

# 新零售时代互联网营销要以用户为核心

“不是说企业现在做的不好要去转型做‘新零售’，而是为了适应这个时代，需要去做好产业链升级，做好用户体验，做好企业与人、人与人的重新链接，无论实体零售还是电子商务都是如此。”从传统企业营销到互联网营销，再到现在的“新零售”战略，和信聚赢商学院创始人戴安度对“产业新零售”持有独到的理解。

## “产业新零售”是产业互联网与新零售模式的融合体

何为“产业新零售”？基于戴安度多年对营销行业的深刻洞察，尤其在互联网时代，还有在诸多实践案例中经验的积累和总结。

据了解，在转战移动互联网营销领域四年时间里，戴安度潜心钻研符合互联网新零售时代的营销推广策略及落地操作方法，截至目前已经辅导过 36 个行业，涉及 18000 名学员，见证了他们从初始彷徨期蛰伏到不断收获符合自身企业的落地解决方案。

在他看来，“产业新零售”就是在中国制

造 2025——工业 4.0 时代，产业互联网与新零售模式二者的融合体。未来，适合中国企业发展的新型商业模式，一定是基于企业所处的整个产业生态链的转型创新。

“名创优品”是戴安度多次提及的典型服务案例，它无论是从产业链的升级还是客户体验等方面，都诠释了产业新零售概念的实质。首先以用户体验来说，名创优品门店选址集中在一二线城市的商业中心，店面设计简约大气，产品设计也偏日式简约风格。每个品类的产品种类都不多，主打“爆款”产品，设计感比较时尚，容易打动消费者。

而从运营效率来看，名创优品最强的是它的供应链管理。名创优品找到那些为大牌专业代工经验的企业，一次性就下上千万的采购单子，把采购价格压到最低，而且明确提出拒绝暴利，因此价格普遍低于同行。

同时，名创优品通过提升用户体验、降低销售价格的“一加一减”方法，几乎每开一家新店都会引发抢购狂潮，单位面积的销售业绩远远高于同行。另外，名创优品还重塑了商

业模式，除了零售赚钱之外，还通过金融赚钱。除此之外，名创优品的公众号已经拥有了 2000 万微信粉丝，每年消费人次高达 3 亿，随时可以从线下转化为线上。

## 新零售战略营销更加关注以用户为核心

“在互联网延伸越发多元化的过程中，需要更多的人去探索和实践。对于企业而言，互联网的前方更是种种未知与曲折。”在戴安度看来，正因为互联网还没有进入常态化，给企业和个体留下太多想象空间和想象，这背后都是契机与前景，因此便投身进了互联网这个领域。

戴安度表示，区别于传统营销基于“4P 模式”（产品、价格、渠道、促销）展开的以企业经济利益展开的营销运营手段，互联网营销的核心在于“用户、成本、体验、沟通”。

“新零售营销更关注从用户的角度，包括上面提到的‘产业新零售’其实都是围绕着手

面四点做的，新零售营销强调用户思维，通过满足用户思维，为其提供优质、便利服务而实现企业价值，通过满足互联网时代下用户愈发个性化需求，以及资源的共享，最终实现企业利润。”戴安度分析称。

不过，在新零售时代企业转型的难题同样存在。谈到传统企业转型新零售的最大痛点，戴安度认为首先是思维上仍存在盲区，一方面是习惯了多年来固有的运营模式，很难做出改变的抉择；另一方面是对新零售的发展趋势及把控未能有明确的认知；其次是有转型想法的企业家，都缺乏具体的操作执行方法。

不可否认，对于当下正面临跟上时代步伐的企业来说，互联网将给传统企业无限创新升级空间。戴安度最后表示：“运用互联网所赋予的新思维、新技术、新营销等落地方法，以用户为核心，为用户提供优质、便利服务。通过满足互联网用户愈发个性化需求以及资源的共享，最终实现企业价值、赢得利润。”

(中新)

# 汕头石油：“营销+服务”挖潜增量

面对市场竞争日益激烈，消费群体需求下滑的严峻形势，7月份汕头石油积极探索新思路，围绕着“营销+服务”的定位理念，一手开展差异化营销，一手紧抓现场服务提升，锁定和开发零售市场客户。7月截至 23 日，该公司机出零售同比增长 3%，其中机出汽油同比增长 5.4%。

**开展差异化营销，挖掘潜力。**近期，“汕头地区中石化汽柴油全面优惠升级”、“哥的姐们，你们要的加油优惠拿走不谢！”的微信推广引爆了朋友圈。为有效挖掘零售增量潜力，该公司细分市场，对不同区域客户群体落地毯式摸排，重点做好差异化营销，一方面针对私家车客户，采取“会员日加油优惠”、“约‘惠’每一天”等多重优惠，引导客户使用加油广东 APP 充值，体验会员日加油优惠、赠送电子券、参与线上抽奖等活动；另一方面针对出租车客户，开展出租车主题营销，对持有出租车专用卡客户采取加油返利优惠，以加油卡为载体，锁定出租车客户群体。同时，为提高营销活动的知名度和认可度，增强活动效果，该公司加大线上线下宣传力度，在线下借助海报、LED 显示屏等做好站内宣传，并强化员工培训，组织员工区分客户类别积极开口推广，在线上借助官方微信、微信等新媒体平台，做好营销活动微信推送，提升营销活动的影响力，将线上粉丝引到线下加油消费。

**提升现场服务水平，稳客增量。**为提高客户满意度，该公司紧抓现场服务，借助班前班后会、“周四培训日”等契机，强化员工培训，增强员工开口服务意识，努力提升员工服务基本功。该公司还开展加油站环境卫生专项整治活动，落实员工“不拿油枪就拿扫把”，全面提升加油站环境卫生管理水平，为客户营造舒适卫生的消费环境。同时，该公司还有效结合现场督查和视频监控，对各加油站的员工服务、环境卫生等细节方面进行监督检查，每日在微信群中进行通报，营造“比学赶超”的竞争氛围，促进各加油站现场服务水平提升。

(刘欣欣)

# 多措并举全员营销取得实效

## ——湖南岳阳农发行营业部存款组织工作纪实

为确保实现时间过半、任务过半和“春天行动”的目标任务完成，中国农业发展银行岳阳市分行营业部牢固树立“存款增效”理念，采取多种强有力的措施，多措并举存款营销取得了显著成效。截至 6 月末，该行各项存款余额 187591 万元，各项存款余额完成目标任务 73259 万元的 256.07%；日均存款余额 121004 万元，其中：对公存款 111645 万元，同业存款 9359 万元。日均存款完成目标任务 92745 万元的 130.47%。

## 加强领导与宣传发放相结合

为加强存款营销的组织领导，该行成立了由行长汪卫国任组长，主管行长任副组长，办公室、信贷业务部、财务会计部主要负责人为成员的存款组织工作领导小组。营业部多次召开行务会，就如何推进存款营销工作进行了专题研究，分析了在存款工作上所面临的困难和问题，制定了破解问题的对策。在此基础上，召开全体员工动员会，进行了强调和布置，形成了共识，人人都关注存款资源信息。同时，该行还制定了奖惩机制，不放过任何机会，在车辆、营销费用等后勤保障上，做到了优先安排，最大限度地调动了揽存积极性。

## 财政存款与同业存款组织相结合

营业部把财政存款与同业存款组织结合起来推出三套牌。一是乡情牌。二是友情牌。三是校友牌。在人际交往中寻找存款信息，深挖存款资源。同业存款组织充分利用了项目营销资金这块大蛋糕，主动与各项目营销资金所在地农商行对接。

## 内部挖潜与外部监管相结合

资金支付管理是增存的核心环节，该行采取有效措施，着力提升资金支付管理水平，挖掘增存潜力。一是加强贷款企业账户管理，坚决杜绝企业“多头开户”行为，使存款资金不流失。二是加强贷款企业尤其是政府平台贷款企业的上、下游客户存款营销，大力拓展贷款资金监管链条。三是建立和完善各类贷款资金支付动态监测机制，密切关注大额资金走向，严格按照支付进度拨付资金，在确保贷款项目资金使用安全的基础上，严防存款资金“跑冒滴漏”。四是强化项目贷款等专项资金的支付管理，认真落实总行管理要求。五是继续加强对存贷款、企业资金流向、地区行业情况等重要存贷款数据的分析和监测，把握目前国家“去库存”有利契机，切实加强企业销贷归行的真实性管理，有效提高存款动态监测的时效性和指向性，深挖存款组织潜力。

(潘杰相)

# 兴乐营销系统 2017 半年度述职会议召开 坚持战略转型，推进“一体两翼”战略布局顺利落地

日前，兴乐集团营销系统 2017 半年度述职会议在杭州总部顺利召开。兴乐副总裁覃运平等以及相关职能部门负责人参加会议。

会上，各部门员工从工作成绩与不足、工作中存在的难点与解决方案、下半年工作计划等方面进行了述职。评委团根据员工的职责履行、报告真实客观程度、计划可行性、团队建设、学习与成长等五个评价指标现场予以打分。一名员工表示，参加此次述职会议，大家互相交流，取长补短，进一步明确了工作目标，为下一步工作顺利开展打下基础。

覃运平对当前营销人员在工作中存在的问题逐一予以点评。要求以制度建设为抓手促进各项工作规范运行，并坚持战略转型，推进“一体两翼”战略布局顺利落地。他



● 述职会议

勉励营销人员以更高的整体素质、以共患难的精神全身心投入工作中，为全面完成年度

目标打下坚实基础。

(施谷雷)

# 观念一变天地宽

## ——国网吉林电力大力推动营销管理集约变革

“您好，我是营销信息管理专责张铭明，您有一个高压新装工单在现场勘测环节即将超期，请立即办理。”7月19日，吉林市供电公司客户服务中心业务受理员李贺接到电话后，立即处理工单。这是国网吉林省电力有限公司以智能交费为突破推动营销集约化管理的一个场景。

面对售电规模小、增长慢、效益低、市场竞争日趋激烈的实际，国网吉林电力转变观念，以推进集约化管理、深挖大数据价值、促进管理转型升级为手段，依托“互联网+”和大数据，推进营销业务智能化，提升企业运营效率、经济效益和服务效果，实现营销管理和服务方式的变革创新。

## 营销管理的“废”与“立”

“只要一点鼠标，整个小区的用电情况便一目了然，抄表计费在室内就能完成。”7月16日，延边朝阳川供电公司抄表员朴美善说。

国网吉林电力以智能交费为突破口，积极推动营销管理集约变革，在延边供电公司试点开展组织机构优化，强化地市局营销部专业管理职能，细化市县客户服务中心职能，精简试点单位营销类班组。

电费收取方式由“月清月结”变为“日清日结”和“日清月结”，吉林省“日清日结”客户达到 925 万户，占有所有客户的 71%，日电费回收率达到 88%，月均预收电费达到 18.9 亿元。占月均发行电费的 70%，每年减少财务费用 8500 万元，电费回收风险大幅降低；精准线损日统计分析，台区线损率由 5.52% 降到 4.12%，增加效益 2.16 亿元。开展智能交费以来，国网吉林电力经营效益明显趋

好，25 个县公司由亏转盈，效益明显提高。

国网吉林电力全力打造营销全业务运营平台，建立以工单驱动、后台数据支撑的运营模式，构建“小前端、大后台”指挥体系，实现市县一体化集约运营、资源统一调度，做到前端触角敏锐、后端高度协同。“营销运营中心成立后，我们的采集成功率由集约前的 95% 提高至 99.75%，低压客户抄表例日由 11 天缩短至两天，台区合格率由 75% 提高至 92.3%，营销管理质量、效益、效率显著提升。”延边供电公司营销部副主任马峰花说。

## 集约化平台服务新体验

7月15日15时，长春市明珠社区旁的联通营业厅突然停电，员工李艳超报修后拿着手机说：“供电公司派来 3 个人，已经到卫星广场了，最多 5 分钟就到咱这儿！”4 分钟后，3 名供电抢修人员走进营业厅。长春供电公司供电抢修队长高睿说：“我们刚刚试运行了智能化供电服务指挥系统，接到报修后，系统平台智能选取离故障点最近的抢修人员派发工单，市民可及时了解位置、预计到达时间、跟踪处理进度，并对抢修服务给出评价。”

6月15日，国网吉林电力正式启用智能化供电服务指挥系统，创新加入一键报修模块。该公司以“三统一、一融合、三转变”为思路，以设备运维精益管理系统为基础，配网自动化、营销、调控等系统为依托，全面应用移动作业，实现统一机构、统一指挥、统一调配，按照末端营销业务融合的原则改造抢修服务队伍，实现由分散管理到统一协调、由定期分析向实时管控、由被动抢修向主动控

修的转变。

国网吉林电力在长春、吉林、延边 3 个市公司试点建立营销集约管控平台，4 大类 30 项业务线上办理，实现营销业务线上管控；试点建设 3 个供电服务指挥中心和 10 个“全能型”乡镇供电所，实现了末端业务融合。同时，该公司推动营业厅从业务办理型向服务体验型转变，大力推广“掌上电力”APP、“电 e 宝”、95598 网站等线上渠道。

## 大数据应用提效益

国网吉林电力大胆探索大数据应用，建设全过程质量管控平台，与协同运营监测中心有效协作，细化营销过程管控；实时开展量价费损等 67 项核心指标数据分析，对流程节点进行预警、监督、管控、考核，变事后整改为事前预警，事中督办；业扩“五个时限”做到零超期，高压业扩接电时间平均缩短 3.6 个工作日。

智能交费打通了发输变配用数据链，形成了完整的电力数据库，为企业创新创效及经济社会发展提供支撑和参考。国网吉林电力充分研究分析智能电表大数据，提出费控大数据在配网规划、设备运维、营销服务等领域的 8 个专业 31 个典型业务应用场景，汇编大数据应用精益化管理报告。

国网吉林电力认真学习国网澳洲资产公司(SGSPAA)相关经验，进一步深入研究智能电表高级应用，编制《利用智能电表大数据提升企业精益化管理水平分析报告》，为下阶段挖掘智能电表数据价值，提高企业精益化管理水平、提升企业效率效益做好全面规划。

(修孟懿)

# 内生广告时代《军师联盟》的广告给我们带来什么启示

7月中旬，优酷超级剧集《大军师司马懿之军师联盟》(以下简称《军师联盟》)收官播放量破 60 亿。为满足广告主品牌传播的需求，《军师联盟》从商业的全新角度去考虑，通过冠名与赞助、前贴片广告、创意中插、压屏条、弹幕提示、前情提要、精彩预告等 7 类大剧营销广告形式为首部主创满意的回报。同时，这也是行业内首部涵盖 7 类广告营销形式的剧集，开创了“商业化模式”创意之最。

有专家表示，视频营销已经从贴片广告为代表的硬广 1.0 和植入为代表的原生 2.0 时代，进入到以创意中插、压屏条为代表的内生广告 3.0 时代。在内生广告时代，《军师联盟》创新的广告形式，也给行业带来一些启示：

**一是从自说自话的广告形式转为对话式广告。**无论是过去的硬广，还是现在流行的植入，都是一种封闭的营销形式，观众的参与感低，不仅无法触动观众，反而会让观众产生抵触情绪。而反观《军师联盟》中的很多创意形式，都是站在观众的角度传递信息。比如东鹏特饮的“精彩预告”和为 RIO 打造的“前情提要”，都是基于观众的观剧习惯和心理设计的；而温碧泉的“弹幕提醒”广告，则完全是以观众的口吻进行“吐槽”，给观众留下深刻的印象。

**二是广告也要有年轻化属性，要有趣且好玩。**“让广告成为内容，做有态度的创意中插广告”，这是《军师联盟》创意中插广告的核心，也是优酷全新内容营销广告产品的核心策略。

《军师联盟》的创意中插广告采用电视剧原班人马，与剧情和人物互相关联，同时情节既“脑洞大开”，又有“神转折”。

内生广告超越了传统模式的局限，是贴片模式与植入模式的中间态，让品牌实现合情合理的抢戏，有效调动了品牌在内容里的主观能动性，让视频营销实现了充分产品化，格式化了 IP 时代的内容营销。

(齐鲁)

**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

**注销公告**  
成都鸿富制冷设备有限公司股东会决议解散公司，请公司的债权人自公告之日起四十五日内到成都市金牛区金府路666号1栋17层1706号向公司清算组申报债权。  
成都鸿富制冷设备有限公司清算组 2017年7月28日  
●四川洪坤建筑工程有限公司、彭波、二级建造师注册证(证书编号:00695494,专业:建筑)不慎遗失,声明作废。  
**遗失声明**  
四川成都长田园林绿化有限公司,2016年8月8日领取发票代码:5100153320,发票号码:18358273,于2017年7月27日遗失,特此声明。

●成都市宇飞信密科技有限公司,营业执照正本(统一社会信用代码:91510100MA612Q8T)及银行开户许可证(核准号:J6510080326501,账号:431250100100094686,开户行:兴业银行股份有限公司成都都督街支行)均遗失作废。  
●西昌瑞通建设工程有限公司钟家军,二级建造师注册证,证书编号:00574396,专业:建筑,遗失,声明作废。  
●成都森林之家环保科技有限公司在中国建设银行成都双建路支行的开户许可证(核准号:J6510059621801)遗失作废。  
●大竹县清河镇春天大酒店遗失营业执照副本,注册号:511724600189456,声明作废。

●成都优达商务信息咨询有限公司,营业执照正本(统一社会信用代码:91510100MA61U7535)遗失作废。  
●成都天健在线企业管理有限公司,营业执照正本(统一社会信用代码:91510100MA61RNGK7U)遗失,声明作废。  
●江苏顺通建设集团有限公司成都分公司财务专用章(编号:5101095186375);负责人石晓华私章(编号:5101095186376)遗失作废。  
●武侯区时度建材经营部营业执照正本(注册号:510107600433208)遗失作废。  
●成都铭浩玻璃有限公司,发票票领购簿、税控盘遗失,特此声明作废。  
●四川中环三丰环保股份有限公司税务登记证正本(税号:510198743620956)遗失作废。  
**注销公告**  
四川常智科技有限责任公司(统一社会信用代码:91510100MA61X2DL9)经股东会决议决定注销,请债权人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。  
●四川锦源房地产开发有限公司工商档案通知遗失作废。

●成都旭春贸易有限公司,营业执照正本(统一社会信用代码:9151010702421322Q),公章(编号:5101009011607),法人吴迪私章(编号:5101075126786),财务专用章(编号:5101009011607)遗失作废。  
**注销公告**:成都桦彩羽毛球场馆管理有限公司统一社会信用代码91510100MA6CLDX09Y,经股东会决议决定注销,请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司申报债权债务。  
●四川贤与企业企业管理咨询有限公司(统一社会信用代码:915101050724347725)国税发票票领购簿遗失作废。  
**注销公告**  
成都国督科技有限公司(注册号:510108000146037)经股东会决议决定注销,请债权人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。  
**注销公告**  
成都谷氏汇金贸易有限公司(统一社会信用代码:91510107MA61UF978Y)经股东会决定注销,请债权人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。  
●成都绿干线农副产品有限公司税务登记证副本(税号:51010456968673X)遗失作废。  
**注销公告**  
四川省禾鼎房地产开发有限公司,营业执照正本(注册号:5101075018535),组织机构代码证正本(代码:57460620-4),税务登记证正本(编号:5101075018534),公章(编号:5101075018533),法人何世勤私章(编号:5101075018535)、财务专用章(编号:5101075018534),银行开户许可证(核准号:J6510038026301,账号:651000432000007648,开户行:南充市商业银行股份有限公司成都江汉支行)遗失作废。  
●成都治博投资有限责任公司营业执照副本(注册号:5101000021758)遗失作废。

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,本刊不对所刊信息真实性及结果承担法律责任。