柔漾 Re Young Your Life

心橋 Re Young

31 第三十一期 2009年12月

名人隽语

对人不尊敬，首先就是对自己不尊敬。

——惠特曼

Re Young 美丽文化

1.Reyoung美体大使：是传播健康、美丽、时尚的使者

2.Reyoung人负有的使命：学习、感恩、分享

3.Reyoung人追求的美：形体美、健康美、心态美、自信美

4.Reyoung人实现的价值：自我价值、家庭价值、社会价值、历史价值

Re Young 企业文化

热忱 - 经营热忱、服务热忱、管理热忱

科技 - 科技产品、网际网路、电脑管理

时尚 - 符合流行、引导流行、创造流行

品牌代表自信·自信犹如新生

2009 下半年度 Re Young柔漾品牌餐会

新扬国际集团，2009下半年度Re Young柔漾品牌餐会于11月4日在上海神旺大酒店举行。大会现场吸引了全国各地近两百多名Re Young经销商及客户共同参与。这次餐会除了是表扬绩优人员外，也是全国各地柔漾爱戴者聚首一堂、相互联谊的大日子。大会邀请了极具份量的贵宾出席，分别是新扬国际集团·董事长蔡咸源先生、新扬国际集团总经理林秋萍女士、新扬国际集团大中华区柯云锋副总经理及来自全国各地的16位区域总经销商公司总经理等等。此外，大会还特别邀请了上海旅游形象大使担当大会主持。之后，新扬国际集团总经理林秋萍女士、新扬国际集团大中华区柯云锋副总经理分别发表致词。

为了表扬2009上半年度绩优经销公司，大会分别颁发了美体大使证书、金玫瑰、绩优经销人员及专卖店、形象店及旗舰店、区批奖励等。2009年是Re Young历史上的重要年份，在这一年，品牌公司公布了全新的VI方案；在这一年 ，众多的形象店与专卖店全新开业，商业门店和商场内店面两面开花。为了凸显Re Young品牌店的专业性以及品牌公司的重视，故大会增设了「柔漾店牌颁授」，特别为按照新VI标准的品牌店进行统一授权。此外，品牌公司特别设立了一个特别奖项，为在Re Young的团队中，有一群特别的女士，她们与Re Young品牌共成长、同甘苦，孜孜不倦奋战在中国美体行业的最前线，无论风雨坎坷，不管创业艰难，始终在坚持。此奖项并以《健康工程·美丽人生》命名，以表彰经营五年以上的资深经营者。每位获奖人员在台上都露出满意笑容，得奖也代表着成就、荣誉，美丽及健康，所有经销人员都热切期待在台上接受殊荣的一刻，亦鼓励各经营者继续努力向前，向着成功的目标前进。

在2009年，集团总部特别邀请各区域总经销公司负责人员光临台湾旅游并参观集团总部，并由Re Young品牌公司柯副总为我们介绍台湾旅游的精彩内容。之后，我们共同回顾了公司于5月份举办的「奔向沙巴·相聚沙巴」之旅，透过录像欣赏了沙巴的美景、美食及2009上半年度柔漾绩优人员表彰大会的精彩片段。同时，总部也宣布了下一届的旅游竞赛开始，透过影片介绍了美丽的泰国普吉岛，蓝天白云、碧海金沙，诱人的美景及美食，期待与我们相约在普吉岛。

有相关总经销公司自编自导的精彩表演节目是餐会让人难忘的环节。序幕演出是由佛山神韵形象设计顾问有限公司同事的舞蹈演出《韩国火热劲舞show》，欢快的节奏、动人的舞姿，为盛会奠定了喜庆的基调。此外，上海昱博商贸有限公司的同事为大会献上了性感的节目《舞逸生香》，表演人员的婀娜多姿，曼妙舞姿让观众更深刻体会了Re Young女人是如何风情万种。餐会的高潮是由模特儿走秀引发，由模特儿演绎耳目一新的catwalk show《天使的蜕变》，由芭蕾舞演员揭开神秘的序幕，模特儿穿着不同款色的Re Young产品，表现出每一位普通的女性穿着柔漾塑身美体内衣都是充满自信，所有女性都可以从一个普通的人蜕变成美丽的天使。整个catwalk show的高潮莫过于是由模特儿演绎出即将面市的Re Young新研发产品，即轻塑型内衣系列及集团特别呈献之限量产品Ayako红色短胸衣，将内衣最媚惑的时尚、把女性的柔美展露无遗，令在场的宾客都惊艳不已，全场掌声雷动。

本次餐会特别请到了上海艺术学院鼎力相助，由在校学生为大会送上舞蹈演出《水袖》，飘逸的舞姿、复古兼具的服装，使大家不仅品尝到美味佳肴，同时收获了一场丰富的视觉盛宴。压轴的新疆舞蹈《天生美女》，为大会带上另一高潮，在场的宾客余兴未尽，跟着舞者尽情的舞动起来，跳出了新的开始、新的希望。

"相亲相爱一家人"歌声响起，2009下半年度Re Young柔漾品牌餐会在一片欢乐的气氛中圆满结束，期望通过是次餐会，各同事把Re Young品牌发扬光大，让更多的人知道「美丽曲线·始终来自Re Young」！

品牌代表自信·自信犹如新生

ReYoung柔漾品牌专业培训
让您的人生更上层楼：柔漾经营学

2009年11月我们又迎来了ReYoung的年度盛会，全国的ReYoung精英都齐聚上海尽展风采。本次盛会为期二天，第一天是ReYoung柔漾品牌专业培训，该次课程更是吸引了近200位渴望学习渴望提升的ReYoung经营者。

本次培训公司特别邀请了来自台湾，有着非常资深经验的Vivian Huang老师为大家献上专业的培训课程。此次课程以讲授、案例、讨论、演练、训练、游戏等互动的授课形式，藉由课程培训让学员了解

柔漾的愿景：以优质美体产品立足全球；以健康、美丽、自信改变生活
柔漾的使命：健康工程、美丽人生；传播健康、美丽、时尚的使者
柔漾的企业文化：熱忱、科技、時尚
柔漾的企业精神：学习、感恩、分享
柔漾的企业之美：形体美、健康美、心态美、自信美
柔漾的企业价值：自我价值、家庭价值、社会价值、历史价值

并结合成功创业家必须具备的内涵修养与处事技巧，让学员知道成功者的境界，掌握人性成功的诀窍，用目标建立来激励自我，善用自我激励来达到凝聚共识，了解成功领导者的特征，向成功者借镜塑造优质团队文化，形成企业与个人共赢局面。

培训中讲师与学员的互动、学员的分享都给整个课程带来不少的精彩片段，而讲师在课程最后的环节安排更是让在场的学员都倍感意外和温馨，18位学员通过抽奖的方式上台分享，其实18位学员经营ReYoung已在五年以上了，从分享中我们都能感受到学员们对ReYoung的感情、对经营ReYoung事业的执着，18位学员的真情分享感动着在场的每一位学员，集团林秋萍总经理上台与18位学员深情拥抱并送上鲜花及小礼物，表达公司的敬意。

每一次培训时间都是短暂的，但每一次培训所带给我们的知识及思考问题都是深远的，只有学员把每次所学很好的加以运用，才能真正体现出培训所带来的价值。而品牌的建设维护和品牌价值的提升更需要所有经营者来共同奋斗，让我们共同努力实现更美更好的事业发展。

REYOUNG生活情调百科

法国葡萄酒系统的四大等级简介

法国法律将法国葡萄酒分为4级：法定产区葡萄酒、优良地区餐酒、地区餐酒、日常餐酒。其中，法定产区葡萄酒占全部产量的35%，优良地区餐酒占2%，地区餐酒为15%，日常餐酒为38%。

一、法定产区葡萄酒，级别简称 AOC

是法国葡萄酒最高级别AOC在法文意思为“原产地控制命名”。原产地地区的葡萄品种、种植数量、酿造过程、酒精含量等都要得到专家认证。只能用原产地种植的葡萄酿制，绝对不可和别地葡萄汁勾兑。AOC产量大约占法国葡萄酒总产量的35%。酒瓶标签标示为 Appellation+产区名+Controlee。

二、优良地区餐酒，级别简称 VDQS

是普通地区餐酒向AOC级别过渡所必须经历的级别。如果在VDQS时期酒质表现良好，则会升级为AOC。产量只占法国葡萄酒总产量的2%。酒瓶标签标示为 Appellation+产区名+Qualite Superieure。

三、地区餐酒 VIN DE PAYS (英文意思Wine of Country)

日常餐酒中最好的酒被升级为地区餐酒。地区餐酒的标签上可以标明产区。可以用标明产区内的葡萄汁勾兑，但仅限于该产区内的葡萄。产量约占法国葡萄酒总产量的15%。酒瓶标签标示为 Vin de Pays + 产区名，法国绝大部分的地区餐酒产自南部地中海沿岸。

四、日常餐酒 VIN DE TABLE (英文意思 Wine of the table)

是最低档的葡萄酒，作日常饮用。可以由不同地区的葡萄汁勾兑而成，如果葡萄汁限于法国各产区，可称法国日常餐酒。不得用欧共体外国家的葡萄汁，产量约占法国葡萄酒总产量的38%。酒瓶标签标示为 Vin de Table。

法国葡萄酒的分类（另一种不同的介绍）

1、原产地名称监制葡萄酒（AOC）

是法国葡萄酒中的极品，政府对这类酒的出品有严格的法规进行控制，这些法规涉及生产、葡萄品种、最低酒精含量、单位面积最高产量、葡萄栽培方法、酿酒方法，有时甚至包括储藏和陈酿条件等，“原产地名称监制葡萄酒”只有在符合了该酒的特定标准以后，才有资格冠以“地名监制”的美称，否则无权使用“地名监制”。

2、特酿葡萄酒（VDQS）

它的生产必须经过：“国家原产地地名协会”的严格控制和管理，其生产条件包括：生产地区、使用的葡萄品种、最低酒精含量、单位面积最高产量、葡萄栽培方法、酿酒方法等，在顺利通过官方委员会进行的品尝试验之前，这类酒不能从地方企业联合会取得VDQS标签。

3、当地产葡萄酒（VINS DE PAYS）又称乡土葡萄酒

该类酒只能用经认可的葡萄品种进行酿制，且葡萄品种必须是酒标上所使用地名的当地产品。

4、佐餐葡萄酒（VINS DE TABLE）

是除当地产葡萄酒外的佐餐酒，酒精度一般在8.5%-15%之间，他们可以是不同地区，甚至不同国家葡萄酒的混合品。

法国葡萄酒无论是佐餐葡萄酒还是AOC葡萄酒，开始生产直到被消费，都受到全方位的严格控制，控制内容涉及到生产、批发商、销售和消费等内容。

Re Young上海光大会展中心　国际美博展见闻

2009年11月4日至6日，为扩大品牌影响力，并强调产品的专业性，Re Young品牌公司受邀参加09年度的上海国际美博展。

在展会上，总部接待人员接受众多客户的咨询，其中包括消费者、终端商家、各行业品牌代理商、各类消费平台供应商和多家专业媒体。回复的内容涵盖了产品知识、销售和服务专业、经销形式、投资回报及品牌推广等。

总部工作人员同样考察了与会的各商家、厂家，包括美容产业、美发行业和美体行业，以及各种器械提供商。通过本次展会，总部取得了宝贵经验，并希望与各家经销单位和众多消费者分享：首先，美体行业蓬勃发展，市场份额不断扩大，吸引越来越多的厂家和商家参与；其次，良莠不齐是近年来美体行业的通病，现场有借机低价直接零售的，有用超低至0.8折抛货坑害客户的，甚至有提供OEM仿冒Re Young品牌产品的；再次，提醒所有经销商和消费者理性参加或看待相关展会，多方征询考察，以免造成盲目投资或不理性消费；最后，Re Young已经积累了极具数量的消费群，但由于各种原因，消费者或联络不到原销售单位、或由于个人原因没有及时进店回诊、或不了解目前店面地址电话，因此务必加强对消费者的服务并提升店面推广力度，以取得经营的更好效果。

Re Young福州瑾升店开业

2009年11月30日早上9点钟，Re Young福州瑾升店正式开业。随着锣鼓声的敲响，受邀嘉宾100多人陆续到场。10：30开始剪彩，剪彩嘉宾来自Re Young香港公司许国豪经理、Re Young上海公司朱晓宇经理、厦门康扬公司郭奕彤总经理、Re Young福州阳光公司林兰英总经理、和福州（瑾升）形体雕塑馆宋丽玉总经理。门口鸣放礼炮礼花更是将现场气氛推向高潮。为答谢新老客户，Re Young福州瑾升店增设了现场　　抽奖，为到场嘉宾准备了丰富而诱人的多种规格奖品。

尽管筹备时间仓促，但我还是能够感受到大家的热情。在整个活动中，出现最多的一个词就是“感谢”。我感谢各位领导的光临和爱护；感谢各位经销商的支持和鼓励；感谢上天让我应运而生；感谢大地让我顺利成长；感谢时代给我机遇；感谢朋友给我信任。我们将秉承着“优质队伍，真心服务”的理念，用最好的市场推广和优质的服务，不断为客户创造新的价值。

——宋丽玉

专题报道

厦门康扬·Re Young凤凰店开业暨开幕时尚酒会

2009年12月08日，厦门康扬Re Young品牌店，像只雍容高贵的凤凰一样，在繁华的禾祥西路禾祥商城二楼筑巢而栖。

开业当天早上，在店内我们举行了开幕剪彩酒会，场面热闹，欢腾活跃的氛围，缤纷绚丽的礼花，前来祝贺的嘉宾络绎不绝，一个接一个祝福的花篮一直排到一楼街上，壮观的场面，引来了路人的关注，烘托出了一个喜气洋洋的欢庆气氛，也共同迎来了新扬国际集团林秋萍总经理和柔漾品牌公司大中华区柯云峰副总经理以及上海、广州及苏州等全国各地区域Re Young代理商的大力支持。

为了答谢一直以来帮助和支持我们成长、发展的新老客户，康扬美形还特地在厦门五星级磐基皇冠假日酒店隆重的举办了开业酒会，为各位来宾准备了精彩的节目、丰盛的美食和丰富的抽奖活动。并得到了厦门美丽田园、厦门雷妮礼服以及新扬国际集团的大力支持。现场将近200多位的贵宾——女士婀娜多姿，男士西装革履，在这庄重的日子、在这热闹的气氛中，点缀出了一个姹紫嫣红美丽柔漾的盛景！

一直以来康扬美形都承蒙各界厚爱，尤其　　得到众多单位和机构的协助，在这里也特别感谢厦　　门美发美容化妆品协会的大力支持、各界媒体朋友的关注和我们的加盟商：厦门美丽田园SPA连锁机构、厦门康丝曼美容女子会所、厦门漫丽美容院、厦门金澜湾SPA会所、厦门柔馨形象设计有限公司、厦门恩曼妮体验馆、厦门同安区魅力柔漾、福州瑾升形体雕塑馆，和我们的赞助商家全芳福建食品有限公司、厦门方盛进出口有限公司、丝尚国际。有了他们的支持，我相信康扬美形的路才能走得更远，更长。

“以医生的胸怀关心全天下女性的身材”，这一伟大的使命一直以来都是厦门康扬美形郭奕彤总经理及每一位天使们一生的职责。因为我们知道，作为女性，有着傲人的身材，完美的曲线，是每位女士一直以来追求的梦想。康扬美形柔漾品牌凤凰店，不仅为成千上万名女性提供世界一流品质产品和专业的服务，也为我们贵宾提供更优美温馨舒适的环境，展现更为高贵的柔漾品牌形象。让我们期待并祝愿康扬美形柔漾凤凰店明天会更好，并以更高的品质和服务来回馈社会。

——郭奕彤

成为一家品牌专卖店管理人员的6项核心能力

一、积极主动性

①．合格级：努力完成店主交代的工作：

具体表现：

A．弄清楚顾客的要求、店主的要求和店员对店长的要求

B．多数情况下独立工作，无依赖性

C．至少每个季度做一次自我总结，并主动提出下一阶段自我改进目标

D．重视目标和标准动作，在工作场合没有明显的负面情绪，决不在员工和顾客面前说出消极和不利于公司 形象的事情

②．优秀级：敢于设定富有挑战性的各项工作目标：

A．主动提高专卖店工作目标，并能说出行动计划

B．当与店主有不同意见时，敢于主动沟通，清楚完整表达自己的意见

C．经常能够提前完成高质量的工作

D．出现问题时候，既反映问题同时提出解决的思路和方法，尽管有时解决问题的方法并不成熟和可行

E．敢于根据制度执行店长各项权力

F．在店主没有交代情况下动用自身人际关系、工作时间，确保实现工作目标

G．在店主不要求检查的情况下主动做好各项事务

③．卓越级：为专卖店和员工设定长期而富有挑战性的目标：

具体表现：

A．为员工设定长期职业发展目标，并提供可行性方法

B．为专卖店设定长期发展目标，并提供可行性方法

C．面对不确定的风险敢于承诺并承担责任

D．主动推荐比自己更优秀的人才到专卖店工作

二、计划组织能力

①．合格级：根据店主要求目标进行简单分工：

具体表现：

A．根据以往或者店主设定目标，将目标分解到每个时间阶段

B．根据以往或者店主设定目标，将目标分解到员工个人身上

C．每月填写销售业绩报表，并制定下月销售目标

②．优秀级：根据历史数据和商圈位置和专卖店情况设定有合理和富有挑战性目标：

具体表现：

A．能够找出导致业绩浮动的关键因素

B．每月填写销售业绩报表，敢于制定富有挑战性目标，并分解到子目标、关键动作，细分完成目标的时间进度

C．公布相关计划，为导购指出为达成目标必要的动作和提供相关的辅助和支持

D．严格执行店务流程，制定目标，监控员工关键动作，达成目标

E．在日、周、月例会上随时公布计划达成情况；及时表扬员工良好表现，及时指出员工不正确和不良行为；确保每个销售服务动作的正确性、标准性

F．能制定出为达成目标所必须的相关计划，包括导购培训、竞品调查、宣传派单等

③．卓越级别：为专卖店制定长期、全方位的经营计划：

具体表现：

A．能够对专卖店的优劣势进行全面分析

B．制定长期和全方位的经营计划，包括业绩目标、人员招聘培训、投入、宣传、促销、顾客资源、竞品调查等等，并细分到子目标和关键动作

C．具有创新经营意识；敢于且能说明理由的向店主提出为达成各项目标所需要的各项资源支持，包括人员奖励、有形投入等

D．能够根据商圈内竞争对手提出相应的经营的计划和应对措施

三、销售能力

①．合格级别：能够独立销售的同时，能为同事销售提供有效协助：

具体表现：

A．熟悉产品知识；具有良好销售业绩

B．熟悉标准化销售服务流程，能够为店员示范各项标准化动作

C．能够背诵常用销售话术

②．优秀级别：能够复制标准化销售服务流程，规范专卖店销售服务行为：

具体表现：

A．能讲解Re Young专卖店标准化销售服务流程，并作正确示范

B．能够从标准化销售服务 流程的各个关键动作分析各员工销售能力高低，并给员工提供改进意见

C．能够根据本专卖店实际情况制定附加推销明细表，并教会员工使用

③．卓越级别：在标准基础上，运用原理，完善销售服务流程：

具体表现：

A．能够独立提炼新产品卖点，编写新产品FAB话术

B．有意识有计划的对竞品进行调查，学习和总结竞争品牌良好的销售技巧运用于本店

C．坚持编写销售服务案例，在特殊销售个案中总结原则和方法

四、卖场环境设计能力

①．合格级别：严格执行公司陈列标准：

具体表现：

A．专卖店统一LOGO、统一标准色、统一装修和员工形象

B．功能区齐全、清楚；Re Young专卖店基本的功能区包括：前台（收银区）、产品陈列区、顾客洽谈区（休息区）试衣间

C．通过早会、交接班检查，严格执行公司的各项陈列标准

②．优秀级别：在执行标准的基础上，不断提高专卖店形象：

具体表现：

A．善于利用道具，根据不同时间和活动主题，设计橱窗和陈列

B．每月经营计划，将卖场环境做为工作计划之一

C．征集员工创意和意见，通过电话回访了解顾客意见，做出环境设计的调整

D．有计划的学习先进门店和竞品门店环境设计方案

③．卓越级别：通过制度和长期计划，全面系统、有步骤的提升专卖店形象：

具体表现：

A．在经营计划中，每月（或每季度、每年）有固定部分资金用于专场环境设计

B．从视觉、味觉、听觉、触觉、嗅觉等方面进行思考，全方位提高门店形象，创造良好的卖场氛围

五、培训能力

①．合格级别：能讲解专卖店导购标准化课程：

具体表现：

A．以身作则，认真积极主动参加各项培训

B．能够严格按照专卖店培训管理制度，组织实施标准化培训课程

C．完成各项培训考核

②．优秀级别：有计划、有针对性的对员工进行培训：

具体表现：

A．了解不同员工能力差异，为员工制改进目标并进行有效督导

B．掌握现场一对一辅导的技巧和方法

C．撰写案例，制定和实施每月培训计划；每月对员工专题培训时间不少于4小时，（不包括例会和公司组织培训）

D．参加公司和外部培训时，在规定时间内，能够有效进行传承培训，并考核员工掌握情

③．卓越级别：随时全方位的、长期灵活的、制度性的提高员工技能和素质：

具体表现：

A．培训方法不仅仅局限于上课一对一沟通，灵活运用多种方法对员工进行培训，并运用专卖店各项制度约束和激励，提高员工能力

B．通过神秘顾客调查和顾客意见征求，了解员工能力表现

C．运用互联网搜集文档影音资料、发放相关书籍、市场调查、邀请同行分享、指派负责某项新工作等方式丰富专卖店培训方式，从而提高员工能力

D．设计培训激励制度，营造良好的学习氛围

E．将员工培训纳入店长的考核，并与薪酬相结合

F．将员工学习情况纳入考核，做为晋升和工资调整的重要依据

六、沟通能力

①．合格级别：认真倾听，敢于并能清楚表达自己意见：

具体表现：

A．运用非言语信号证明你在注意倾听。（如眼神接触、姿势、点头和微笑等）

B．用言语提示他你正在倾听（如“对”，“我明白”等）

C．准确地记住和记录有关事实

D．不受对方情绪和环境干扰，敢于并能清楚表达自己意见

E．摆出各项事实证明自己观点，确认对方理解并获得承诺

②．优秀级别：主动倾听，用行动或语言引起别人的兴趣和同意：

具体表现：

A．从对方谈话中总结主要观点或问题，并通过重复来确认自己理解是否正确

B．通过反问和追问了解事实

C．运用5W2H格式清楚表达自己的意见和发布计划

D．对对方的情绪、感受表示同情

E．理解别人的观点和感受

F．积极获取反馈：接受反馈意见；保持冷静

G．通过指出对方的忧虑、潜在危险以及强调共同利益来说服他人

H．预测对方对自己观点和语言可能出现的反应，并提前做出应对措施

③．卓越级别：通过同理心洞察，采用灵活和多元化的方法影响对方：

具体表现：

A．根据对方个性和顾虑，调整自己的说话方式适应对方；但不轻易改变立场和观点

B．鼓励对方说出潜在的担忧

C．在总结和表达观点时候，能够并敢于指出对方潜在的心态

D．当正面沟通无效时候，能够游说对对方有关键作用的人物出面帮助沟通，或者通过协助解决关键人物的问题来帮助你出面沟通

E．不断调整方式，多次耐心的进行沟通，最终实现影响对方的目标

F．制造或策划相关事件，以间接影响他人，（例如为某员工举办生日Party，改善与店长工作关系；从而影响其工作配合度

香港

日期：2010年1月14、15日（如有任何更改，将会另行通知）

地点：深圳　　名额：30人（额满即止）最少15人开班　　截止日期：课程开始前一星期

费用：RMB150元（此费用只含培训期间之午膳及课程费用），学员在培训期间交通及住宿自理。

如学员需要本公司提供住宿数据，请在报名时告知。

复习课程内容：包括集团介绍、产品专业、美体设计技巧、市场愿景及人才循环

上海

日期：2010年1月20、21日　2010年2月24、25日（如有任何更改，将会另行通知）

地点：上海(各区域也可申请公司至其区域举办专场考証，具体申请办法可参照“申请公司场地举办考証班规定”)

名额：30人，上限为40人　　截止日期：课程开始前一星期

费用：RMB100元（含复习课程、笔记、场地、午餐）

＊此费用不包住宿，如学员需要本公司安排，需额外付费。

名额有限，报名从速，请立即向集团组训部报名及查询。