

FORMAT

打造專業品牌 強調自我風格

文◎袁小輝

圖◎編輯部

Format 是千里達和俄羅斯 Forward 共同推出的專業自行車品牌，由於擁有歐系血統，因此很多經營方式都是來自於歐式風格，特別是俄羅斯人嚴謹的做事態度，讓 Format 得以蒸蒸日上。

積極打造專業品牌形象

1994 年成立以來就致力於推廣中高端自行車，並且贊助 Format-Udmurtia 車隊，它是俄羅斯第一個在 UCI 註冊的世界級別的專業自行車隊。Format 自從在中國登陸兩年多來，深獲消費者認同，市場銷售水平達到預期，甚至超越起初設定的目標，讓 2010 年總銷售量達到 22,350 輛，放眼今年目標希望能衝到 46,000 輛。



▲從業20年，福瑪特總經理葉平非常看好FORMAT在中國內銷市場的前景。

埋頭做研發 抬頭有自信

總經理葉平表示，既然以專業自行車為定位，就必須堅持走自己的路，要對消費者負起責任，不能模仿別人的做法，因此旗下的車款都有自己的設計風格，適合中國市場的主流，塑造專業形象與高質感的氛圍，滿足講究自我風格和品味的消費者，幫助他們實現單車路上的夢想。

此外，Format 堅持不走短線的促銷活動，因為短時間爆量的數字不會維持太久，相信只要透過優良的品質，就會讓消費者覺得物超所值，進而建立忠誠度。不過對於中國市場的動態，也不能排除消費者的喜好，因此改用抽獎的方式來回饋給消費者，或是不定期贈送自行車給予需要



▲福瑪特 (Format) 是千里達和俄羅斯 Forward 合作，在大陸推出的品牌。左至右：Format 產品經理 Paul、Forward 總經理 Maksim Vzhegov、Format 總經理葉平。



▲俄羅斯Forward總經理Maksim Vzhegov與廣州千里達總經理梁健雄是合作夥伴，也是多年好友。

的學生，以及舉行首屆 Format 實現夢想大型公益活動，包含「F-POWER」夢想基金和「F-STAR」單車攝影大賽兩個部分，達到回饋社會的目標。

慎選經銷 寧缺勿濫

很多事情必須有所堅持，無論是品質或是選擇經銷商，葉總經理指出，消費者的眼睛是雪亮的，因此寧缺勿濫是慎選經銷車店的最高原則，若經營理念不同就不會合作，而且經銷店的服務一定要做得很貼心，專業水準夠；目前 Format 也有整套的訓練模式，受訓期間為一個禮拜或一個月不等，視課程內容而定。現階段專賣店

擁有 74 家，希望 2011 年能達到目標 100 家！其中湖北地區的銷售量快速成長中，其他像是河南、廣東、北京和雲南等地區，銷售狀況都很不錯。

堅強的團隊 活力的陣容

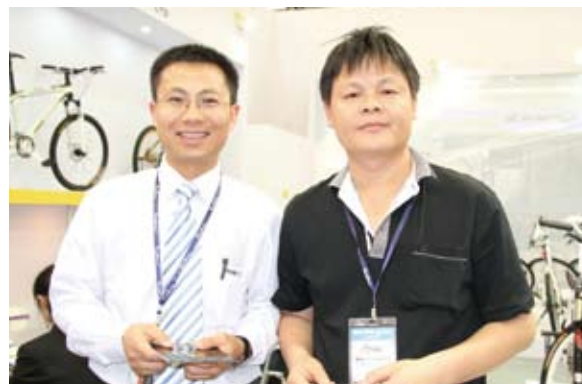
Format 團隊充滿活力、熱情跟精益求精的理念和做法，認同自己的好車，所以對未來充滿信心，凝聚力深植在每位員工的心中，新進員工也都能認同公司的文化，並且幫員工做好職業規劃；在管理上，儘量減少員工的流失，因為不斷流失是造成公司最大的損失，即便有些員工因為家庭因素離職，但不會對公司帶來負面影響，對此感到欣慰。

品質 安全 形象

葉總經理負責品牌經營，希望讓消費者認同品牌、肯定品質，期滿足廣大消費者的需求，更希望騎乘 Format 車款的車友，在體能和素質上都能有所提升；唯有擁有自己的銷售渠道網路，才能真正知道消費者需要什麼，了解應該提供什麼附加價值給消費者，服務是無限上綱的！網路市場是未來的趨勢，Format 也會積極佈局。 🌐



▲29吋風暴已經來臨！Format與WTB合作開發29吋HOG系列車款。



▲左：廣州千里達外銷總監劉運華，右：內銷總經理王保民。