通道，人活着只有对他人有意义，这个人存在才具有价值，执此观念的郭奕彤做出一个决定，如果起心动念不是因为自己

的虚荣心和贪慕享受，而是为了帮助更多的人相信他们自己也能成功，那她愿意做这个“NO.1”。当郭奕彤立志要去“NO.1”的时候，她毫不犹豫地买下了这辆心驰神往已久的奔驰车，她想，既然要做第一名，车当然也要称得起身份和地位，那么就选奔驰吧。

当看到一个女人开好车，一般人往往会猜想，或许是丈夫送的，甚至联想到“二奶”、“小三”。郭奕彤认为，成功的女性开奔驰能给所有女人做很好的典范，女人和男人一样在外工作，男人能够做到的，女人同样可以，“社会上常常有很多男性对女人的工作能力持有偏见，但当你表现出自尊和自信的一面，用不俗的谈吐将内在呈现出来时，他们会对你肃然起敬——事实上，女人真正的独立是精神上的独立”。

勇敢，是女人应有的美德

郭奕彤说，在她的字典中没有恐惧两个字，勇敢是一个女人应有的美德，她送给自己一句话，去做最让你害怕的事情，如果你害怕失败，如果你害怕被拒绝，如果你害怕没定目标，如果你害怕别人生你的气……那你就把它们都做一遍，因为克服恐惧最有效的方式就是去面对它，曾经郭奕彤害怕在众人面前提出自己的意见，担心说错话会影响到别人对自己的看法，她说，做女人难，做事业有成的女人难上加难，但是做一个真女人很简单，只要直接讲出你的感受就可以了，只要足够真诚，就能得到别人的谅解。

2009年，郭奕彤为自己定下了2亿5千万营业额目标，比去年的业绩整整翻了一番，她将这一目标公之于众，甚至承诺，如果没有达到她就穿着内衣在上海最繁华的南京路上走秀。

说到这时，郭奕彤自己也忍不住笑出声来，爽朗地说道，“就算真的没有达到那也没关系，我身材这么好，有什么不敢走秀而且我一直觉得，人活着要有激情，不然生命就像一杯温吞的白开水，女人一定要活得精彩，打击越大，挑战越多人生才越精彩”。

成功，是他人的馈赠的礼物

关于“自己”和“他人”的辩证关系，郭奕彤有自己的看法。“你的态度决定你是否贵人。”郭奕彤认为，成功不是靠自己，而是靠别人，因为一个人的改变

不是因为自己而是因为他人，从某种意义上说，你遇上的人决定你成为的人。如果你擅于学习，你可以从每个人身上学到东西，哪怕这个人让你感觉到失败，挫折或者痛苦，你都能够从中学到很多。“生活是要自己去过的，即使不能得到什么你也可以学到很多，做了，也许有对，也许有错，也许有失败，但是只有做了，你才会知道自己在哪方面是欠缺的。”

郭奕彤认为程度最浅的痛苦，是他人给你带来的痛苦，在她看来，世间只有三件事，老天爷的事，别人的事和自己的事。老天爷的事和别人的事你都管不了，你能管得了的只有你自己的事。所以，别人不能带给你痛苦，如果你觉得痛苦，那是你用别人犯下的错误惩罚自己。

郭奕彤深信佛理中的因果报应，她说，凡是皆有因果，这个世界上每一件事情的发生都有它的原因，你要坦然地接受。前天种下的因，在昨天发生，然今天承受果。所谓“菩萨怕因，凡人怕果”说的就是，菩萨怕种因，因为不知道什么时候出现，而我们凡人则总是埋怨自己运气不好，殊不知其实你今日的运气早在昨天就已经种下了。

聪明的女人有两张面孔

郭奕彤不喜欢别人称她为“女强人”，她认为女人要做一个“强女人”。而不是“女强人”她说聪明的女人应该有两张面孔，在外面可以很强势，但是回到家里一定要示弱，要顾及丈夫作为男人的自尊心，首先要做到的就是，在丈夫和他的朋友面前不能炫耀你的财富跟荣耀，所以，夫妻俩一起出门时，郭奕彤一般不会自己开车，而是坐丈夫的车，每天下班，只要没有特别的事情她都会回家陪女儿吃饭，周末也尽量腾出一天时间来陪家人一起过。

除了扮演好贤妻良母的角色，做一个孝顺的晚辈也是女人的天职，小时候，郭奕彤被送到外婆家寄养，弟弟则留在父母身边，那时候她抱怨过父母重男轻女，长大后，尤其是自己为人父母后再回想，便也能够理解当时父母的苦衷，郭奕彤买下自己的奔驰E200时，也同时“赞助”父亲订购了一辆奔驰M1350。她说，老爸虽然已经退休，但毕竟辛苦多年，同样有他的成就和地位，而我们这些儿女更是他一生最大的成就，理应买一辆好车配他。

变老只是一瞬，然而对大多数女人来说，担心变老的日子却何其漫长，但郭奕彤说她不怕变老，也不怕死，她相信，十年后，二十年后的自己依然青春美丽，不过那时她将会更加悠闲，会有更多的沉淀，而且有更多的时间做自己喜欢的事情。

市场信息： 优秀经销商专访

Re Young



成功源自于坚守成功的信念

这个世界上所有的成功都是源于信念的成功；所有的失败都是源于信念的失败！这句话一直影响着我，也让我一直坚守对 **Re Young** 不变的成功信念；一路走到今天，从四年前的孤身一人，到今天拥有近50位经销商队伍的区域总经销商。

2008年9月，那是一个让我终生难忘的日子。9月1日，我正式晋升为 **Re Young** 品牌长沙区域总经销商，在新扬集团公司领导们的协助下，以厦门康扬形象设计有限公司郭奕彤总经理的支持下，9月22日我们顺利并成功举办了长沙地区第一场大型招商会议。

在经营柔漾的这段日子里，也是我个人成长最快的日子。在每天大量的行动中，接触了很多顾客和经销商，在这些酸甜苦辣的经历中让我明白：无论做任何事业，心态是成功的基础，信念是最大的关键！

当我明白团队建设的重要性，经销商队伍素质提升的重要性，于是我们长沙区批公司投资几万元在5月份组织了一次大胆创新的活动，聘请了国内教练技术导师给经销商队伍进行了素质强化培训，3天2晚过后，团队士气极大的提升，团队业绩6月份和8月份突破到全国的第二名。

团队建设是一个重要的工程，同时我们对整个团队进行了周业绩排名激励，月度销售总冠军奖励，每周末短信群发，月末短信公布并派发奖品，虽然大家都在各自经营自己的柔漾事业，但每时每刻都能感受到团队的氛围，大家充满着信心、充满着激情...

柔漾的路很长，我们9月份投资的湖南新形象店即将开业，我将带领我们优秀的团队把柔漾爱的文化传播到祖国大地，一切为了女人的健康，为了女人的身材，我们将曲线进行到底...

长沙馨予形象设计有限公司
张馨予总经理





美丽舞台的主角

怎么也没想到，一场慈善义卖会，让自己结缘了柔漾，从而放弃了航空公司高级职业经理人的职位，踏上了柔漾这样一条美丽之路。

在经营柔漾的三年多时间，籍由着对品牌的热爱和痴迷，以医生的胸怀关心全天下女性的身材，为她们的内在美尽一份天职为使命，帮许多的女性找回了自信和美丽，甚至重新找回了爱情。在不知不觉中也搭建起了自己事业的平台。一路走来，有失落，苦恼，更有开心和成就。这是一个与以往不一样的舞台，我要这样的舞台上成为一位主角。人生就是一片茶叶，需要沸水泡才有味道。在老师的鼓励下，我走上了招商会的讲台。我下决心要成为一个好讲师，才能带领团队去赢，赢得心态，赢得市场。每一次招商的成功，都让我更前进了一大步。

这就是我选择的事业！我愿和这样的企业一起成长。尽我所能，以自己的热情和能量让柔漾的品牌为更多女性所知，所爱。也愿天下有缘人能相遇，相知，相爱柔漾。这也是我作为柔漾人的心愿和骄傲。

厦门柔馨贸易有限公司
朱溯



坚持的美丽

爱美是女人的天性，青春永驻是女人追逐一生的梦想！我很幸运，在我对自己身材开始产生恐惧的第一时间里偶遇了柔漾。当我的梨形身材变得匀称的时候，基于分享的本能，我的朋友们也穿上了柔漾，并享受着身材变的曼妙多姿带给她们的快乐。

2008年5月20日，我在浏阳的第一家柔漾专卖店开张了。开始远比我想象的要艰难的多！浏阳的夏天，又闷又热，没有人愿意来店，就算是来了，一看产品，也是掉头就走。连续3个月都没有任何的销售！但我坚信，无钢圈无海绵的内衣一定是我们每个女人都需要的！美好的身材一定是我们每个女人都梦想的！虽然现在她们不接受，但只要我更加的努力宣传美体新观念，总有一天，她们会穿的！终于，在08年9月份的时候，我突破了销售，一个月产生了近30万的零售业绩，并在08年10月冲上了公司专卖店的职位。09年的夏季，我创下了7月，8月一共销售250万的零售业绩！帮助1000多女性改变了自己的身材。至今，在浏阳，柔漾已经是家喻户晓的好品牌，成为很多女性梦寐以求的内衣。还是我们的顾客说的好：爱她就送她柔漾！

一年多以来，我天南海北的飞，帮助更多的女人不但选择一件内衣，更选择一份美丽的事业。现在我的专卖店也开到了美丽的三亚、珠海、星沙，武汉、株洲、岳阳的专卖店也正在筹备之中。我也计划在09年10月成为柔漾的区域批发总经销！

有人说，人类因为梦想而伟大，因为梦想而受苦，但同时也在受苦中展现自己的信仰与毅力。我想说，坚持梦想是一种智慧，是一种勇气，更是一种人生极致的美丽。

浏阳市何昆美容美体生活馆
何昆



如何成为一位出色的店长

我从04年开始跟 Re Young 结缘，开始是在美容店里面销售而已，由于产品可以说话，美容同行也开始关注 Re Young 这个品牌，很快就在佛山及周边城开始发扬光大，慢慢透过公司不断的培训及专业的灌溉，我从一个销售人员成为 Re Young 的专业讲师，从培育的工作开始抱着一种使命感，不断的将 Re Young ——“健康工程，美丽人生”的理念带给身边所有的女性，因此怀着这种信念，一直坚持前进，相信 Re Young 就是我的终身职业，在 Re Young 公司里的文化我学会了三个重要的目标：①家庭目标；②健康目标；③经济目标，为达成目标我坚持每天至少跟三个人讲 Re Young 或打三个电话，无论是产品专业还是事业前景，还是要不断地问自己谁是我的客户，我把它分类为：①行业；②投资者；③服饰行业；④保险界精英……有了的顾客，需要马上培育专业，复制人才，从中可以挑选出投资者、经销商及业务员。我们还会将 Re Young 经营生活化，透过软性的活动如自驾游来宣传品牌及加深 Re Young 爱用者对品牌的忠诚度，客户的满意度将决定你的事业能否成功。要成为一位出色的店长，我想要首先规划好时间，定好目标，而且要文字文化，要坚持不懈，怀着帮助别人成就梦想的信念不断前进，相信你的目标最终一定会实现！

佛山市南海西樵慧韵内衣店
李美慧

市场信息：

各地经销商活动展示

恭贺佛山团队荣获《巅峰对决》比赛季军

恭贺（佛山）柔漾团队在某著名培训机构举办的《巅峰对决》的比赛活动中勇夺季军，南方电视综艺频道TVS-3对该活动还进行了现场录制，并于2008年12月28日20：55进行了播出。通过电视荧幕将佛山团队的精彩表现和 Re Young 的精神传递到了众多人群，让更多人了解、认识到了 Re Young 品牌。在此，让我们感谢佛山团队为 Re Young 品牌的推广做出的努力，同时也祝愿区批李润飘总经理领导的佛山团队在今后的工作及活动开展中取得更加突出的成绩！也祝愿所有区批团队在活动开展中能有更多更精彩的娇人表现！

共庆圣诞盛典聚焦 Re Young 魅力演绎

2008年12月21日，上海沐秀源美容会所主办的“沐秀源美容会所首届时尚文化盛典”晚会开幕。Re Young上海区批上海鑫漾源工贸有限公司徐翠英总经理及上海昱博商贸有限公司祁琳涵总经理作为嘉宾出席了此次晚会。在徐总及祁总两位区批的召集下，不少 Re Young 新老客户也参与到该晚会，一起共庆圣诞，共享欢乐。晚会上节目可谓精彩纷呈，整个晚会持续了4个多小时。其中，Re Young 呈献的内衣走秀节目成为该晚会的焦点，模特们的惊艳表演赢得在场观众掌声四起。Re Young 形象及良好口碑通过走秀及现场发放的 Re Young 宣传页以及所有到场 Re Young 人的魅力展现，在晚会上得到较好传播。相信通过参与此类活动，让 Re Young 活跃各个行业、各个领域，定能使更多女性认识 Re Young，忠于 Re Young！

国际一线塑身内衣品牌 Re Young (柔漾) 登陆浏阳

2008年12月15日，Re Young (柔漾) 登陆浏阳。由浏阳市可旺形象设计中心与长沙联智贸易有限公司联合主办的“健康工程美丽人生暨 Re Young (柔漾) 品牌体验交流会”在五星级酒店-银天大酒店举行。会场别开生面，吸引了浏阳近100名爱美人士参与。会上，上海柔漾贸易发展有限公司朱经理作致辞，厦门康扬美形设计有限公司董事长郭奕彤女士做了以“曲线·女人的生命线”为主题的精彩演讲，长沙联智贸易有限公司张绍红总经理为中奖嘉宾颁奖，会议气氛非常活跃，最后会议在一片欢声笑语中落下帷幕！





长沙 Re Young 国际品牌招商加盟会

2009年8月16日下午，位于长沙市芙蓉中路新时空康年大酒店29楼的会议厅吸引了长沙女性频道等众多媒体，时尚名流等业内外人士关注的目光。由长沙联智服饰贸易有限公司主办的“柔漾展现·商机无限暨 Re Young (柔漾)国际品牌招商加盟会”在此隆重召开。

会议内容非常丰富，Re Young 国际品牌—新扬国际集团柯副总为大家做了精彩的演讲及长沙联智服饰贸易有限公司总经理张馨予女士对 Re Young 美体的专业演说，赢得了台下阵阵喝彩！会议中一批被 Re Young 品牌内衣雕塑过的优雅女性表演的内衣秀及瑜珈节目，把会场气氛一次次推向了高潮...

Re Young 品牌正是凭借着“健康工程·美丽人生”的企业理念，二十几年来致力于女性身材的改变，呵护女性的健康，帮助女性重拾青春活力！

会议接近尾声，主办方特地安排了抽奖环节，最后整场活动在热烈的气氛中圆满的结束！



2009-10年度新扬国际集团

特别呈献

普吉·历奇探索 法国·华丽浪漫

旅游竞赛

普吉岛是泰国面积最大的岛屿，

距离首都曼谷约870公里，一向被被誉为「泰国的明珠」。

普吉岛的海湾景致非常秀丽，而市中心则有很多欧陆式的建筑物。

这里的海滩水清沙幼，壮观的五灰洞穴及青翠的绿野山间，

岛上还到处可见瀑布、钟乳石、奇形怪状的石灰岩地形等奇景。

一段历奇探索的精彩旅程，就从普吉开始！

竞赛办法

竞赛日期：2009年10月01日至2010年03月31日

竞赛时间共分为2个阶段，每一阶段为期3个月，合共6个月

普吉历奇·探索旅游竞赛计算标准：

组别	部门总体零售消费基本标准达	旅游券	部门总体零售消费达到以下标准计算
经销点	75,000	1张	超 150,000后，一律按 65,000计算1张
专卖店	145,000	1张	超 290,000后，一律按 130,000计算1张
总经销商	220,000	1张	超 440,000后，一律按 200,000计算1张

* 旅游兑换券达25张，免费参加旅游。

首阶段18张惊喜大奖赏于09年10月至12月首阶段竞赛，凡累积达18张旅游券之公司，即可优先取得旅游名额一个。超出18张(不达获免费旅游名额)旅游券的部份，可累计至第二阶段合并计算。

法国，一个代表着浪漫的名字，拥有悠长的历史及艺术的宝库，

摄人的魅力、一生人至少踏足一次。

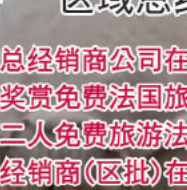
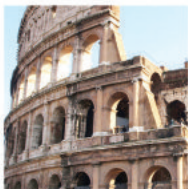
旅游法国并不单是旅游这般简单，而是展开一趟真真正正的华丽浪漫之旅，

探索这一片充满幻想及历史情怀的土地。

Re Young 诚意邀请您一起探索法国丰富的旅游资源、品尝垂涎美食、

发掘艺术雕塑、游览以丰富海产而闻名的法国海岸，

以及享受和煦充沛的法国阳光舒展身心。



竞赛日期：2009年10月01日至2010年03月31日

竞赛时间共分为6个阶段，每一阶段为期1个月

合共6个月(每月计算1次)

区域总经销商法国华丽·浪漫旅游额外奖赏计算标准：

- * 区域总经销商公司在2009/10-2010/03旅游竞赛阶段期间月月达100万区批零售业绩，额外奖赏免费法国旅游名额一名，月月达200万区批零售业绩，则获二人免费旅游法国名额，如此类推。
- * 或总经销商(区批)在整个竞赛阶段期间，区批零售业绩累计达800万，额外奖赏免费法国旅游名额一名，累计达1600万，则获二人免费旅游法国名额，累计达2400万，则获三人免费旅游法国名额，如此类推。
- * 额外奖赏法国旅游，只接受全免及自补全费参加