



## 美商穩萊 總經理張孝承： 精緻、多樣化的高優質產品 將是今年趨勢

文／林志成・圖片提供／美商穩萊公司

**經**濟不景氣對直銷業的利多影響，在美商穩萊公司身上發揮得淋漓盡致，不僅總業績成長40%，南下新拓的據點也成功為公司打下半片江山，因應未來趨勢，穩萊將在今年推出更符合消費者需求的高優質產品，為「識貨」的消費者提供最放心的選擇。

### 直銷產業提供優質產品與事業備胎

「景氣不好對直銷產業正好提供一個利多的發展機會，」美商穩萊台灣分公司總經理張孝承回顧2009年做了以上結論。他表示，年初景氣滑落帶來的無薪假、裁員風，除了讓民眾消費趨於保守之外，也让更多人有了「居安思危」的意識——需要有第二份工作，剛好形成一個加速直銷產業發展的客觀局面：「經濟不景氣對一般民眾最大的影響不是沒錢，而是不願把錢拿出來。」張孝承分析：「消費保守之餘，更多人希望能夠開源，也因此造就直銷業經營者人數的增加。」

另外，許多人都還記得的三聚氰胺、含毒玩具等事件，讓消費者重視所使用的商品是否優質的傾向更明顯，直銷業提供的產品一向優於一般通路，也對要求品質與安全的消費者形成靠攏的誘因，張孝承更直接指出：「消費者不是沒有錢，產品的品質才是影響他們購買意願的主因。」因此，以高品質為主訴求的直銷商品不僅不受景氣影響，反而賣得比大賣場的特價商品還好。

### 高品質造就高業績 南台灣新據點安打

在這股趨勢下，美商穩萊去年表現良好，高達40%的業績成長，讓公司全體上下都信心滿滿，準備迎向新年度更高的挑戰。能夠締造佳績，張孝承指出，主要有3個原因：高品質的產品、增設高雄據點以及提供直銷商更好的事業工具。

# 動

穩萊是唯一在台灣設立生技研究實驗室，並延聘頂尖生技人才的直銷公司，貫徹「堅持最優產地，提供最高品質」的政策，並本著美國生技製藥的背景與 Know-how，提供醫療等級遠超過直銷業界選擇原料產地的高標準。「消費趨於保守的同時，大家對於出手買的東西會更在乎。」而堅持品質除了讓穩萊擄獲台灣廣大消費者的心，在美國、香港、馬來西亞等國家一樣開出紅盤。

另外，在高雄增設籌備處，南台灣的熱情讓每月業績增加3成以上；張孝承表示，2009年公司提供直銷商更好用的事業工具，目錄、手冊、DVD等全面改版，讓直銷商更能以淺顯易懂的方式說明產品與事業機會，業績也跟著逆勢成長。

## 優化、多樣、精緻化為直銷產品未來趨勢

帶著2009年的好成績，跨向2010年，隨著景氣逐漸復甦，張孝承樂觀指出：「積蓄已久的消費力將刺激直銷業再創高峰。」同時他也認為直銷產品應該往優化與多樣化的路線前進，因為消費者對品質的要求會愈加提高，未來直銷產品勢必要更精緻、訴求對象更明確。

至於穩萊要如何因應這些變化呢？「增設籌備處、跨國辦公室都是已經定下來的策略。」張孝承同時透露：「今年將再研發推出多項以『消費者需求』為唯一考量的新商品，提供直銷商拓展業績更多的利器。」

當然，在一帆風順之際，張孝承不忘提醒自己與所有經營夥伴：「驕兵必敗。」必須時時刻刻提醒自己，還有更遠的路要走，更高的理想要完成；尤其在組織快速成長的同時，他也勉勵所有直銷夥伴，莫忘「誠信」與「分享」的企業理念。👤



心目中的年度字：



2009年整個台灣經歷了金融與經濟上的劇變，不僅傳統行業有了大變動，直銷產業中，真正優質的公司也會勝出，相信在排名上將會產生輪轉，禁得起考驗的公司在這波「大洗牌」的變化中，必定更加突出；因此，「動」最能代表2009年台灣直銷產業的發展。