工行烟台开发区支行

全力开展期缴产品销售工作

入营销产品紧缺、中间业务收入源头缩紧的

境地,面对这种情况,烟台开发区支行主动作

为,改变以往趸缴保险为主的营销方向,积极

期缴保险营销要求,支行高度重视,积极落

实,定措施、定目标、提出具体工作要求,组织 开展保险公司产品培训,同时逐网点送教上

门,要求客户经理认真学习,了解产品营销特

色,结合客户金融业务需求,开展精准营销,

在掌握产品营销亮点的基础上,全力出击,确

初以来确定网点每周有保险沙龙,每月有期

缴业绩的营销推动方案,落实网点责任,明确

客户经理阶段性营销目标,同时协助网点做

好客户筛选、营销产品梳理、营销业绩通报等

精细化工作,充分调动全员的营销积极性,切

实将期缴寿险产品营销落实到日常工作中。

不断加大对期缴产品的营销力度,充分发挥

期缴产品的优势,积极向目标客户进行营销

玉林供电局:推进营销技术进步

推介,助推代理保险期缴业务发展

细化营销手段,强化活动推动。支行自年

保辖内客户经理全部实现销售。

加大期缴保险销售力度。

今年以来,受监管政策影响,保险业务进

高度重视,积极推动。根据省市行阶段性

Marketing Class 营销课堂 7

二手车市场营销策略

当前,我国的汽车市场发展到了一个新 的阶段, 各大汽车品牌之间存在着激烈的竞 争。寻找新的发展方向,发现新的销售策略是 当前汽车市场应当考虑的问题。二手车市场 是汽车市场的一个延伸业务, 在市场中占据 的份额逐渐增加。开展二手车经营是增加汽 车市场盈利的重要方式。但是,二手车业务自 身存在着较大的问题,该业务的发展也存在 一定的风险。我国消费者对二手车市场的了 解程度深浅不一, 自身的认知存在着较大差 别。同时,二手车的销售需要进行准确的定位 和分析,只有这样才能够保证二手车市场可 以顺利开展业务。但是我国的二手车市场定 位以及营销方式仍然在起步阶段, 二手车的 销售、服务都不够完善。因此,明确当前二手 车营销策略中的问题,及时加以改善,可以促 进我国二手车市场的发展,为消费者提供更 加便捷、优质的服务。

二手车市场存在的问题及原因

我国的二手车交易市场与世界发达国家 的二手车市场相比较仍然相对落后。我国的 二手车交易份额仅仅占汽车交易量的30%, 同期美国的二手车交易量占据汽车总交易量 的75%。由此可以得知,我国的二手车交易 仍然具有较大的发展空间。我国的二手车交 易市场在不同的城市之间有着较大的区别, 规模大小、运行方式以及交易规范性等都存 在着较大的问题。我国的二手车市场仍然存 在着较大的问题。二手车的评估体系不完善, 在二手车的市场中,二手车的修护、保养、销 售等都没有完善的记录,导致二手车的评估 发生了较大的问题,市场信息较为混乱。另 外,二手车的售后服务存在着较大的问题。由 于我国的新车销售都有着完整的记录, 随时 可进行保养维护。二手车平台当中并没有这 一服务,工作人员的综合素质较差,不够重视 二手车的维护和销售, 二手车市场存在着管 理混乱、销售混乱以及售后混乱等问题,阻碍 着整个市场的发展。

我国的二手车市场仍然处于初级发展阶 段,二手车的市场管理相对落后,同时对车辆 的管理也存在着较大的问题。我国的新车在 上市的过程中会经过大量的广告宣传,将车 辆的信息传递给受众,扩大了车辆的知名度。 但是,二手车的销售并没有经过大量的宣传, 销售者大多为个体商户, 无法承担高昂的广 告费。二手车的车商总是等待顾客上门,而不 是主动地将二手车宣传出去,从而限制了二

二手车营销策略中存在的问题

1.不了解消费者的需求

我国的二手车市场的管理仍然处于混乱



二手车的销售也存存在着较大的问 题。我国的顾客分为高级、中级和初级消费 者,他们对车辆的需求不同,购买车辆的愿望 也存在着较大的区别。但是,通常情况下,二 手车的销售者并没有对二手车的购买者以及 二手车的转让者进行行为分析,不了解市场 的行为。目前情况下,我国的二手车市场大多 依靠着二手车市场来进行销售。二手车市场 在收集到二手车的信息之后将信息传播出 去,吸引需要的人来进行购买,这是一种最初 的销售方式,也无法完全满足购买者的需求。 消费者在无法买到满意的二手车时会选择放 弃购买二手车或者退而求其次,这是一种不 健全的销售模式,不利于市场自身的发展。二 手车市场应该根据消费者的需求制定二手车 收进和卖出的计划,从而将整个市场置于稳 定范围当中,保证二手车市场可以健康稳定 地发展。

2.营销渠道不合时宜

在互联网时代,人们的消费习惯逐渐发 生了改变, 互联网成为消费的一大平台。但 是, 当前二手车互联网的销售仍然处于少数 范围。如今,互联网销售平台可以增加二手车 的成交机会,帮助二手车尽快找到购买的主 人,增加二手车的交易量。二手车的网络销售 可以让消费者了解更多地方、更多品牌的二 手车,从而增加了消费者的选择,丰富二手车 市场的信息。但是,互联网中缺乏相应的销售 平台仍然依靠着传统的销售方式, 在二手车 市场中进行销售,将消费者局限在周围地区 当中,二手车销售者的对象数量严重减少。同 时,在二手车市场进行销售时,购买人员可选 择的车辆的数量、品牌较少,他们的可选择性 较少,可能车辆不符合要求导致购买的愿望 降低。从当前的二手车市场来看,二手车的市 场并不景气,二手车市场经营者并没有对二 手车进行充分宣传,消费者对二手车的认知 不足,从而导致了当前二手车市场发展并不

3.从业人员能力不足

二手车从业人员的综合素质直接影响着 二手车市场的销售情况。目前,我国二手车的 从业人员大多为二手车的销售人员,他们对

二手车市场有着初步的认识, 这些认识不足 以支撑二手车市场的发展,并不利于二手车 销售方式的改变。作为二手车从业人员,应该 了解二手车的业务以及当前市场的发展方 向,了解汽车行业的背景,了解二手车的实际 情况。二手车的销售人员直接关系着二手车 的销售情况和二手车的管理, 二手车市场的 从业人员无法理解销售策略以及电子商务销 售对自身行业发展的重要性, 在平时的工作 中不够了解二手车的品牌、性能以及详细信 息,从而使得工作流程和销售方式不够规范, 不符合工作的要求。二手车从业人员必须认 识到当前市场发展的方向,及时地调整自己 的工作方式以及销售理念,从而适应当前社 会的发展,促进二手车行业销售策略的转变, 促进自身的发展。

完善二手车营销策略的方式

1.制定二手车营销策略

二手车市场需要根据实际销售情况以及 市场的情况制定完善的销售计划, 在制定销 售计划时,需要根据企业的发展战略来进行, 了解市场的需求, 对营销的策略进行准确的 评估,从而执行二手车的销售策略。二手车的 销售策略在执行的过程中会存在销售计划的 可实施性不足的问题, 部门之间缺乏协调沟 通,营销规划不合理,不符合实际执行的要 求,同时在执行了执行计划之后并没有相应 的制度进行保障,因此在实际工作开展的过 程中存在较大的不足,产生较多的问题。二 手车市场在执行销售策略时需要对市场的发 展方向进行准确预估,判断市场的发展方 向,消费者的消费习惯,了解消费者的消费 心态,从而使得二手车市场向正确的方向发 展。此外, 二手车市场必须制定滚动的营销 计划,将销售计划按照年度、季度、月、周 的计划执行,并且不断地调整计划的整体 性,平衡各个部门的工作,对销售方案和销 售情况进行评估。

2. 增强网络营销模式

二手车市场应该借助网络营销的方式, 通过互联网平台了解受众的需求, 了解二手 车的特点。网络销售方便、快捷,可以保持销 售信息的新鲜性。二手车销售市场需要认识 到当前网络销售的情况,利用网络销售的便 捷性,建立在线客服系统,通过网络平台收集 数据,进行精准销售,并且进行实时销售监 督。但是,网络销售中仍然存在较多的风险, 消费者对网络消费的认同度,消费者的隐私 保护等问题都是网络销售中需要继续解决的 问题。二手车市场在发展网络销售的同时需 要尽快建立网络销售规范, 防止在销售过程 中产生较大的问题。网络销售的方式需要用 户增加安全感,解除用户的负面担心,增强网 络销售的服务以及售后服务,从而拓宽网络 销售的渠道,将线上销售与线下销售结合起 来,增加与消费者之间的沟通,并且善于利用 网络中的数据,不断地增强自己的销售能力。

3.提升从业人员的综合素质

二手车从业人员的工作范围以及工作内 容相对复杂,工作的专业性要求较强,从而对 工作人员的专业素养以及综合素质提出了较 高的要求。二手车从业人员必须保持诚信的 销售理念,不能过分掩盖二手车的实际情况, 将二手车的信息诚实地传递给消费者,并且 承担起售后的责任。另外,二手车从业人员需 要对二手车市场的背景、行情进行充分了解, 具备评估的能力,对二手车进行检验时明确 地掌握车辆的实际情况。二手车市场需要对 行业内的从业人员进行针对性的培养,对经 销商、技术人员以及评估人员进行专业培养, 从而让不同层次的工作人员都能够充分地发 挥自己的实际能力。为了提高二手车从业人 员的专业能力,行业内部可以对二手车从业 人员进行培训,开展讲座,开展业务比赛,让 从业人员在参加活动的过程中开阔视野范 围、提升综合能力。在进行业务比赛的过程 中,举办方需要对基础知识、零件展示、销售 场景等多个环节进行考核,从而全面地提高 工作人员的综合素质。

我国的二手车市场仍然处于初级发展阶 段,管理过程中存在较大的问题,但是我国的 二手车市场仍然具有较大的发展空间, 二手 车市场的销售方案将成为业界重点讨论的问 题。二手车市场随着我国法律规定的完善会 不断地发展。二手车市场必须认识到当前经 济的发展形势,针对性地制定适合实际情况 的销售策略,在实际销售中进行检验,当发生 问题时需要及时地进行解决。另外,电子商务 是我国经济发展中的一大趋势, 二手车市场 必须抓住发展的机会,大力发展二手车电子 商务。二手车市场需要根据消费者的需求,建 立消费者需求渠道,同时完善售后服务,提升 二手车经销商的软实力。二手车从业人员是 二手车销售的直接负责人员, 其自身的实力 影响着销售策略的执行,影响着整个市场的 发展,因此,二手车市场需要加大对从业人员 的培训,提高从业人员的综合素质,从而促进 整个行业的发展。

(作者单位:西安财经学院商学院)

深化计量精益管理 近年来,南方电网广西玉林供电局根据

广西电网公司"一主线两保障三支撑"的总体 要求,贯彻落实"三推进三提升一加强"营销 工作思路,充分发挥基层首创精神,在计量检 定、计量运维、计量自动化及数据管理三大业 务中稳步推进精益管理,为提质增效、降耗节 支发挥积极作用。

善创新,发挥先锋引领作用。以"敬业·尽 责·担当·创新·领先"为宗旨,以"敢于突破的 '创客'精神 + 精益求精的'工匠'精神"为追 求目标,全力构建成果的孵化基地和人才发 展的摇篮。充分发挥党员先锋、专家能手的引 领作用,克服经验不足、条件简陋、人员短缺 等诸多困难,积极主动开展技术创新、质量攻 关、精益化管理、QC活动和成果引进推广,先 后开展职工技术创新 10 项,荣获公司职创一 等奖一项,三等奖6项;发表创先成果、知识 成果及精益管理成果累计 11 项;发表 QC 活 动成果 12 项, 荣获全国 QC 成果二等奖-项,区优11项,计量中心计量运维班、计量检 定班先后荣获"全国质量信得过班组""广西

壮族自治区质量信得过班组"荣誉。

强基础,建立健全计量大数据。针对该局 对厂站,特别是客户端的地理信息、配电房结 构布置、计量配置及运行缺陷与安全隐患知 之甚少、管理粗放,导致班前会无法准确对事 故隐患进行精准防控,大修技改无法对现场 设备的运行缺陷进行准确预算和精准消除的 问题,自2016年开始,该局试行电能计量装 置的"设备主人"分区管理,由设备主人对其 责任区的电能计量装置进行现场信息勘查收 集,重点排查不符合典设行标、存在单点计量 风险、存在涉电安全隐患三方面突出问题,并 对设备健康状态、隐患缺陷消除承担责任。

提效率,推广远程检验新方法。该局综合 近年来职工技术创新多项成果及长期实践积 累下的好做法、好经验,形成一套行之有效的 远程检验的新方法,即"首检必须现场,周检 则远程+现场结合,发现异常再现场"的创新 工作模式,综合利用现代通信技术、信息技术 提供的电能量大数据,进行数据分析,并结合 传统的现场实地检验, 先在后台进行分析推 算,能迅速、高效地发现电能计量故障异常; 若发现异常则再进行现场检验。这种模式实 现了计量故障异常的先行发现和精准定位。

IT 时代 大数据成品牌营销核心资本

对品牌营销而言,拥有大数据思维对于 品牌的市场分析、用户定位、产品规划、企业 价值链乃至对整个商业生态都很重要,而在 这其中,广告营销则是最符合大数据思维的 数字广告投放模式。IT时代作为知名的互联 网数据应用服务商,早已经将大数据思维营 销模式渗透到实际的品牌传播行为当中。通 过IT时代大数据库人群行为轨迹的数据标 签不难看出, 现如今消费者的行为不再是单 纯的接受,而是更加自主,这样的关系模式导 致了品牌不能依靠强制来获得关注, 而要以 更具渗透性的方式进行传播,这也势必要求 广告主具有更透彻的消费者洞察。

品牌营销

离不开大数据下的消费者洞察

品牌传播的基础就是要跟着消费者眼球 走,在中国互联网络信息中发布的《中国互联 网络发展状况统计报告》中,截至2016年12 月,中国网民规模达 7.31 亿,手机网民规模 达 6.95 亿,全年共计新增网民 4299 万人。互 联网普及率为53.2%。当越来越多的消费者 在互联网上时, 研究他们的互联网行为和消 费习惯让消费者洞察有了进一步发展的可 能,这也是品牌营销人员的必修课。

传统的品牌营销主要通过消费者调研的 方式来了解消费者需求,而大数据则能够根 据互联网上亿次的消费者互动来预测消费者 需求。IT 时代基于 5.7 亿人群数据为不同品 牌分析潜在用户的消费者洞察, 通过分析数 据库内每一个 Cookie 的网页浏览记录,找到 用户的兴趣关注点与行为轨迹, 不光是某一 品牌的消费者在这个品牌的网站上做了什 么,而是他们在整个互联网上的行为动向,比 如保健品品牌的用户不仅会出现在养生论坛 上,还会查看新闻、观看娱乐视频、网上交友 等等。如何利用更广泛且海量的数据,加深对 消费者的洞察,就是 IT 时代大数据对品牌营

IT 时代大数据 为品牌广告营销推波助澜

从大数据中寻找出有价值的信息,全方 位分析和定义目标人群感兴趣的内容需求, 为品牌进行广告营销,广告才能够通过对人 群的定向,投放给最匹配的受众。比如IT时 代广告营销经过访客分类分析及商品推荐逻 辑,实现应用户需求展示产品广告:根据访客 属性(全网行为)实施不同的广告策略,同时

配合广告主推广活动,针对不同需求的用户, 因人而异的推送热品和商品广告; 谁看了广 告,看了多少次广告,都可以通过数据化的形 式来了解、监测,并形成大数据报表,真正做 到了大数据下的"千人千面"广告营销。

在IT时代大数据的不断完善和运用成 熟过程中,可跨媒介、跨平台、跨终端地驾驭 大数据,对网民进行连续追踪与实时分析,为 广告主提供全方位的广告营销服务,PC端和 移动端两者联动,既展现出目标用户的年龄、 性别、收入、家庭情况、兴趣偏好等基本属性, 也有全网浏览行为数据、搜索行为数据、购物 行为轨迹、触媒习惯和受众购物心理趋势等 行为分析。这种基于大数据产生的真实的专 业性营销服务, 无论是对品牌营销制定明智 决策, 亦或是对企业更好了解行业发展态势 来说,都极具参考价值。

本 律师提示:本刊仅为供需双方提供信

注销公司,请公司债权债务人自本公告见报之日起45日内前往 我公司向我公司清算组申报债 权债务,逾期将按相关规定处理 注销公告

成都志喜广告有限公司经公司 公司债权债务人自本公告见报 之日起 45 日内前往我公司向 司清算组申报债权债务,

注销公告 成都创睿科技有限公司经公司 股东决定注销公司,请公司债 权债务人自本公告见报之日起 45 日内前往我公司向我公司 清算组申报债权债务, 逾期将

注销公告

成都佐伊视觉电子商务有限公司经公司股东决定注销公司, 报之日起 45 日内前往我会

向我公司清算组申报债权债 务,逾期将按相关规定处理 注销公告 成都圣康假日旅游资源开发有 限公司经公司股东决定注销公

告见报之日起 45 日内前往我

债务,逾期将按相关规定处理

成都校智科技有限公司(统-社会信用代码:91510124MA6 CLPLR6D)经公司股东会决议 将公司注册资金由贰佰万元减 少到伍拾万元,请公司债权债务人于公告见报之日起45日 内到本公司申报债权债务。

> 成都校智科技有限公司 2017年8月25日

特此公告!

注销公告 成都福鑫祥瑞科技有限公司(统一社会信用代码:9151010 5MA62LD093F)经公司股东 决议,决定注销。请相关债权债 内到成都市青羊区二环路西 段 19号 1 栋 1 单元 14 层 1404 号向我公司申报债权债务事宜。逾期按相关规定处理。特此公告

成都福鑫祥瑞科技有限公司 2017年8月25日 成都蓝色城邦网络科技有 限公司(统一社会信用代码:91 510105MA6CL8KB20) 经公司股东会决议,决定注销。请相关 债权债务人于本公告见报之日 起 45 日内到成都市青羊区青 龙街 27 号 3 幢 12 层 803 号向 我公司申报债权债务事宜。逾 路 300 号附 30 号向我公司申 日内向我公司申报债权债务。

成都蓝色城邦网络科技有限公司 2017年8月25日

成都佰晶利商贸有限公司 (统一社会信用代码:91510107 MA62NLAL82)经公司股东会 决议,决定注销。请相关债权债 ●锦江区随缘农家乐营业执照 务人于本公告见报之日起 45 日内到成都市武侯区万寿西路 177 号附 82 号向我公司申报债 权债务事宜。逾期按相关规定 处理。特此公告

成都佰晶利商贸有限公司 2017年8月25日 成都和恒生科技有限公司 (统一社会信用代码:91510107

MA62MRH449)经公司股东会 决议,决定注销。请相关债权债 务人于本公告见报之日起 45 日内到成都市武侯区万寿西路 177 号附 65 号向我公司申报债 ●四川世纪博雅信息技术有 权债务事宜。逾期按相关规定 处理。特此公告

成都和恒生科技有限公司 2017年8月25日 成都德隆泰文化传媒有限公 司(统一社会信用代码:915101 07MA62QDYW5F) 经公司股 权债务人于本公告见报之日起

规定处理。特此公 成都德隆泰文化传媒有限公司 2017年8月25日

●太平人寿孟超丽执业证 020 正本副本(51010460028607)及 税务登记证正本副本(5101111

96404023033) 溃失 ●成都市青羊区美雅家具店 慎遗失,声明作废

注销公告

成都一乐园商贸有限责任公司 (统一社会信用代码 91510104 3952570298) 经股东会决议决定 注销,请债权债务人自本公告见 报之日起 45 日内向我公司清算 组申报债权债务。特此公告。

限公司,公章(编号:51010093 10965)、财务专用章(编号 5101009310966)、法人章高磊

(编号:5101009310967)遗失声 ●注销公告:成都嘉盛科技有 |限责任公司(统一社会信用代 东会决议,决定注销。请相关债 | 码 91510107569678553T) 经股 东会决议决定注销,请债权债 务人自本公告见报之日起 45

广告热线 028- 65 关于公布与四川新华电脑学院 办学设施、师资情况和办学规模 有关的材料及财务状况的公告 四川新华电脑学院(以下简称 "本院")是经四川省人力资源 和社会保障厅批准并在四川省

民政厅登记成立的一所大型计 算机应用类职业培训院校。根 据《民办教育促进法》、《民办教 育促进法实施条例》及本院章程的有关规定,本院的出资人 安徽新华教育集团有限公司要 求从办学结余中按一定比例取得合理回报。本院拟于2017年8月17日召开理事会作出资 人取得合理回报比例的决定 现向社会公布与本院办学水

和教育质量有关的材料和财务 币资情况:教职员工共134人。 办学规模:在校生 2000 人左右 财务状况 . 2016年 12 月 31 日 四川新华电脑学院资产总额 4676 万元,负债2232万元,所有者权益 (净资产)2444万元,2016年全年 实现营业收入 4552 万元,发生营 业成本 2129.75 万元,各项费用支出 1191.90 万元,年末累计办学结

余79724万元,提取企业发展基 金累计 1296.92 万元 四川新华电脑学院 2017年8月13日 注销公告

四川画龙点睛教育咨询有限公 司(统一社会信用代码 9151010 社会信用代码:9151010534314 8MA61UFA4X1) 经股东会决 议决定注销,请债权债务人自本 ●清算公告:经2017年8月11 公告见报之日起 45 日内向我公 司申报债权债务。特此公告

成都凡尘冰清商贸有限公司经 股东会决定解散本公司,请债权 45 日内,前往成都市武侯区高升 债务人自公告之日起 45 日内向 公司清算组申报债权债务事宜。 ●四川省同心元生态农业开发

注销公告

有限公司公章(编号:51010093 79602)遗失,声明作废 ●注销公告:成都鹰锐特商贸 有限公司 (统一社会信用代码 91510108342970672M) 经股弃 会决议决定注销,请债权债务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

●黄军建筑与市政工程安全员 1211000400223 遗失作废 ●成都优达乐商务信息咨询有 限公司公章(编号:5101085117 967)、财务专用章(编号:51010 85117968)、李瑞飞法人章(编 号 • 5101085117971)、在贵阳银 行股份有限公司成都青羊支行

的开户许可证(核准号:J65100

77131601,账号:250101204200

00049)均遗失作废

联系人: 唐明才 电话:15390418186 2017年8月25日

●成都风向西文化传播有限公 司公章(编号:5101008881771) 遗失作废,特此声明 减资公告

●四川省精益通机械工程有限

公司营业执照正本、副本(统-

日股东会决议,四川金石防腐

保温工程有限公司决定解散。

清算组由唐明才、陈光莉等人

组成。请债权人自本公告之日起

桥东路 8号1幢2-7号向我公

司清算组申报债权。特此公告。

9528D)不慎遗失,声明作废。

四川鼎盛工程项目管理有限责 任公司 (统一社会信用代码: 91510000590481106C) 经股东 会决议拟向公司登记机关申请 减少注册资本,由原(人民币) 壹仟万元减少到(人民币)壹佰 万元。请债权债务人自本公告

申报债权债务。特此公告。 ●四川城建诚劳务有限公司公 章,编号:5101085132070,遗失

见报之日起 45 日内向我公司

注销公告

成都兴贝能数码科技有限公司 (注册号:510109000288998)绉 股东会决议决定注销公司。 公司的相关债权债务人自本公 告见报之日起四十五日内,前 往本公司向我公司清算组申报 债权债务事宜。特此公告!

注销公告

成都德以宁生物技术有限公司 (统一社会信用代码 91510100 MA6DFD1DX7)经股东决定注 销,请债权债务人自本公告! 报之日起 45 日内向我公司清

算组申报债权债务。特此公告。 ●成华区二麻九宫格火锅店 (统一社会信用代码 92510108 MA6CRD6P4U)遗失餐饮发票 4 张,发票号码:06579970-06579972,06579979,声明作废。

●成都玩转地球网络技术有限 公司营业执照正本(统一社会 信用代码 91510100331992526 9)遗失,声明作废 ●成都中宇财联投资咨询有限

公司股东会决议解散公司,请公司的债权人自公告之日起匹 十五日内到成都市金牛区一玎 路西三段7号西月大厦14楼 1413号向公司清算组申报债权。 成都中宇财联投资咨询有限公 司清算组 2017年8月25日