

挖掘大数据 1号店傍上百度发力精准营销

大数据正在成为电子商务行业精准营销的重要载体。

20日,百度与国内领先的电商1号店正式签署JBP(Joint Business Plan,联合发展计划)战略合作协议,1号店也因此成为百度在电商领域首个JBP战略合作伙伴。2013年,双方将在数据共享、消费者分析、广告投放、无线领域、营销模式创新等多方面进行深度合作。

这一全新的生意模式一改以往广告主和商业平台之间单纯的“买卖关系”,通过与广告主共同制定目标,并共同投入资源来实现双赢,这是对互联网平台大客户销售模式的创新。

对此,1号店董事长于刚解释称,该合作为了强化1号店的精准营销,提高购物转化率。谈到此前与百度的合作,于刚表示,百度一直是其重要的合作伙伴,1号店连续两年在百度的投放涨幅超过100%。“百度在市场营销及新媒体方面有很好的实践和创新之举,在数据洞察方面,百度拥有天然的大数据优势,这些都能够帮忙1号店更好地服务



我们的顾客和商家”。此外,双方还将在百度知道产品体系、图片、贴吧、移动端等用户平台,进行诸多创新合作模式的探索和实践。

对于为什么选择1号店作为JBP合作伙伴,百度副总裁王湛表示:“1号店是中国增长最为迅猛的电子商务网站,而且在战略

唯礼网携20家奢侈品牌进军礼品渠道



北京国际礼品展览会20日北京展览馆举办。据主办方透露,本次国际礼品展览会首次邀请了互联网电商企业参展。其中,礼品网站唯礼网站携手20个国际顶级品牌亮相,成为会场一大亮点。

据悉,北京唯礼礼业有限公司为奢侈品礼品渠道知名供应商,本次展会带来了20款国际顶级的奢侈品牌的产品,件奢侈品现货,覆盖3000款项,爱马仕、LV、PRADA、BV等大量高端的奢侈品,这也是电商企业首次与线下渠道深度结合,以低于专柜7折的价格进入礼品渠道,将对礼品行业来了巨大冲击。

行业数据表明,2012中国奢侈品市场占据全球份额的28%,已经成为全球占有率最大的奢侈品消费国家。奢侈品消费礼品占据30%以上市场,却鲜有专注奢侈品的服务企业,大量礼品渠道奢侈品需求最后流向内地专柜和香港渠道,这部分需求也是礼品渠道企业所急需需要满足的需求,也是知名礼品企业对本次展会表现出前所未有热情的原因所在。

据介绍,唯礼公司的奢侈品采购方式主要是意大利直采,极大压缩了流通环节,应季同款产品比国内专柜价格优惠30%以上,产品保持欧美同步,每年时尚采购季,采购规模超过3000万,平均库存保有量超过5000件现货,3000种不同款项可供选择,4000平米仓库和专业仓储团队,支持单件采购,隔日送达。

在电商行业普遍面临发展困境,以及资本对电商行业日趋谨慎的趋势下,如何摆脱叫卖不叫好,有销售没利润的困境,电商企业纷纷在探寻新的利润增长点。

唯礼的发展策略和传统电商存在明显差异,据介绍,除了微信平台、电商网站外,大力拓展线下渠道将是唯礼今年的重中之重,通过线下渠道拓展,唯礼基本能保持10的毛利空间,免去线上高额的推广费用,线下渠道已经实现盈亏平衡,并能保持2%净利。同时由于采用直采模式,不少专卖店、奢侈品集合店都感受到了该模式对优化供应链所带来的直接好处。(钟欣)

国药准字H46020636

快克

复方氨酚烷胺胶囊

适用于缓解普通感冒或流行感冒引起的发热、头痛、四肢酸痛、打喷嚏、流鼻涕、鼻塞、咽痛等症状,也可用于流行感冒的预防和治疗。

请在医生指导下购买和使用

海南亚洲制药生产
海南快克药业总经销

沃尔玛今年拟在福建扩容两店

今年福建将增设一山姆会员店和一购物广场。同时,今后各门店特色产品比例有所调整。记者从沃尔玛超市在福州举行的2013年新年准备会上获得上述消息。

当天,来自全国的门店员工代表、供应商和合作伙伴代表4000多人参加了本次大会。往年沃尔玛公司年会举办地都选择在深圳、北京、广州等一线城市,这次新年准备会议首次放在福州举办,是因为福州乃至福建始终是沃尔玛公司战略发展重点

区域市场。

据沃尔玛公司事务高级副总裁博睿当天在接受记者采访时介绍,自1996年进入中国市场后,截至2012年底,沃尔玛在中国经营着390多家商场,福建占了30家,福州10家。如今,沃尔玛在福州是其布点最多的城市之一,而且这些门店位置好,销售也非常不错,对于沃尔玛而言,福州是非常重要的城市。

博睿称,沃尔玛预计今年内将在福州增

和运营层面有着超前的、清晰的思路,百度愿意和1号店一起洞察消费者需求,创新营销模式,引领整个行业的发展。”王湛说,“总体的方向是我们通过数据分析,找到1号店的潜在客群,让其接触到1号店的产品和服务”。

随着网络购物模式的日趋完善,规模庞大的用户数据正成为电子商务行业分析消费者购物行为,进而转化为销售的重要资源。不仅是1号店,为了能够有的放矢,电商对依托大数据平台精准营销的重视度与日俱增。京东商城在今年初成立了“京东商城-中国人民大学”电子商务实验室,着力电子商务大数据的分析合作;淘宝在去年推出了淘宝时光机,分析顾客的消费喜好和对其行为的预测。

相比传统商业,消费者在网上购物的浏览路径、购买记录、访问时间等都有迹可循。据业内人士透露,亚马逊对大数据进行深度挖掘后,营销额曾在一年内增加了30倍。

(小何)

金星啤酒开展“质量开放周”活动

■ 本报记者 李代广 通讯员 李杰

3月15日,产能居河南第一、中国第四的金星啤酒集团在郑州总部工业旅游园区开展了主题为“一路有爱,责任同行”的“质量开放周”宣传活动。

“产品质量意识百分百,产品质量标准百分百,质量标准执行百分百,产品质量管理百分百,产品质量创新百分百,产品质量考核百分百……”,20名身披火红绶带、手拿证书和奖牌的“金星啤酒集团2012年度

质量标兵”和来自郑州金星啤酒公司的8位高级酿酒师、品酒师代表整齐划一,庄严诵读《金星啤酒集团质量宣言》的情景,感染着现场的每一位观众。

金星啤酒集团公共关系总监闫亚磊、郑州金星啤酒公司生产厂长李鹏等,郑州金星公司高级品酒师、高级酿酒师、2012年度质量标兵和生产一线员工代表约200人参加了活动,活动以游客观光、专题采访、消费者互动的形式诠释质量宣传的意义。

网络营销受到中小企业青睐

根据CNNIC近期公布的《2012年下半年中国中小企业互联网应用状况调查报告》,我国有23%的受访企业在过去一年中利用互联网开展营销推广活动。互联网已超越报纸、杂志等传统平面媒体和电视、电台等立体媒体,成为我国中小企业进行营销推广的首选渠道。

报告显示,在各类营销推广渠道中,互联网、报纸、户外广告排名前三。其中,互联网大幅领先于其他渠道,比排名第二的报纸占比高出近一倍。与前三年的数据对比可以看出,网络营销近年来发展迅猛,正得到越来越多国内企业尤其是中小企业的青睐。国内知名互联网营销机构碧邦广告认为,网络营销的增长是大势所趋,和传统营销推广方式相比,网络营销具有受众广、传播快、投入小、多媒体、跨平台等

优势,将成为未来的主流营销方式。对于企业而言,赢网络营销者方能赢天下。

在各种网络营销渠道的使用选择中,中小企业对搜索引擎营销推广、即时聊天工具营销推广、电子商务平台的使用率位列前三,分别为53.2%、51.6%、50.0%。上述三种途径以见效快、精准度较高等优点,受到广大中小企业的青睐。另一方面,对内容运营的要求较高方式,如微博营销、社交媒体推广、论坛/BBS推广等,由于开展门槛较高,对传统制造业类的企业来说适用性较差,这类互联网营销推广方式的普及率偏低,大多不到20%。

具有多年网络营销从业经验的碧邦广告副总裁Benjamin先生表示,企业要从自身实际情况出发,选择最适合所在行业特点、投入产出比最高的网络营销方式。

宜家代工厂抱团转型试水电商

12家原帮宜家代工的家居生产企业日前联合宣布,抱团到阿里集团旗下淘宝、天猫等平台,寻找适合的电商发展模式。

作为发起人,原宜家代工联合会会长曹跃伟说,我们生产的一个阶梯椅,在宜家的售价是99元,在天猫店铺的售价是59元,短短十几天的时间就吸引了3000个订单,这可能是宜家一个店一年的销量。

曹跃伟说,这种定制的模式,商品能以工厂价直接给到消费者。它使整个价值链重新再分配。而通过电商,我们缩短消费者和工厂的距离,并且把利润空间全部让利给客户。尤其是利用C2B定制的形式,不仅可以规模生产,且商品价格可以更低。

目前,不少曾为国外家居品牌做代工的工厂,开始谋求转型。他们有一个共同特点即通过电子商务,从纯代工、到出口转内销,创立品牌再到转型做电商。

阿里方面表示,在天猫、淘宝平台上从传统行业转型电商的商家群体也在逐年递增。



据阿里集团研究中心分析,到2020年,网络零售交易额将约占整个社会消费品零售总额的16%,达到10万亿,平台型电子商务交易平台仍是主流,中国电子商务服务业规模将超过3万亿。

浙江省侨联副主席陈乃科指出,电商新的内销模式,倒逼制造业转型。“现在的电子商务只是对传统零售渠道的变革,未

金星啤酒集团有关负责人介绍,选择在国际消费者权益保护日当天举办主题为“质量开放周”宣传活动,意义特别,这是金星啤酒集团依托自建生态工业旅游园“透明化生产与消费者零距离沟通”宣传主线的又一延伸。

目前,金星拥有中国酿酒大师1人、国家级啤酒评专家3人、高级酿酒师和高级品酒师60余人,金星技术精湛的科研团队被业界称为中国啤酒“梦之队”。

碧邦作为专注于网络营销的广告公司,基于对互联网行业的深刻理解,提出SIVA营销理念,即“搜索(search)、兴趣(interest)、价值(value)、行动(action)”,第一次准确地分析和总结了中国亿万消费者在近年来搜索引擎深度影响的营销环境中所形成的心理定势和行为习惯。并通过分析消费者解决自身需求的系列行为轨迹,找到营销的一系列关键接触点(Touchpoint),并在每个接触点,采用最适合的形式对消费者施加正向的引导,通过搜索相关企业信息,激发用户了解企业信息的兴趣,将客户需求和企业价值相结合,最终促使消费者缩短决策周期,尽快采取购买行动的完整过程。

(慧聪)



黄河之水天上来

——写在河套酒业成立六十周年

连载(46) 汉明 著

自2006年以来,任国军在出任技改领导小组副组长后,每天潜心钻研工艺技术创新研究和设施设备的选型。他所负责的5000吨/年河套王生产基地和河套酒业五原清香型白酒生产基地的建设,率先在全国白酒行业实现机械化生产,推进了企业安全生产和清洁生产,标志着河套酒业的生产装备水平和能力走上了全国同行业前列。

信息化、机械化、酿造工艺创新,任国军样样精通、样样出色,这样的通才当是非常难得。张庆义说,对于人才要给他压担子,有时也得逼着他上进。任国军,当年也是张庆义逼着他去考国家白酒评委,许多年过去之后任国军说,没有张总逼着,自己这个白酒评委的资格就没有了。

河套酒业重视老中青的结合,重视传帮带,年轻才俊也是如雨后春笋般茁壮成长。

张磊25岁,杭锦后旗人,个子高高的,充满青春活力,他是内蒙古农业大学食品专业的硕士研究生,他本来已在呼和浩特市著名的食品企业找到一份工作,最终还是带着女朋友回到陕坝,加盟了河套酒业的建设,成为河套酒业技术中心工艺研究员。虽然刚回来一年,他陶有成竹地说,从事事业发展到个人待遇上看,我不比在那些留在大城市的同学差,有些地方甚至更好。

千年老窖万年糟,窖泥对于酒业来说非常重要。目前张磊精心投入窖泥的研究中,力争解决窖泥老化问题,延长窖泥的使用寿命。像这样的科研项目在全国酒类行业中也具有前瞻性。浓香型白酒质量好坏与窖泥的质量好坏关系密切,但这“窖泥”不是普通的泥,是经过人工培养的窖泥。河套酒业集团在多年的科技攻关中,对发酵窖池的改造投入巨大。

张磊说,在河套酒业科研经费非常充足,你不用考虑经费不足,只要你提出来,企业就会允许你去试。正在建设的北方生物酿造研究院,更使像张磊这样的大学生找到用武之地,张磊自信地说,河套酒业是个有着雄心壮志的企业,我们一定会跟着企业获得成长。

从罗维到任国军到张磊,我们看到了这是一个生生不息的科技人才成长线,从这条人才线上我们看到,河套酒业基业长青有希望、枝繁叶茂会有时。

专业高效的质检团队壮大线

已到60岁的刘永婷几次提出来要退休,张庆义不予批准,张庆义说,刘永婷这个岗位太重要了,没有刘永婷的质量把控,河套酒业的质量不会如此稳定。

1970年,高中毕业的刘永婷,进入内蒙古杭锦后旗制酒厂工作。从学习微生物培养、酿造化验到储存勾兑,好学的刘永婷逐步掌握了酿酒用微生物培养技术和检验白酒的基本操作。

1991年至今,刘永婷先后担任过质检科队长、技术部、总经理助理、副总裁兼质量部部长、副总经理,专管技术工作。她负责组建了河套酒业技术中心,配置了国际上最先进的惠普6890气相色谱仪和ICS—2500离子色谱仪,培养的一批国家级和自治区级白酒评委担负起了白酒酿造过程中的质检重任。有一次张庆义到国内酒类名企考察,发现该厂使用气相色谱仪的是一位博士,回到河套酒业后直接来到了技术中心,看看自家企业的相关工作做得如何,检查后发现,担任此项工作的是他本科毕业,虽然学历不是博士,但是他工作做得非常扎实专业,这张庆义放心了。

刘永婷为人正直,人品好,责任心强,执行力强,对质量管理做了40多年,悟得比较深,她抓质量管理非常适合。是啊,没有一辈子做一件事的精神,怎么会有今天河套王的卓越品质?

张庆义说,对人才要爱护加鼓励。有一次公司领导层去海尔学习,刘永婷想请假,张庆义要求她必须参加此次考察,原来刘永婷从小出门少,一坐车就晕车,张庆义说永远怕就永远克服不了,没事咱公司自己的车,你吐在车上也得去。后来刘永婷出门多了,也不晕车了,现在还学会了自己开车。