经销商故事 讲述农资人自己的故事 山东瓮福金谷化肥有限公司协办

一个追着理想跑的人

——访江西省万年县物流有限公司严家农资店经理黄志和

□ 本报记者 汪 洋

黄志和的农资店位于江西省上饶市万年县严家村，与其他农资零售店没有明显差别，但黄志和追求理想的精神和钻研业务的劲头完全可以用“痴迷”来形容，这种干一行爱一行钻一行的精神在业内并不多见。

理想铸出事业再辉煌

2000年，面临供销社系统的体制改革，重新“就业”的黄志和没有放弃对理想的追求和期望，相反对于理想与未来却有了更深的认识和感悟。

如今，在严家村的村头，一座崭新的三层小洋楼拔地而起，江西省万年县物流有限公司严家农资店，这便是黄志和正在踏踏实实奋斗的个人事业。

店面的布置也很讲究。四周挂满了农化知识的宣传画册，角落里四把竹椅围绕一个木桌形成了一个专门迎接客人的休息区，一到农闲，村里的老老少少总喜欢来这里聊聊天、喝喝茶。当地的大源镇盛产经济作物蕾竹，每年的11月份前后便是追肥旺季，一些种植大户对复合肥的需求也在逐年递增。“眼疾手快”的黄志和发现这一商机后，利用万年县供销社系统所管辖的农资物流有限公司为依托，进货渠道既保证了质量又运输便捷。按照黄志和调侃的话说：“自从有了‘组织’后，做起生意要省下很多的担忧、得心应手很多。”

怀念当营业员的日子

当问起从供销社基层营业员做到现在农资店的老板，自身最大的感受是什么时，黄志和表示，随着称呼的转变，自身也要有新的转变，不同的岗位所肩负的责任不同，所以不论在哪个岗位，都不能有丝毫的放松和懈怠。

他回忆，当时的供销社克服各种不利条件，坚持为农业服务的宗旨，积极组织货源，保障了农业生产和人民生活的需要。同时引导农民搞多种经营，既活跃了农村经济，又促进了农业生产的发展。作为一名老供销社职工，这份难以割舍的情谊似乎显得格外珍惜和留恋。

做农资零售就像打太极

每个周五的上午，黄志和总会花上一小时车程前往万年县供销社参加一次固定的会议。会议的内容不仅包括农资网络建设的各种政策、方法，同时也会相应的增加一些农化技能知识的讲座和培训。对于这些，黄志和格外看重和认可。他解释：“只有依靠这些，才能不断的学习和进步，把生意做大做强。”

“经营农资生意这些年来，感悟很多，应该说做得不容易，有快乐有苦闷，既要懂经营，又要会管理，更要会处事，三者缺一不可，卖农资会遇到形形色色的人，各种各样的事，要处处做到外圆内方，就像打太极一样柔中带刚，变化莫测，只要始终保持积极向上的心态不变，就一定会迎来新的一天。”黄志和感慨道。

传授地带 CHUAN SHOU DI DAI

经销商要善于借力使力

曾经不止一次地看到过不同版本的这样的故事：

在美国一个农村，住着一个老头，小儿子和他一起在农场工作。突然有一天，一个人找到老头，对他说：“尊敬的老人家，我想把你的小儿子带到城里去工作，行不行？”老头说：“不行，绝对不行，我可就这一个儿子在家陪我了！”这个人说：“如果我在城里给你的儿子找个对象，可以吗？”老头摇摇头：“不行！”这个人又说：“如果我给你儿子找的对象，也就是你未来的儿媳妇是洛克菲勒的女儿呢？”老头想了想，哦，儿子能当上洛克菲勒的女婿？攀上这门亲事，那可真是太棒了，于是他同意了。

过了几天，这个人找到了美国首富石油大王洛克菲勒，对他说：“尊敬的洛克菲勒先生，我想给你的女儿找个对象，好吗？”洛克菲勒说：“对不起，我没有时间考虑这件事情。”这个人又说：“如果我给你女儿找的对象，也就是你未来的女婿是世界银行的副总裁，可以吗？”洛克菲勒想了想，终于被女儿嫁给世界银行的副总裁这件事打动了。

又过了几天，这个人找到了世界银行总裁，对他说：“尊敬的总裁先生，你应该马上任命一个副总裁！”总裁先生说：“不可能，这里这么多副总裁，我为什么还要任命一个副总裁呢，而且必须马上？”这个人说：“如果你任命的这个副总裁是洛克菲勒的女婿呢？”总裁先生同意任命一个副总裁，而且是洛克菲勒的女婿。

这个也许是杜撰的故事其实就是一个借力使力的例子。笔者认为，作为一个经销商，你手中有多少资源并不重要，关键的是你能支配或者调控多少资源为你所用，这才是最核心的。

善借企业之力。企业的实力与规模往往是经销商无法比拟的，攀上企业这棵“大树”，经销商可以通过扩大自己的销售数额，与厂家通力合作，或者与厂家建立良好的客情关系等方式，来征得企业对自己的各项支持：比如指导、培训、协销、人员导购等等各种有形或者无形政策支持。

善借渠道之力。经销商还要善于借助下游客户的人财物来发展自己的生意。比如，笔者认识的一个方便面企业的经销商，其资金实力刚开始并不是很充足，但其却很会动脑筋，总会在每年的三个销售旺季，即春节、麦收、中秋节举行大型订货会，每次订货会收款都在百万元以上，借助下游客户的款项，这位经销商不仅获得了厂家的优惠政策，而且还方便了自己的资金周转，借助订货会，还从另外一个层面占压了下游客户的资金和仓库，可以有效地打击和挤压竞争对手。因此，经销商可以通过深度协销的方式，通过订货会、联谊会、培训会等，充分地挖掘下游客户的资金、人员、物流等资源，从而不为所有，但为所用。

总之，作为经销商要想做强做大，光靠自己的力量是不够的，必须要善于借力使力，通过向上借助厂家之力，向下借助渠道之力，从而增强自己的核心竞争力，不断地向更高的发展阶段迈进。

（崔自三）