

破局传统营销 优博瑞慕多方联动打造奢宠女王节

■ 冉然

聚焦母婴童行业,90、95 后妈妈成为母婴市场的“消费新势力”。阳春三月,恰逢女王节之际,优博瑞慕打造的“奢宠女王节”无疑打响了奶粉品牌新一轮营销进阶战。

创新女王节营销场景 抢占母婴消费心智

节日档期是品牌营销的“必争之地”,如何通过精准的洞察落地营销活动,又如何将品牌形象深植于消费者心中? 此次优博瑞慕发起 # 美好在新生 奢宠女王节 # 主题活动,采取“线下门店买赠促销活+线上小程序打卡+主题妈妈班”的模式,凭借差异化的立体营销模式破局传统营销!

“整合资源 赋能终端”是优博瑞慕此次营销的内核所在。据悉,此次优博瑞慕联动线下终端开展大单品买赠活动,多重好礼,简单直接,不仅提高消费者参与积极性,活动效果也直指高复购率、高转化。通过直接面向消费者的高势能活动,打通大单品,强化瑞慕源于初乳、定制配方的核心优势,持续深化瑞慕在消费者心智中的极致影响力。

为了吸引更多年轻圈层的关注,优博瑞慕还在线上开启“奢宠女王节”小程序打卡活动,通过裂变玩法及用户互动寻求话题破圈。值得注意的是,此次活动仅限优博瑞慕会员参与,在一众精准会员的带领下,带动更多潜在用户关注并参与其中,每日解锁美妆教程,邀



请好友点赞,助力瑞慕妈妈的美好新生。

毋庸置疑,节日营销可以快速拉近消费者与品牌的情感和链接,关键在于是否能引发消费者的互动,不管是打卡、转发、分享、抽奖,基于深刻的消费者洞察其实都能在一定程度上增强品牌粉丝粘性,而显然此次优博瑞慕的线上线下组合营销便抓住了成功营销的精华所在。

打造线下场景营销新模式 助力品牌多触点破局

聚焦当下,信息粉尘化突出,消费者记忆呈现速朽状态,因而品牌想要加深与消费者的连接,需要进行长周期的集中触达和曝光。优博瑞慕深谙其道,借势节日营销凭借线下

媒体开启暴风式传播,高效助力渠道动销。

今年 3 月,优博瑞慕优选出 30+个重点城市,选择了最贴近消费者日常生活场景的媒体类型。据悉,此次预计投放 1500 万+媒体资源、6 万+个广告点位,涉及社区电梯框架、社区门禁、户外大屏、地铁电子屏、商超大屏等传播渠道。大投入、广覆盖的背后,通过高流量和强曝光为门店持续拉新引流,驱动终端消费。

营销动作需要聚焦长期价值,反复触达。我们了解到,优博瑞慕今年会持续进行饱和式、大规模的线下广告投放,潜移默化地深入到更多年轻妈妈心智,从触及消费者到触动消费者,真正帮助优博瑞慕形成更持久的品牌溢价能力和渠道动销能力。

营销只是触达消费者的第一步,对于优博瑞慕而言,精耕产品硬实力,走好品牌发展的每一步棋,才是赢取消费者和渠道青睐的重要底牌。作为王牌大单品,在优博独创的标志性仿生配方基础上,基于后疫情时代对提高宝宝免疫力的定制配方,每一罐乳清蛋白占比 95%接近初乳,丰富的免疫球蛋白和乳铁蛋白等营养元素助力宝宝免疫健康;每 100g 含有核苷酸 55mg,对促进生长发育、提升免疫力起到积极作用。说到底,极具竞争力的产品优势搭配精细化的营销赋能,无疑是优博瑞慕赢取更大市场份额加足了马力。此外,据悉,优博瑞慕将作为圣元集团 2022 年核心主推产品于 11 月正式亮相进博会,站在更大的舞台上诠释品牌的实力与担当。

济柴动力依托集团海外重点项目 推进“制造 + 服务”海外营销

济柴动力有限公司(下简称济柴)以“服务保障中国石油”为根本任务,深入践行“制造+服务”装备制造工作思路,依托中国石油国际业务重点项目,全力做好非洲、西亚、东南亚等区域的动力设备支持与现场服务保障工作。济柴依托集团公司重点项目优势,实现了海外产品销售突破。

通过与中油国际尼日尔公司的交流合作,济柴成功签订了尼日尔二期 5 台 260 天然气发电机组销售合同。该项目是济柴大功率天然气产品的首次批量销售。在疫情期间,企业克服重重困难,全力攻关项目履约发货

与现场安装调试工作,在推动济柴新产品市场拓展的同时,以高品质的动力设备服务,有力支持了中国石油海外项目的进展。

济柴积极推进“制造+服务”海外营销,确保海外项目安全高质量运行。在伊拉克哈法亚油田租赁服务项目中,现场服务人员全年坚守井场,实现了 29 台套项目在用济柴机组的安全稳定运行。由济柴进行运维服务的电泵油机组每天贡献的原油产量占油田日产量的 9%,力保中国石油海外项目生产有序推进。

同时,在非洲、西亚、东南亚等重点销售区域,济柴紧紧围绕集团公司重点项目,凭借

长期积累的市场口碑,不断挖掘客户潜在需求,持续推广重点产品,叫响“中国石油动力装备品牌”。在尼日利亚项目中,济柴首次实现了 2 台 20 伏天然气发电机组的海外销售,目前机组正在现场进行安装调试。济柴与阿联酋阿布扎比国家石油公司签订销售合同,实现了 20 伏天然气发电机组首次进入中东高端市场。通过与代理商合作,济柴在加蓬完成 32 台 700 千瓦高压天然气发电机组的销售。在泰国,凭借在产品上的稳定表现和企业的积极推广,客户最终选用济柴 20 伏沼气发电机组进行老产品升级换代。

2022 年,济柴将继续围绕集团公司重点项目,全力服务保障海外动力产品市场。济柴将积极与集团内部企业保持密切沟通合作,为西非、中亚、中东等重点工程项目提供高品质的动力产品和配套服务。同时,济柴努力打通油气利用、工程建设等领域的合作渠道,聚焦燃气发电、船舶动力等海外攻关重点方向,与其他央企加强合作,不断扩大济柴在非洲、亚洲、南美洲等区域市场规模,全力做好市场开拓,以高质量的动力产品和全生命周期服务,为集团公司国际能源合作贡献济柴力量。(中国石油报)

山西灵石农商银行找准首季营销突破口 “当红不让”氛围浓

■ 王利雄 王春燕

今年以来,山西灵石农商银行牢记“融汇贯通”的工作宗旨,通过实施一系列“融贯”行动,为“首季开门红”“融”成新机制,“贯”出新动能。截至目前,该行各项存款余额 180.91 亿元,较年初增加 9.45 亿元;各项贷款余额 104.77 亿元,较年初增加 2.68 亿元,个人综合金融达标客户达 27228 户,企业综合金融达标客户达 316 户,各项业务提质增效,呈现出高质量的发展态势。

以“有所长”补“其之短” 让更多点子变成行动

“谁能快人一步,谁就能胜人一筹;谁能先走一拍,谁就能领跑一路。”早在 2021 年 11 月份,该行就着手谋划“首季开门红”活动,成立了以业务管理部为核心、财务、零售、风险、合规、运营、人事等条线为参与主体的活动方案研发团队,整合各科室业务骨干,组建研发联盟,相互取长补短、开展集智攻关,结合前期跑市场、走基层的相关数据,制定《首季开门红活动方案》。并组织领导班子及条线、网点代表开展多场次研讨论证会,就活动方案细节进行不断调整、完善。

“以前策划‘首季开门红’,最多花费两周时间,但现在不同了,整个攻关进程要持续一个多月,好点子不再是停留在‘想一想’阶段,而是大家都提出来,多番探讨、论证,使之更加契合农商银行业务结构调整和市场客户需求的双重实际。”在集思广益之下,灵石农商银行将“首季开门红”施工图表更加具象化,从按月细化任务目标,到考

核指标设置上更多向低成本存款、存贷款客户数、实体贷款、普惠性小微企业贷款、金融综合达标客户等结构性指标倾斜,再到结合区域经营环境对网点实施差异化考核矩阵,最终到营销措施和奖惩措施的明确,让更多有利于业务发展得好点子落实到规划图纸上,通过科学引导,促使各项工作正确入轨,尽快实现从“绿皮火车”到“高铁动车”的提速前进。

从“学会说”到“知道做” 让全体员工主动营销

“学会说”是实施走出去的第一步,为使全员能在客户面前“张开嘴”,该行人手一册“开门红执行手册”,包含产品介绍话术、场景营销话术、存量增量客户营销法、贷款白名单客户营销法、客户异议处理等,确保全员随学随记。总行坚持以培训促提升,以外聘讲师、内培内训师为主,利用晨夕会、周六日,从市场特点、客户特点、管理技巧、营销技巧等方面入手,组织各层级人员开展全员营销技术培训会,通过头脑风暴让全员入脑入心。

从“学会说”到“知道做”又是一个攻关的过程,“绩效考核”就是有效的指挥棒。该行致力于绩效薪酬改革,提出“绩效考核不仅是让全员能养家糊口,更是为了让全员有尊严、有幸福感的工作生活”的口号。在考核导向上,按照“薪酬向基层一线、前台创利部门倾斜”的宗旨,坚持“定量为主、定性为辅”,不断细化考核标准,建立起“前中后台分类考核、全业务口径计价、全员参与”的绩效考核体系,确保所有业绩考核精确到日、精确到人。

并将考核结果与薪酬分配、提拔任用、末位淘汰、奖惩问责等密切挂钩,有效激发全员创效活力,真正让付出的人有绩效、得实惠。条线部门按月对基层面对开展绩效考核宣讲会,将理念渗透到每名员工,确保绩效考核真正向上支撑战略、向下融合业务。

“以前考核没有拉开差距,现在员工收入最高和最低间可相差上万元,普通员工干得好可以领到中层副职的薪酬,客户经理可以超越中层正职,中层正职甚至可能超越董事长。”一位基层行长感慨。正是有了这种明显差距,全员工作积极性和创造性得到有效激发,主动在“全员营销”系统中积极认领任务、营销客户。

由“小阵地”到“大联盟” 让更多成果加速转化

如果说以前的全员营销是初作尝试,更多先从理念上转型,那今年就是实打实的过硬招。“机关与基层都是经营主体,不能勤当‘管理者’,要跟基层打成一片、进村入户、联动营销……”“机关与基层联盟就是要打破‘各自为战’的局面,真正达到融会贯通的效果”。为此,该行建立《机关基层联系点制度》,开展机关青年员工下乡基层行动,要求机关与基层结对子,每周利用 1-2 天时间进驻包片网点,开展上柜服务、进村入户、任务督导等,并从政策引导、资源保障、渠道搭建、考核激励上给予基层支撑。总行每月设立一天“领导班子接待日”,集中为基层答疑解惑、解决诉求、限时办结,切实畅通基层服务基层“最后一公里”,让“问题清单”变“幸福答卷”。目前,已集中为基层解决难题 20 余条。

机关与基层达成联盟是加快成果转化的最大能量。基于此,该行以“网络营销+全员认领”为抓手,一方面实施精准化的区域布局,要求“农区寸土不让、镇区寸土必争、城区错位竞争”,自上而下绘制三张网络图,即“总行全辖图、支行片区图、网格员管辖图”,对网格内的社区、市场、机关单位、村庄等一一进行标注,农区网点以园区、村镇、农户为目标推广整村授信,城区以社区、商场、市场、机关单位为目标,大力推广整体授信、普惠小微企业贷款。并明确网格员、包点负责人、包片高管,持续加强网格客户管理,确保“人在网中走、档在格中建、格格有服务”。目前,该行涉及及小微企业贷款净增额占各项实体贷款净增额的 82.48%。

另一方面,灵石农商银行坚持分类营销策略,高管抓大户、中层促增长、全员保稳定,总行班子对接现金流较大的煤炭企业、核心客户和机关事业等财政性重点单位;中层干部“一对一”维护重点客户,发展代发性、收费性等接管账户,实现结算资金在行内的闭环循环。同时,该行加大对“一圈两链”,即“商圈、产业链、贸易链”客户的批量营销力度,大力发展其周边及上下游企业,加强存贷联动,吸收沉淀资金,确保让资金“流回来、稳下来、增起来”;员工营销维护资产规模小、群体总数大的小额分散客户,向客户应推尽推手机银行、渠道绑卡、“晋享 e 付”、社保卡、信用卡等产品,“一站式”满足不同客户的金融需求,最大限度拓展综合金融达标客户,扩大优质客户基数,坚持把“小客户”做成“大市场”。截至目前,该行储蓄存款较年初净增 6.93 亿元,占各项存款净增的 73.3%,为“首季开门红”积蓄了强大动能。

便民服务

独家代理机构:成都锦宏天下文化传媒有限公司

收费标准:55元/行/天(13字1行) 广告热线 028-66079393

地址:红星路二段 159 号成都传媒·红星国际 2 号楼 1702 室

QQ:769036015

微信:13308082189

注销公告
四川易智科技开发有限责任公司(注册号:5101082006509)经股东会决议,决定注销公司。请相关债权人自本公告见报之日起 90 日内向公司申报相关债权债务,特此公告。
●付天敏身份证号:51102219750823360 遗失,特此声明。
●成都青羊玖成建设工程有限公司(统一社会信用代码:91510108MA6387HK56)不慎遗失营业执照正本,声明作废。
●成职院、杨伶、李星、黄琴、范显明、代华、学生证遗失。
●姚中明岳丽梅花样年香门第世家 5-1-5-6 收取收据(收据号:1107144)遗失,特此登报挂失。
●成都史特迪新材料科技有限公司营业执照正本(统一社会信用代码:91510113MA672KA8C)不慎遗失,声明作废。
●田小平(现成都电子机械高等专科学校)成都工业学院计算机应用与维护专业专科毕业证,证号:0970454,声明作废。
●成都市青白江区葭里抗五金经营部,营业执照正本(统一社会信用代码:91510113MA672KA8C)不慎遗失,声明作废。

●成都皓洁生活电子商务有限公司食品经营许可证(许可证编号:JY15101070041303 遗失作废
●四川缘慈食品有限公司章(编号:5101225112777)不慎遗失,声明作废
成都锐旭贸易有限公司(统一社会信用代码:91510108MA694XP 经股东会决议拟将公司注册资本由人民币 500 万元减至人民币 1 万元。请债权人自公告见报之日起 45 日内向公司提出清偿债务或者提供债务担保的请求,逾期按相关规定处理。
●四川天佰全食品有限公司(统一社会信用代码:91510106MAG6CTN8GIM)营业执照正本遗失,声明作废。
成都百合花柳业有限公司(统一社会信用代码:915101067712235606)经股东会决议决定减少公司注册资本,由人民币伍拾万元减少至叁拾万元。请各债权人自公告之日起 45 日内向本公司提出清偿债务或者提供债务担保的请求,逾期按相关规定处理。特此公告。
●川 A2K894 网络预约出租汽车道路运输证
●减资公告:经四川东乔建筑工程有限公司(统一社会信用代码:91510104MA6CM6G90H)股东会决议注册资本由人民币壹亿元减少至贰佰万元整。请各债权人自公告之日起 45 日内向本公司提出清偿债务或者提供债务担保的请求,逾期按相关规定处理。
●注销公告:四川善佰酒业有限公司(统一社会信用代码:91510107MA652635XK)经股东会决议决定注销,请债权债务人员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。
●四川果甄好商贸有限公司营业执照正本(统一社会信用代码:91510104MA6AGYWK0X)不慎遗失,声明作废。
●天府新区成都片区合江冬货运输车牌号:川 AD1099,道路运输证(证号:51011000621)不慎遗失,特此声明。
●更正公告:四川富地时代房地产经纪有限责任公司于 2021 年 11 月 29 日在人力资源报刊登的减资公告内容为经股东会会议决定,更正为:经公司股东决定。

减资公告
成都蜀汉餐饮投资管理有限公司(统一社会信用代码:91510112MA69JQL9G)经公司股东决议,注册资本由 999 万元减少到 50 万元,请相关债权债务大于公告见报之日起 45 日内前往公司办理相关手续,特此公告。
●成都市市来文化传播有限公司营业执照(注册号:5101072007000189714)正本遗失作废
减资公告
四川省中源建筑装饰工程有限公司(统一社会信用代码:91510105MA6BWHKU1R)经股东会决议决定,注册资本由 500 万元减少到 100 万元,请相关债权债务大于公告见报之日起 45 日内前往公司办理相关手续,特此公告。
●天府新区成都片区华阳周治民中环房属中部营业执照(统一社会信用代码:92510100MA6ZNGHIE1)正本、公章(编号:5101100036022)、财务专用章(编号:5101100036023)、发票专用章(编号:5101100036024)遗失,声明作废。
●四川博雅家装建材有限公司营业执照(注册号:5101072007689)正本遗失,声明作废。

●四川省东山区锦诚建筑装饰工程有限公司简阳分公司徐昆林法人章(编号:5139005010054)不慎遗失,声明作废。
●成都博睿壹房地产业营销策划有限公司营业执照(统一社会信用代码:91510107MA6BKCPC68K)正本原件不慎遗失,声明作废。
●四川西部鞋都市场经营管理有限公司为刘燕开具的商务公章 A1416 号履约保证金 2000 元收据(收据号:20018749)因本人不慎遗失,现登报声明作废。
更正公告
四川省中源建筑装饰工程有限公司于 2022 年 1 月 3 日在人力资源报上刊登的清算公告(经 2021 年 12 月 12 日股东会决议)现更正为:“经 2021 年 12 月 18 日股东会决议”特此公告。
●四川浙联建设工程有限公司成都第二分公司公章(编号:5101095667887)、张红富法定代表人章(编号:5101095667890)不慎遗失,声明作废。

减资公告
●成都市皓道商贸有限公司营业执照(统一社会信用代码:91510106MAACINLT35)正本遗失作废,特此声明。
●成都普诚物流有限公司,川 A7312 挂,营运证号:510132005434 道路运输证遗失。
●(范科)个体工商营业执照(注册号:510106600156509)正本不慎遗失作废,现登报申请注销。
●大邑县沙溪镇晨堡汉堡店食品经营许可证正副 JY25101290045203 遗失作废。
●四川西部鞋都市场经营管理有限公司为刘燕开具的商务公章 A1416 号履约保证金 2000 元收据(收据号:20018749)因本人不慎遗失,现登报声明作废。
成都宏远春天地房产开发有限公司(统一社会信用代码:91510183MA6A1ULBQ2F)经股东会决议,将注册资本由 2000 万元减少至 100 万,请各债权人自公告起 45 日内向公司提出清偿债务或提供债务担保的请求。
●宣发市德优房地产营销策划有限公司公章(编号:5115020008326 遗失作废。
北京泰和嘉成律师事务所 2022 年第十期至第十一期 民国珂罗版网络网络第 11 期专场 预展时间:2022 年 3 月 30 日 -4 月 1 日 拍卖时间:2022 年 4 月 1-2 日 第十一期专场 预展时间:2022 年 4 月 6-8 日 拍卖时间:2022 年 4 月 8-9 日 预展、拍卖网址: http://www.paihuosha.com 公司电话:010-58761988
●自贡市凯帝悦建筑装饰工程有限公司(统一社会信用代码:0036906)遗失作废,特此声明。
●四川森秀空间园林绿化有限公司持有的营业执照(副本)统一社会信用代码:91510100MA6A9TQ9M2Y,根据《中华人民共和国公司法》有关规定,并经公司股东会决定,本公司拟向公司登记机关申请注销登记。注册资本由原来的 30000 万美元调整至 4000 万美元,投资总额由原来的 90000 万美元减至 12000 万美元。请债权人自见报之日起 45 日内向公司提出清偿债务或提供担保请求。
特此公告
成都玺达企业管理有限公司 二〇二二年三月七日