

马克巴克爱什：在中国学习东山再起 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/158/2021_2022__E9_A9_AC_E5_85_8B_C2_B7_E5_B7_c70_158867.htm 进入中国的时机相当好，当时这个行业的竞争还不是很激烈。然而，一向谨慎聪明的马克，在中国却选错了合作伙伴普尔斯玛特的连锁超市经营失败，也导致了Office1在中国的经营陷入僵局。现在，62岁的马克(MarkBaccash)每个月都要来中国，作为全球最大办公用品连锁经营企业Office1的董事长和创始人，中国，曾是他的“滑铁卢”，而又是他最不能舍弃的“战场”。在中国摔倒过的马克已经东山再起。这个看似“琐碎”的行业，给马克带来了每年20亿美元的全球销售额。创业地点选在西班牙来源：www.examda.com 刚从加利福尼亚大学MBA毕业时，马克从未想过自己会投身办公用品行业。直到上世纪80年代，马克决定自己创业，他才注意到了办公用品这个行业。当时在美国，办公用品行业已经不算是一个新兴行业了，很多专门销售办公用品的大卖场已经层出不穷，但马克坚信，他依然可以从这个行业赚到大钱，甚至可以脱颖而出。最终，他把自己的创业地点选在了西班牙。“与美国相比，西班牙的办公用品市场竞争还比较少。”这是马克把自己的第一个办公用品大卖场开在西班牙的初衷。而与其他竞争对手更为不同的是，马克确立了以特许加盟为主的商业模式，这种业态，在当时的办公用品行业来看，还算是别出心裁。当时的美国以及欧洲地区，从事办公用品行业的不在少数，但都比较分散。马克从一开始就为打造Office1全球统一的形象打好基础以蓝、黄、白色为基调的整体布局，产品范围小到橡

皮铅笔大到办公家具与办公设备，所有的产品都将陈列在店面里。店面选址一般位于靠近写字楼且人流较大的街区。“细节决定成败”，一直是马克的口头禅。每间店面，每个货架有多高、用什么材料来做，电脑、打印机等办公用品如何摆放，都有严格的要求和标准的，而这些标准，是马克从创办Office1一开始就经过精确计算和不断摸索的。“如果自己开一家办公用品销售店，肯定不愿意在摆设上折腾，而马克则对我们说，你想胜过你的邻居店吗，陈列比他好看，盘点比他方便，琐碎的零售业，就是要重视细节。”一位Office1的加盟商说。“虽然他做的都是小事，但把所有的简单的小事组合在一起，就是一个不错的解决方案。”一位Office1曾经的竞争对手的老总这样评价马克。而事实也证明，在马克的创业源地西班牙，两年的时间里，Office1的店铺就从40多家扩展到了200多家。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com