

客戶的成功 就是美利達的成功

圖、文◎編輯部

美利達今年在天津展很風光，不僅董事長曾崧柱是開幕式高層會座上賓，針對大陸市場所推出的萊電車也首度在天津展隆重揭幕，吸引大批人潮駐足圍觀，而美利達上海公司總經理許世彥也忙著接受媒體採訪。

許世彥總經理在美利達已 22 年，從台灣內銷到外派深圳廠擔任總經理，資歷完整，去年 1 月 1 日又轉任上海公司總經理，並且推動美利達在大陸的內銷策略改革與重新定位，包括調整通路與行銷策略。許世彥表示，今年選擇參加天津展代表著美利達對內銷市場的重視與決心。

許世彥總經理強調，目前管理重點是在調整而非「量」的迷失，尤其對核心經銷商更是給予全力支持。許總經理表示，美利達所有的客戶都很重要，但如何讓他們認同美利達的文化與風格，並且共同成長，才是公司所重視的。他也一直努力協助經銷商能賺錢，幫助經銷商提升競爭力，也讓經銷商感受到美利達的用心跟別人不一樣。因此，許總經理表示，好的客戶 200 家就夠了，假如這 200 家都能成功，也就是美利達的成功。

美利達有美國(Specialized)經驗與歐洲(德國 Centurion)經驗，如何將現有的基礎與資源加以整合並且善加發揮，是美利達上海公司的重責大任。許總經理表示，2004 年美利達中國內銷市場銷售約 20 萬輛，其中美利達品牌(人民幣 450 元以上) 10 萬輛，泛達品牌(人民幣 350-450 元)也有 10 萬輛，讓過去泛達佔 70% 的狀況調整到各一半，未來甚至 Merida 品牌的車種將再提高。許世彥樂觀的表示，美利達的高

價車(人民幣 1,500-3,000 元)目前供不應求，採訪席間巧遇美利達洛陽經銷商席老板，他此行目的就是來催高檔車補貨事宜。

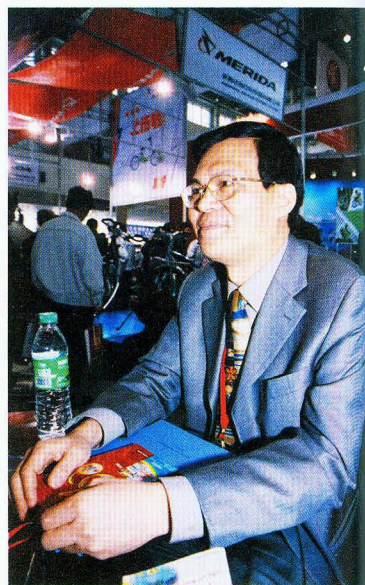
美利達上海公司有 20 人，業務以行銷為主，目前以現款現貨方式經營，在服務上以最快的速度供貨給經銷商，堅持不賺錢就不做。許總經理說，尤其銷售泛達可以說是以服務客戶為

宗旨，假如還要負擔風險，美利達寧可放棄不做，有所取捨才能將風險控制到最低，本來一個企業應該做到有所為、有所不為，千萬不要陷入價格戰，因為這將是一條不歸路。

談及未來，許世彥總經理以「想到變速車就想到美利達」的口號來經營推動中國市場，他並提出四大努力方向：

1. 推動 ISO 制度。
2. 加強研發並給予產品定位，如：美利達就是變速車的代名詞，泛達以單速車為訴求。
3. 通路結構改造，對理念好並認同美利達文化的經銷商，則給全力支持，並協助成長。
4. 加強形象塑造與活動推廣。

改造工程非常不容易，但從許世彥總經理的眼神中，看到了自信與決心。



▲轉戰美利達中國內銷市場的許世彥總經理推出「想到變速車，就想到美利達」的口號！