

上海航空

SHANGHAI AIRLINES 

国际航空刊号:ISSN 1006-5237 国内统一刊号:CN31-1607/F

上海航空
SHANGHAI AIRLINES



2010年10月刊 总第177期



2010年10月刊 总第177期

A STAR ALLIANCE MEMBER 



企业定位和国家定位

——专访全球战略定位专家Mirjana Prljevic女士

采访：赵鹰（商学院大百科总编辑） 翻译：王文君

问：目前中国的一些制造类企业在进入全球市场时正面临怎样的挑战？他们需要准备哪些要素去迈开全球化的步子？

MP：我认为，中国制造类企业所面临的巨大挑战是首先要去了解和聆听全球市场的反应。很多年来，中国的制造者单纯根据订单生产，而现在他们也着急为自己的产品寻找出路。这对全球买家来说是两个完全不同的途径。

如果中国的制造类企业想要获得成功，并且长期定位在全球市场的话，有三个明确的规则需要遵守，分别是：质量、数量和连续性。中国的企业在连续性上缺乏经验，这是中国企业所有级别的人员都应该去继续改进的。另外中国需要保证一些基础要素的质量，例如一些有强大技术支持的实验室、雄厚的人力资源、标准化、认证、研究创新等。

问：为什么不少中国OEM企业不能够建立自己的品牌产品？他们要如何发展才可能建立一个好口碑的品牌或者说在市场上赢得一个位置？这需要花费多少钱，多少时间去达成？您有一些中国案例分享吗？

MP：你应该知道，一个好的定位的重中之重是人们的看法。全世界买家众所周知的“一切为1欧元”或“一切为1美元”产品，导致消费者认为中国只提供廉价、低质量的产品（主要是塑料制作的）。

我认为，如果为了将来、为了成功征服全球市场，这些廉价的印象都是一个很大的障碍。中国企业必须去尝试新方法，用新的高质量的国内产品和配方来赢得世界的关注。例如：基于中药理论的中国化妆品，一些人们并不太知道的旅游景点，就像少林寺这类学习功夫和佛教的地方。复杂和不可分割的概念能在中国取得长期的首要地位。

关键是不仅你要用大量的工作来发展海外市场，而且同样需要发展中国产品的国内认知度。这肯定是一个长期的过程，但价格问题或对产品的投资，不能单纯以金钱表达，它更关乎政府的态度、中国公民的技能和经理人群的知识。与此同时也需要有一个清晰的预算。

我可以想到的好的案例有联想和比亚迪公司。他们都是塑造品牌的好案例。他们是中国的名牌也是中国走出去的名牌。他们都是合适本土口味和市场规则的制造类企业。

问：如何去对一个国家做战略定位？可否分享一些案例？

MP：这是最高水平的定位，需要这个领域的专家才能够完成给一个国家、一个文明、一种文化、一种生活或一种经营理念来做定位。

这个级别的定位同样适用3K原则，就

是沟通(communication)、协调(coordination)与合作(cooperation)。大国的定位都是多层次的。只有当你以正确的方式提供有丰富层次的解读时，你才会满足在现实复杂社会背景下的各类投资者、旅游者和公民的需求，你才算一个比较完整的成功。国家定位的成功关键是能准确地定义多个层次和一批认知要素，这才是达成目标的王牌。

相比较而言，小国的定位必须严格界定事物，好让人们看到这些事物就联想起这个国家，比如瑞士和塞尔维亚。例如，瑞士的奶酪（独一无二和高质量的传统），手表（精确度），高端旅游（政府保护大自然的生态政策），巧克力（独特的品质，来自于纯天然配方）等。

又如塞尔维亚，除了传统美味佳肴（美味的食物和饮料），水疗中心和山区旅游，年轻人的娱乐，也为欧盟的所有旅客提供周末打包旅游线路。

定位一个国家意味着要去了解这个国家的人民；当你知道这点——你将无所不能。如果你想取得国家定位的成功，你必须找到一个精确的、极其真实的方法让别人感兴趣！

问：如何对中国在全世界进行战略定位？您在定位上有什么好的建议可以解决中国目前面临的一些国际事务的挑战？您对世博会的定位和上海的定位，有什么看法？

MP: 这是一个复杂的、很费心的并且很有挑战的问题。我的建议肯定是改善本土产品,让他们逐步成为世界知名品牌(如:茅台酒,中国的大学,比亚迪电动车等)。整个中国将如何开放,并愿意向世界介绍真实、原创的生活哲学,传统中医医药,食品、饮料、音乐、歌剧、书籍、语言等等所有能够使你丰富的东西。然后,世界上的其他人将试图去找出这是怎么回事。这就是能够接触到海外人士的认知层面的方法。

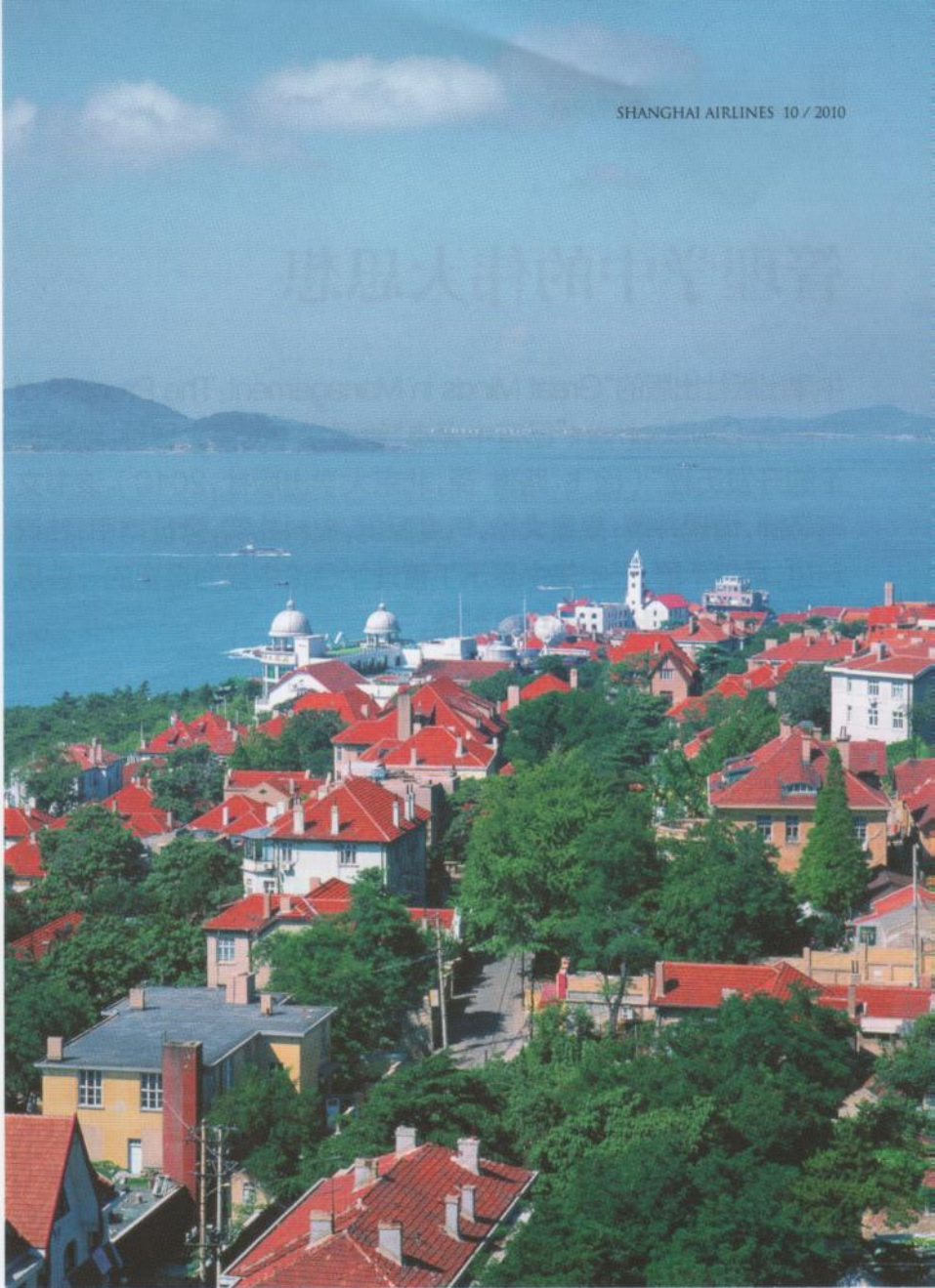
问: 对于MBA的学生,在他们的学习生活中您有哪些建议?您有什么建议给在中国读MBA的中国学生,去海外读MBA的中国学生和海外在中国读MBA的学生吗?


MP: 我在全世界经常遇见MBA的学生。我总是告诉他们去意识他们的定位,给出现实的定位和未来的定位。只有当他们知道他们想要去做什么或者他们如何发展,他们才可能发挥出自己的长处。

第二,我总是告诉他们去更多地学习了解他人,因为会沟通是非常关键的,它将会是带你打开通往世界各地大门的钥匙。当然,他们不能忽视自己的心灵、智力和生理发展。只有当我们实现了自我的和谐,才能实现与他人的和谐。

问: 作为一名女性,如何定位自己才能获得幸福生活?如何定位事业?如何定位个人生活?

MP: 一切事物都是一体的,我们也是一体的。在很久以前我就认识到,我认为最重要的事情是找到个人的和谐,在我们



想要的东西和我们能够实现的东西之间去平衡。从这个意义上说,有一句中国古话对我非常有用:“没有人是你的朋友,没有人是你的敌人,每个人都是你的老师。”要客观地看待现实世界的地位和权力,去理解宇宙的真理,每天去工作——这是我的步骤。在我看来,沟通是人和人类发展的重要层面。如果沟通的质量好,我们作为个体会更加快乐。正如我所说的,我们都是一体的! 

TIPS:

Mirjana Prljevic女士在战略定位领域工作多年。她在塞尔维亚接受小学、中学和大学教育,在法国和欧洲其他地区完成专业教育。Mirjana Prljevic女士是在全球中小企业界第一个引进战略定位和商业诊断的专业人士。她著有《战略定位-成功的关键》一书,将她10多年里为公司和非赢利组织咨询的经验和案例和读者分享。2010年世博会期间,她作为塞尔维亚国家参会顾问参与塞尔维亚世博场馆的主题演绎咨询。商学院大百科趁Mirjana Prljevic女士在沪参加世博期间采访了她。

相关链接:

商学院大百科编辑部出版系列管理课程指导书籍和杂志,为潜在MBA\EMBA\DBA\EDP等课程申请者提供信息和建议,帮助他们做出明智的选择。出国还是留在国内?参加联考还是GMAT?全职还是在职?MBA还是EMBA?选清华、北大、复旦、交大、读中欧还是长江?专业网站www.whichmba.net同时为学生提供课程信息网上搜索和比较,挑选课程从此省时省力。还有更多来自顶尖商学院的一手研究资料同大家分享。