

理財周刊 <利潤先生開講>

96年3月1日 ERA Taiwan簡報資料

「你好，我姓葉，這是我的名片，請多多指教……」，
你「這是我的名片，也請指教」。

就這樣，一次商業場所與聚會下來，常會收到為數不少的名片，有時候還真不知道怎麼處理，往往也就隨便擺放，最終不知流落何方，至於對方長相則是毫無印象，更不記得到底談論過什麼。如此，明明見過的人卻還是依然陌生，陌生人也就到處都是。

大部份的人都不怎麼喜歡陌生的行銷電話、推銷員的不預警登門拜訪，或開車等綠燈時穿梭馬路遞送傳單的廣告

能帶來的利潤效益。

回想幾個月前，拿到周大同名片時，如往常般的要把它丟置一旁，但卻被其名片設計所吸引，「No Savings, No Fee (成本未降不收費)」，「成本控制與獲利提升的世界領導顧問」，就這樣一念之間，想或許有一天用得上，而且沒有節省也不收費，對企業是一點都沒有風險，想想確實節省費用就是獲利提升，也欣慰自己當初留下周大同的名片。

利潤先生另外要分享的是，企業名片可以說是最廣泛的行銷工具之一！別人可以從名片中得知你的職業、姓名、

利潤先生開講

管好名片 財富跟著來

文·葉益成

派送人員，我們習慣性的對他們說“NO”，有時卻喪失了學習和節費的機會。幾年前，影印機是被少數製造商和供應商所壟斷，彩色影印費用更是昂貴。曾幾何時，供應者（不論是以影印機或電腦列印機為主業的業者）像雨後春筍般冒出來，互相爭奪生意。如此，不論是買斷、資本型租賃、營業型租賃或純租包錶，業者對我公司的親愛眼神也從未少過。

有一次，我正要出門的時候，正好遇到一個上門推銷的業務員，他主動遞上名片，自我介紹自己叫周大同，他告訴我他可以替我核算一下影印支出，看能不能幫我省錢，他堅持「沒節省，不收費」，沒有任何風險，我禮貌性的與他交換名片，客套寒暄了事。幾個月後，公司因業務需求，有彩色彩印的大量需求，在姑且一試的心態下，我打電話給周大同請他提案，他很快的對現有成本結構和未來需求做了完整的分析，告訴我一年可以省下10萬。在半信半疑下，我約他進一步見面，我慶幸給了這個業務員機會，他分享給我的不只是影印機的專業，更讓我在不變更需求下，達到了降低成本。

很明顯的，過去我超付了影印費，也對影印費的費率結構和使用合理性不了解，更遑論進一步了解相關專業知識和節費方式。我很高興保留了他的名片，否則我可能錯失這個快速提升公司利潤的機會，畢竟在公司現有毛利只有5%的基礎上，這可是我公司必須多做近一年200萬元生意才

職稱、聯絡方式以及公司的基本資訊，要讓你的名片為收受的人所保留，在你要設計一張具行銷效果的專業名片時，應該力行：

- 1、名片風格與公司形象符合，切勿一味求新、搞獨特，卻與本身所要表達的企業形象不合。
- 2、確定名片的設計符合企業識別標誌，例如公司標準色、標誌形式、口號與其他輔助的視覺感受等。
- 3、不要設計一張需要用顯微鏡觀看的名片，如果名片不易辨識，就不是一張好名片，特別是公司名稱、地址、電話，應力求清楚，字體加大或加粗。
- 4、善用名片版面，不論正反面，皆可印製任何重要有用的資訊，例如產品、服務、項目、營業時間、公司經營理念、地址、網站、營業國家、辦公處所在地等等。
- 5、若你的服務是非常個人化，可考慮將照片印在名片上。
- 6、考慮名片贈品化，或賦予名片新附加價值，例如將名片印在隨身的筆上、尺上，甚或可以將名片改成磁鐵，貼紙等等。

最後記得別忘了隨身攜帶它，並儘可能讓客戶可以接觸到你的聯絡方式，當然除了與人交換名片外，記得好好管理你所交換到的每張名片並善用之，因為名片=人脈=財富。（本專欄作者現為ERA假案國際顧問組織亞洲區負責人暨中華假案總裁，中華成本管控學會理事長）