

农业品牌营销:唱好三部曲 规避三种倾向

在涉及消费者在线渠道使用、移动互联网、社交媒体应用领域,中国不仅领先于多数发展中国家,也领先于多数发达国家。

可以肯定地说,“互联网+”是我们这个时代的“背景音乐”,当然更是农业品牌营销的“背景音乐”。

互联网有可能成为经济学意义上鲑鱼效应中的鲑鱼,因为有电商的搅动和加入,我国农产品市场流通正开启加快创新的进程。

而这些,与面向市场需求的农业供给侧结构性改革这个主旋律恰好紧密相关。显然,面向市场需求的农业供给侧结构性改革也是农业品牌营销的主旋律。

然而,在经济学意义上最接近完全竞争的农产品市场,搞好品牌营销并不是一件容易的事,要在实践中努力学唱“三部曲”,注意规避三个值得注意的倾向性问题:

第一部曲,要从“我猜你”到“我和你”,注意规避农业品牌培育的“自闭症”倾向。

在“互联网+”时代,一般化的广告越来越难以吸引顾客,互联网在发挥巨大传播作用的同时,也能够很快冷却传播的热度,创意越来越难以引起轰动。有人说,这个时代的品牌竞争不再是“创意”,而是“诚意”。

互联网恰恰给我们提供了一个这样的平台,通过网络搜集消费者喜怒哀乐、通过网站及微信公众号等渠道回应关切,甚至直接组织网上社区,让用户发声,开展互动交流,这些以往在线下成本高昂、难以组织的活动在虚拟世界都变成了举手之劳。

在此基础上,对消费者的关注和需求及时作出调整和反应,用心服务是品牌营销真正的内功,“我猜你”到“我和你”虽然一字之差,但“我和你”就有了角色互动,就

变成了“心连心”。而且,通过挖掘网上数据信息能够更有效地支持评估与改进营销策略。

第二部曲,要从“印象派”到“抽象派”,注意品牌定位的简单化倾向。

实际上,在人际交往中,我们一开始对人的“印象”往往来自相貌、身材、毕业院校等外在的条件,而一旦长期接触之后,热情、可信、坚强等内在品质就会被“抽象”出来,进而完全超越在“印象”之上了。

就如农业品牌营销看似从物与物的关系出发,而在本质上还是人与人的关系。

第三部曲,要不忘老朋友,结识新朋友,注意品牌发展的扩大化倾向。

有研究表明,维持一个老顾客的成本只是寻找一个新顾客所需成本的一半,而要把失去的老顾客重新“找回来”所花费的成本则

是寻找一个新顾客成本的10倍。

在制定实施农业品牌营销战略前,各类农业经营主体一定要把产品分析透、产能分析透、市场空间分析透,这件事以前不容易做,但是在今天基于互联网的大数据挖掘都变成了可能。

“互联网+”是农业品牌营销创新不可忽视的力量。有人说,传统品牌培育需要5年左右的时间,而在网络时代这个周期会大大缩短。

农业生产经营主体只有树立与坚守企业家思维,“用一生的眼光去权衡”,努力规避品牌培育的“自闭症”倾向,品牌定位的简单化倾向和品牌发展的扩大化倾向,借助“互联网+”唱好“三部曲”,才能把农业品牌营销做得风生水起。

(农汇)

科达股份战略发布 打造全能力数字营销集团

日前,科达股份发布了《科达股份发展战略规划纲要(2017-2020)》。纲要显示,公司现阶段将以现有在移动互联网广告的优势快速抢占中国数字营销全行业的市场为战略思路;而中长期角度则着重紧抓国际趋势,搭建营销数据与技术能力形成竞争壁垒,打造全能力的数字营销集团。

科达股份董事长刘锋杰指出,2015年决定聚焦数字营销行业以来,经过两次布局,已经完成了数字营销领域全营销链能力闭环的构建;2016年科达股份超额完成了业绩承诺,实现了营收、利润双双翻倍的目标;今年上半年,科达股份在去年组建的高管团队带领下,已经理顺了战略、业务和资源的组合;现在,科达股份对自己提出了更高的要求,将以“一个科达”为中心进入高速发展期。在这一新的阶段,公司CEO褚明理将充分发挥在互联网领域的优势与经验,带领高管团队将科达股份打造成为可持续发展的长青企业,成为最具规模与创新力的全能力数字营销龙头。

借助移动营销优势抢占行业龙头

科达股份在新的战略规划中提到,公司现阶段是打造全行业数字营销龙头企业,充分利用移动营销行业领军者的优势,将移动营销能力向全行业辐射。具体来说,一方面,公司将通过内生与协同,打造KA客户全案营销、交叉销售、集中采购等能力;另一方面,通过数据与技术能力的逐步搭建,与头部媒体资源对接,提升全行业营销服务能力。

据权威机构数据预测,2020年数字广告整体市场规模预期达到7.952亿,其中移动广告规模为6.340亿,占比80%。2016年移动广告同比增长75.4%,并仍保持高速增长。

科达股份战略规划显示,未来数字营销的竞争就是移动营销的竞争。而科达股份已经在该领域独具优势。首先,科达股份体系拥有强大的移动互联网头部媒体资源。比如就腾讯系而言,科达股份旗下派瑞威行是第一批被授予铂金牌照的代理公司,连续3年成为腾讯效果广告投放量排名第一的合作伙伴,2015年、2016年连续两年投放规模超过10亿。此外,科达还拥有小米核心代理、今日头条核心代理,能力基本涵盖目前互联网的头部媒体资源。

事实上,不止于强大的移动互联网头部媒体及移动端产品,科达股份在移动端的能力已经覆盖了全数字营销产业链。目前,科达股份大部分子公司都实现了80%业务来自移动端,即使是传统业务部分或线下业务,也已经领先于行业,试水移动端与线下结合的创新尝试。随着互联网化趋势,数字营销不断向传统行业渗透,科达股份将充分利用移动营销行业领军者的优势,将移动营销能力向全行业辐射。

打造全能力营销集团

打造全能力数字营销集团企业是科达股份此次发布的中长期战略。具体来说即构建商务能力+数据能力+技术能力+服务能力的一体化综合服务解决方案。

有行业人士认为,让客户获得更多价值,就要让广告的投放更加精准,内容触达更加个性化,从而围绕用户体验旅程提供个性化营销。为顺应这一行业发展趋势,科达股份提出的“营销云”概念,全力推动公司转型大数据和技术驱动型的营销集团,迎合新时代下互联网的多元发展趋势。

科达表示,将进一步深化对头部客户的服务,同时勤练内功,加强自身技术与数据能力,在提供“数据层+应用层”结合的营销产品的基础上,结合商务与服务能力,借助行业生态,提供整体解决方案,形成科达营销云。未来,公司将打造“数据能力+技术能力+商务能力+服务能力”并行发展的全能力营销集团,以营销数据与技术为竞争壁垒,致力于成为提供综合解决方案的运营商和业务平台的创新者。

(中国经济网)



华帝厨电重金植入《变形金刚5》 跨界营销新玩法

仅仅半年时间,华帝的品牌脚印玩转了网剧圈、时尚圈、互联网圈、游戏圈、娱乐圈、影视圈,从线上到线下、从品牌到产品,既有温情治愈也有娱乐至上,多元化立体的跨界网络让华帝在厨电业界遥遥领先。在多元化的品牌跨界营销手法的背后,其传播核心却很聚焦,努力成为年轻人心智当中时尚感而兼具科技感的高端品牌。

任何事物都是过犹不及,对营销而言,“跨界”是一把双刃剑,用得好可以打开消费者市场,用得不好,则浮于表面,弊大于利。华帝高频率亮相各大场合,涉足各大文化圈层,也有部分业界人士担忧:是否会导致品牌定位模糊,甚至为营销而营销,忽略产品?

深入研究会发现其实不然。2016年华帝提出了“智慧+,更爱家”的理念,倡导用更智能的家电产品去改善生活,提升人们的生活乐趣。而无论是深夜情感美食,还是时装秀、“核聚变”游戏嘉年华等等,都是不同生活圈层的人们提升生活乐趣的途径,华帝主动融入这些群体,借助智慧厨电的独特角度去与这些圈层碰撞,才能发现全新的娱乐方式和情感线索,从而共同创造新的生活方式。

与不同圈层的密切交流,也为华帝自身的品牌发展注入灵感,在此基础上,华帝主动把品牌主张升级为“智尚生活”,意指更智能化、年轻化、时尚化的未来厨房体验,在产品层面,则不断推出更高端智能的厨电产品,满足消费的迭代升级需求。

正如华帝的品牌管理中心总监卢楚麒在一次访谈所说:华帝所做的不是哗众取宠,而是希望真正从不同的领域和受众中找到对产品和科技开发有用的内容。跨界玩得熟练是技术活,收束于品牌传播和产品消费才是正途,在这个基础上获得厂商和消费者双向成长,则是高端玩家的玩法,显然,华帝已经熟谙此道。

在与《变5》的合作中,华帝以机器人的形象植入,在深度“入戏”博得观众好感的同时,也展示了自家产品高端智能的优点。分析华帝半年跨界营销案例,“智能化”牢牢占据产品展示核心,依此辐射出品牌理念和传播路径,形成了“形散神不散”的营销策略模型。

据了解,华帝依托强大的研发实力,正逐步把声纹识别技术、人脸识别技术、智慧存储技术、云数据技术、机器人技术,运用到人工智能平台上,依此整合厨电、热水器和橱柜为基础的整个厨房卫浴空间,打造出一个大脑控制、具有人格化的厨房体系,为用户创造更愉悦的厨房智慧体验。

华帝作为专业厨电企业,这两年各种动作不断,从产品创新到销售渠道变革,再到股权激励和营销变革,其中,品牌年轻化是华帝重点在做的事。

显然,正因为把握住了核心路径和目标,华帝在2017年整体“娱乐化”的品牌策略转型中,在高频率的跨界中没有迷失初心。

(中经)

华能管架实现“双过半”

坐落在江苏省射阳县合德镇工业园区内的盐城市华源管架有限公司,是一家以生产电力、化工、冶金管道支吊架、连接件及烟风煤粉管道零部件的专业设计、配套制造企业。今年公司在着力巩固老客户的同时,积

极开拓新疆、内蒙古、山西等地新市场,呈现出产销两旺的好势头。目前,公司今年完成销售较上年同期增长30%,提前实现时间过半、任务过半的要求。

郭开国 摄影报道

茅台酱香系列酒再增包装生产线 增产提量保障市场需求

为保质保量完成酱香系列酒的各项生产目标,满足市场需求,茅台酒股份有限公司拟增包装生产线。6月30日,茅台酒股份有限公司专门组织人员前往包装生产地之一的茅台技术开发公司调研,就增产提量方案,人员设备配备,生产安全工作等作部署。

工作座谈交流,实地现场考察,茅台酒股份有限公司副总经理万波、钟正强,集团公司总经理助理、茅台技术开发公司董事长

杨凤祥,茅台酒股份有限公司总经理助理涂华彬及调研组成员就方案涉及的各项内容交换意见,并作深度沟通。

一致认为,茅台技术开发公司自去年与股份公司签订包装租赁协议以来,严格按照各项工作部署要求,全面配合,积极工作,圆满完成了酱香系列酒的各项包装生产任务,取得了可喜的成绩。今后将继续加强各方沟通配合,制定完善的时间进度表,合理安排

生产,确保增量工作顺利推进。调研要求,要把质量问题放在首位,让制度落地生根;随时做好物流、仓储的科学调度。调研还就包装线的安全生产、员工的技能培训,长效管控机制的完善等工作达成一致意见。

茅台酒股份有限公司生产管理一部、质量部、财务部、酱香酒公司等相关负责人陪同调研。

(文董)

将你的品牌故事编织成难忘的故事

■ 方文煜 编译

你更像奥德修斯或斯嘉丽小姐吗?你的旅程模仿“指环”传奇的主角佛罗多,或是在“星球大战”更接近卢克·天行者的吗?

这些问题并不像看上去那么琐碎。故事讲述了几千年的文明,给最平凡的航海带来了冒险的感觉。

用心构建编织的故事会让你和你的企业更加难忘,能从创业的煎熬中拯救你的公司。于是问题就变成了:你的品牌故事是如何找到它的圆满结局的?

进步政策研究所的研究显示,2016年秋季初创企业的比例上升至2.5%,表明创业投资反弹。然而,这些积极的数字受到“统计大脑”研究报告的回应,这些报告指出超过一半的公司在五周年纪念日之前就倒闭了,甚至少于30%的企业活过十年。

事实上,在一个资讯发达的世界,应该有人站出来模仿经典故事来发展你的品牌故事,与你的受众联系,提供他们在其他地方找不到的产品或服务。

每个企业家的路径作为一个独一无二的轨迹。利用永恒的那故事策略,激发你的行业和消费者。想想那些从伊索寓言到战争与和平的一切基础的经典框架吧。

许多著名的轶事来源于我们祖先的神话,这意味着有一些尝试和真实的设置:“战胜怪物”是一种常见的故事套路。然后,还有“白手起家”、“完美的典范”的厚望。”当然也有“重生”的传统方式,通过人生的顿悟而独占鳌头。

您的公司创业的信息可能会与其中一个故事情节进行转换。

我自己的旅程属于“航行和回归”的范畴,也经历过一系列的曲折。

我在牛津大学学习文学时,发现了讲故事丰富历史,于是从一条公司的道路上走

了出来,获得了我的创作硕士学位。我们深入到文学世界,沉迷于讲述连接和建立社区的故事,带着我前往世界各地,从印度到以色列与神秘的老师们一起学习。我发现讲故事是那些努力定义自己并在产品或服务周围建立热情社区的品牌的缺失环节。毕竟,是我们讲述的故事促使我们行动起来。正是古代文化的神话框架提供了经得起时间考验的心灵层面的故事。

在市场上看到这种需求,我想与世界各地的公司分享,以便他们可以创建自己的品牌故事。当我推出自己的创意机构时,我面临着挑战——打击竞争对手和开展业务——但我有讲故事的工具来引导我。这改变了我为创建有意义和强大的内容的方式,以建立强大而充满激情的社区。

想用你的创业传奇来吸引并激发合作伙伴、投资者和客户吗?这一切的开始,都是源自于你的经典故事:

确定哪一个故事最适合你。

你是否超越了环境(悲剧)来帮助他人,并利用经验作为跳板,通过科学改变他人的生活?或者你是大学里的小丑,喜欢逗人发笑,被迫创建一个能产生有趣的模型(“喜剧”)的社交媒体应用程序?想想你是如何到达今天的位置的。

戴尔是完美的“白手起家”的例子,就像所有“我在车库里创业”的故事一样。别担心,看似平凡的但人们欣赏的故事情节,会让他们很容易地跟随。

而世界并不孤单——每个人都有自己独特的故事,并由生活环境塑造。通过承认你的故事,你可以利用自己经验中存在的力量。没有人以你的方式看待这个世界,分享你的经验去帮助他人,赋予他人力量,你已经是一个英雄了。

发现其他企业成功地模仿了相同的故事类型。

想想你最信任的公司:他们已经在使用讲故事元素了吗?他们中的任何一个与你的相吻合吗?你能学到什么?

首先,你可以分辨出你的道路在何处,如何与他人沟通。你可能发现你并不孤单。无数其他人也在你面前走同样的路,在与他们的故事联系起来的时候,你可以建立一个与更广泛的观众可以共鸣的故事。

为了讲述一个成功的故事,要确定主人公的身份,以及任何挑战(公司或其他方面)。最后,一个“魔力”——一个价值主张——应该被识别出来。

Sumrun, 美国最大的住宅太阳能公司,是“战胜怪物”的完美的例子。特斯拉正在做类似的事情,它讲述了太阳能屋顶板,增加了一个商业组件,通过创新以挽救公司。这是特斯拉作为英雄的明显表现,英雄主义延伸到个人和企业。

充实你的故事冒险。

你不仅会把你的公司定为公司旅程中的明星,而且还将访客和顾客纳入你的故事中。

你需要确定的是:你的角色(目标受众);他们的挑战(痛点);你和他们的动机(最好的结果);一个设置(连接点);障碍(什么事在前景中阻碍);高潮(你如何拯救人,企业、社会等);和一个结论(如何实现幸福的结局呢?是必要的)。

在你充实这些之后,构建一个故事概念。还是不确定哪个故事最适合你的公司?想想吸引你的故事,并为你提供更大的人生使命。如果你的回答看起来过于复杂,不要担心。让你的创造力流动起来,然后写作。

企业景观的神话可能会不断演变,似乎有点难以进入初创企业,但英雄总是受欢迎的。你的故事已经准备好了吗?(作者:ERIN BERMAN 来源:《Entrepreneur》)

便民服务 QQ:3329295109 收费标准:55元/行/天(13字1行) 广告热线 028-69959066 地址:红星路二段70号四川报业集团3楼310A

<p>注销公告</p> <p>成都米瑞可科技有限公司(统一社会信用代码:91510107MA62N1J2XX)经公司董事会决议,决定注销公司。请公司的债权人于本公告见报之日起45日内到公司办理相关事宜。特此公告!</p> <p>●成华区新河副食品超市,遗失税务登记证副本,税号513822198601137020,声明作废</p> <p>●成都乐贝佳家政服务有限公司(注册号:510106000224192)经股东会决议决定注销,请相关债权债务入自本公告见报之日起45日内到本公司清理相关债权债务事宜,特此公告</p> <p>●四川建筑职业技术学院将丹2017年工程造价(中英合作办学)专业毕业(身份证511681199605131824)报到证遗失</p> <p>●四川辉跃建筑工程有限公司肖健三类人员安全生产考核合格证(编号:川建安C(2012)1300614)遗失作废</p>	<p>●成都市香妃阁浴足保健有限公司地税税务登记证副本(税号510105396416394)遗失作废</p> <p>●成都千森诺生物科技有限公司法人廖志鹏私章(编号:5101079936384)遗失,声明作废</p> <p>●成都惠莱生物科技有限公司营业执照正本(统一社会信用代码:91510107574637561J)遗失,声明作废</p> <p>注销公告</p> <p>成都博莱特贸易有限公司(统一社会信用代码:91510106MA618134E4Q)经股东会决议决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告</p> <p>●成都乐贝佳家政服务有限公司(统一社会信用代码:91510106MA618134E4Q)经股东会决议决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告</p> <p>●成都蜀睿文化传媒有限公司(统一社会信用代码:9151010069886466XQ)通用手工版发票(三联千元版),发票代码251011152021,发票号码01415776-01415800)遗失作废</p> <p>●杨洪勇遗失电子科技大学毕业证,证书号:20801464,声明作废</p>	<p>●成都清澜健身有限公司工会委员会,法定代表人:刘羽,工会法人资格证书(工法证字第228512172号)遗失声明作废。</p> <p>注销公告</p> <p>成都豪世锦科技有限公司(统一社会信用代码:915101083941822059)经股东会决议决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告</p> <p>注销公告</p> <p>四川谷源贸易有限公司(注册号:510107000515141)经股东会决议决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。</p> <p>注销公告</p> <p>成都威克药业有限责任公司(注册号:5101090001185386)经股东会决议决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。</p> <p>●成都久禄森科技有限公司公章(编号:5101075211528)不慎遗失,特此声明作废。</p>	<p>●成都吉斯康厨房设备有限公司营业执照正本(注册号:510107000280316)、组织机构代码证正本(代码:55896781-9)、税务登记证正本(税号:510107558967819)、公章(编号:5101008318270)、法人李国伟私章(编号:5101008318272)、财务专用章(编号:5101008318271)遗失,声明作废。</p> <p>●成都市金牛区美精华装饰材料经营部,公章(编号:5101000131320)遗失作废。</p> <p>注销公告</p> <p>成都若希服装有限公司(注册号:510105000387484)经股东会决议决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务</p> <p>●四川骏合建筑劳务有限公司(统一社会信用代码:91510106064308274T)发票领购簿遗失作废</p>	<p>注销公告</p> <p>成都益永昌科技有限公司(统一社会信用代码:91510105MA61RDFQXQ)决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起45日内向我公司申报债权债务。</p> <p>●四川骏合建筑劳务有限公司,罗勇,安全生产考核合格证,证书编号:川建安A(2017)0005089,被盗遗失,声明作废</p> <p>●四川骏合建筑劳务有限公司,张雪龙,安全生产考核合格证,证书编号:川建安A(2017)0005088,被盗遗失,声明作废</p> <p>●四川骏合建筑劳务有限公司,罗勇,安全生产考核合格证,证书编号:川建安C(2017)0011236,被盗遗失,声明作废</p> <p>●四川骏合建筑劳务有限公司,曾涵,安全生产考核合格证,证书编号:川建安C(2017)0011115,被盗遗失,声明作废</p> <p>●成都悦悦酒店管理有限公司统一社会信用代码91510106064308274T 发票领购簿遗失作废</p>	<p>公告</p> <p>我受古蔺县兴城城市投资建设经营有限公司委托,进行“古蔺县乡镇和农村污水处理特许经营”项目邀请招标,现进行邀请单位的筛选,请有意向参与投标的单位携带资料到我公司进行资格预审。预审资格:在中华人民共和国境内登记注册,具有独立法人资格,主体单位注册资金达2000万元以上,资金实力雄厚,具备较强的融资能力,并同时具有污水处理能力与经验、勘察设计、施工等相关资质,可采用联合体方式投标。由业主单位组织资格预审后,向符合条件的单位发书面邀请函,受邀单位持邀请函参加投标。报名时间为7月9日(节假日不休息)。7月9日至2017年7月9日(节假日不休息)。业主单位:古蔺县兴城城市投资建设经营有限公司</p> <p>●四川圣邦电力安装工程有限公司(罗勇,二级建造师注册证书(证书编号:川251101251626,专业:机电)被盗遗失,声明作废</p> <p>注销公告</p> <p>成都嘉美诚商贸有限公司(统一社会信用代码:91510105075391659U)经股东会决议决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告</p> <p>●四川骏合建筑劳务有限公司财务章,编号:5106036006211;发票专用章,编号:5106036006212;法人章(姓名:罗勇,编号:5106036006213),被盗遗失,声明作废</p> <p>●四川营山道路桥梁工程有限公司(统一社会信用代码:5106036006213),被盗遗失,声明作废</p> <p>●四川骏合建筑劳务有限公司(统一社会信用代码:91510600MA63N1W7XR)被盗遗失,声明作废</p> <p>●成都市翌盛堂生物科技有限公司,第二类医疗器械经营备案凭证(备案号:川蓉食药监械经营备201600073号)遗失作废。</p> <p>●四川贤与企业企业管理咨询有限公司(统一社会信用代码:91511322709044641D)丢失,声明作废。</p>	<p>律师提示:本刊仅为供需双方提供信息平台,所有信息均为刊登者自行提供,客户交易前请查验相关手续和证照,本刊不对所刊登信息及结果承担法律责任。</p> <p>招标代理机构:四川中衡安信工程管理有限公司 报名地址:泸州市江阳区江阳西路20号广厦商务楼10楼 电话:18715829392 联系人:李女士</p> <p>古蔺县兴城城市投资建设经营有限公司 四川中衡安信工程管理有限公司 2017年7月7日</p>
--	--	---	---	---	--	--