创业在中国

创业是当下社会最具瞩目的商业领域，无论从国家政策到新时代人们的创举，创造出来的社会财富占据市场的比重越来越高。华人在外创业、外国人在中创业的故事比比皆是，当做鸡汤来读，当做励志故事来读，你会发现创业也许就在一瞬的机缘巧合，并非你想象中那么困难重重。

美国华人网上卖鞋的创业故事

**创业的路在大学起航**

谢家华是Zappos.com的创立者之一，也是这家网络营销巨头的行政总裁。他的父亲谢传刚和母亲李小林都来自中国台湾。父母早年从台湾辗转到美国定居，后来在伊利诺伊州生下谢家华，家华是三兄弟中的老大。据父亲介绍，家华从小就思维敏捷而且很独立。  
  
谢家华的童年无忧无虑，一切都顺涮当当。他从小在旧金山长大，后考进哈佛大学主修计算机，比同龄人早了三年拿到毕业证。大学期间，家华的生意经得到了累计，在寝室里开披萨店，这放在国内外的哪一所大学案例都屈指可数吧。做生意显然没有耽误他学习的进程，期间还获得计算机比赛第一名的好成绩。

在他21岁那年，他放弃了继续攻读博士的机会，那时他的家人和朋友都不支持。

但家华用事实证明他是对的，不到半年的时间，家华仅用两万美金就开创了网络广告公司LinkExchange。两年时间，家华的公司在职员工就扩充到了200人。998年11月微软宣布以价值2.65亿美元的[股票收购](http://baike.baidu.com/item/%E8%82%A1%E7%A5%A8%E6%94%B6%E8%B4%AD/7384784" \t "http://baike.baidu.com/_blank)LinkExchange.谢家华挖到了第一桶金  
  
**卖鞋之初差点破产**  
  
在一个偶然的机会下，家华认识了今后足以改变他一生的人，比他年岁还小的尼克•斯威姆。斯威姆提出一个其他者从来没有想到的主意：网上卖鞋。斯威姆说，鞋类零售有400亿美元的市场，其中5%，也就是20亿美元的市场是通过看订购目录邮寄的，这说明，在非实体销售的市场空间是潜力巨大的。那一瞬间，家华的眼前一亮。  
  
于是，谢家华往斯威姆的网上售鞋公司ShoeSite也就是Zappos的前身先后注入100万美元。半年后，两人开始一起经营Zappos。但Zappos当时基本卖不出什么东西。两人只用一天时间讨论如何做品牌，最后敲定以提供最好的服务为发展方向。知道他们从富国银行借了600万美金贷款，他们仍每天担忧着自己是否会破产。  
  
但是谁也，没想到，一个网络销售巨头就这样产生了。2000年，Zappos的业绩达到160万美元;2001年为860万美元;以后年年成倍数增加，很快突破了3000万、8000万、1亿。如今，据美国有线电视新闻网调查，在30亿美元的网上卖鞋市场中，pos占到1/5，去年业绩突破6亿美元，客户400万。  
  
**靠免费退货赢得市场份额**  
  
谢家华最常说的一句话是：“我不愿意把钱花在打广告上，我更喜欢把它花在改善顾客服务上。”Zappos奉行“鞋合适即穿，不合适便换”的宗旨，尽管它不是第一家提供免费退货服务的网上商店，但谢家华令这项服务成为Zappos杀出重围的法宝：只需一晚，货物便可送到客人手中;若不满意，可享有免费退货。为此，仅去年Zappos的运输费就花了1亿美元。而事实上，Zappos只有去年转亏为盈。  
  
免费退货是一个留住顾客的长期计划，据调查显示，zappos百分之六十都是回头客。

Zappos公司的成功在于不惜一切代价追求客户满意，它著名的客户服务中心广受好评，经常给客户带来“WOW”的惊喜。为了客户满意，客服可以亲自坐飞机将货物给客户送过去。最极端的服务是，如果商品缺货而客户又很着急，他们甚至会把客户介绍到竞争对手那里去  
  
**每月给自己买双鞋**  
  
  
客户服务是谢家华一贯追求的理念。毕竟，服务品质才是Zappos的立足之本。  
  
Zappos现在还增加了皮包、手套、墨镜等用品，因为他相信网络行销还有更大的空间。仅鞋子这个领域，他就有信心占领美国1/10的市场。生意之外，他也不会亏待自己。他每月都会给自己买双新鞋，也算是对Zappos的一点贡献了。