

快手营销中国行在沪举行 协同商家深挖新线市场营销价值

伴随快手将营销平台升级为“磁力引擎”,新的社交商业生态正在铺开。数日前,快手在2019Fe+新商业峰会上宣布,2020年将帮助合作伙伴获得100亿营收。面对广告主、本地商家的需求,快手上“人+内容”的强社交关系,正促使他们与用户之间实现强大共振,如电磁脉冲般爆发强劲势能,释放全新的商业能力。

日前,主题为“快之有效,智在必得”的“2019快手营销中国行”在魔都上海如期举行。大会现场,快手商业华东大区上海负责人裴洪林、快手商业华东大区上海运营负责人潘翔、快手代理商上海亦立快手负责人董正敏等嘉宾结合上海本地商家营销痛点,带来更具营销价值的创新理念和玩法,助力商家把握趋势、洞察商机,让营销变得更精准高效。

时机成熟, 快手是营销变革的最佳试验田

基于去中心化的算法和大数据分析,如今是“内容追着用户跑”的时代,根据用户偏好不同,平台可以最大程度满足用户的需求,实现个性化的效率和内容推送。以快手为代表的短视频平台,因拥有强大的社交基因,爆发出迅猛的用户增长和旺盛的生命力。快手商业华东大区上海负责人裴洪林在会议现场表示,“快手覆盖了大量的年轻有效增长人群,可以看到二三四线增量非常明显,新线城市



●快手商业华东大区上海负责人裴洪林
市青年人数众多,时间充沛,消费潜力不可小觑,他们正在或即将影响着中国市场的消费生态。怎样把握趋势,发现新线市场人的价值,开启新的蓝海捷径,是商家目前要考虑的课题。”

根据快手在 Fe+新商业峰会上发布的《快手社交+营销白皮书》显示,短视频用户规模达6.48亿,网民使用率为78.2%,短视频凝聚的庞大市场规模和增长潜力空间毋庸置疑。从用户画像上看,年轻且具有较强的消费能力;从用户结构来看,新线市场与一二线城市增长占比趋同,用户结构均衡;从用户行为上看,互动意愿更加强烈。

显而易见,短视频“人”的营销价值已清晰浮现,而快手更懂新线市场。裴洪林表示,新线城市用户基础健壮,地域分布整体趋同,他们工作稳定,压力较小,社会圈子相对紧密,更敢于花钱且决策过程非常短,是未来中

国市场的消费主力军。快手顺势成为各大广告主、商家拓展新线市场绕不过去的社交营销入口。

变现神器,信息流广告 是公私域流量的高效导流器

随着互联网人口红利不断消退,广告行业竞争激烈,选择合适的营销渠道可以让品牌、商家实现可持续化运营,以及更长线营销。快手正因为有着强大的社交基因,可以让品牌、商家通过社交营销实现增长获客。并且在快手上,无论用户的兴趣如何独特,都能找到体量相当可观的同类群体。根据白皮书显示,快手上大约有25万健身达人、55万旅行达人、10万名设计师、9万名厨师、20万卡司机,以及54万记录早餐制作的创作者、5.6万弹弓爱好者、0.4万捏泥爱好者等。而快手信息流广告则让本地商家可以迅速渗透、精准、高效找到相匹配的人群。

大会现场,快手商业华东大区上海运营负责人潘翔分享了《如何让广告更高效》专题演讲,通过信息流广告投放、账号搭建技巧和优质案例分析,向参会者分享了如何在实战中完成社交商业变现,让商家真切地感受到快手短视频社交营销的价值。潘翔表示,“快手的商业模式不只是讲究流量,更注重流量的转化效率。通过搭建商家自身的快手账号,持续发布优质视频内容,可以持续积累自身的私域流量资源。而商家首先要做的就是明

确推广需求,其次要“找对人说对话”,利用封面、内容、落地页、营销场景等构建起一个完整的营销路径,第三,通过建立账户、搭建人设来积淀私域流量池,最后,借助社交裂变变成粉丝积累和转化变现。快手信息流广告正如同内容放大器,能够让优质内容在公域流量这个大流量池里,源源不断触达更为广泛的精准人群,帮助商家积攒下丰富的社交资产,缩短转化链路,降低获客成本。”

与此同时,潘翔进一步强调了快手账号运营重要性,“信任是转化的基础,只有让消费者信服,才能提高转化率,让热度转化为收益,真实、人性化的账号是建立信任的第一步。通过真实的素材、专业化的运营,再加上和粉丝的积极互动,粉丝就会从品牌单纯的接受者,变成传播者,主动去传播品牌价值。”显而易见,快手已成为短视频社交营销的最佳选择。快手代理商上海亦立快手负责人董正敏表示,短视频社交营销正处于红利期,借助平台的公域流量导流,打造自己的快手账号体系,并用私域流量沉淀社交资产,对于本地商家来说,精准获客、长效营销已经成为了可能。

快手的私域流量在“磁力引擎”的推动下,为上海本地商家带来了更多的增长机会。随着“2019快手营销中国行”不断推进,将有更多品牌和商家加入快手商业生态,找到最适合自己的营销模式,获取短视频社交精准高效的营销红利。

(企业时报网)

拓宽品牌巧营销 饮品跨界走新风

近年来,饮品品牌逐步开始业态多元化的发展,以求突破自身行业的限制,拓宽品牌的产品和业态。无论饮品品牌选择跨界营销,还是联合营销,基本上都是为了强化品牌符号,增加品牌的记忆点。今年,像星巴克、奈雪的茶等饮品品牌纷纷开始跨界开酒吧,引发了新一轮消费热潮。

跨界创新打造品牌记忆点

咖啡品牌星巴克跨进酒行业,其在延续自身品牌特点的同时,融入了酒吧元素,试图打破品类原本的边缘,这也是星巴克在新业态中的探索。将其品牌两大热门概念臻选咖啡和 Bar Mixato 相结合,咖啡与酒相融合,旨在带给消费者慢生活和微醺的体验。

除了星巴克以外,奈雪的茶也开始涉足酒行业,从装修风格和酒类产品的开发上可以看出,奈雪的茶并非要去打造传统意义上的酒吧,而是想要为年轻人提供区别于传统酒吧的社交场景,其消费群体定位在以90后

为主体的新一代年轻消费者。奈雪的茶通过寻求新产品研发,以此来搭建新的场景营销,在吸引消费者注意力和提升消费体验的同时,达到刺激消费的目的。

无论是星巴克还是奈雪的茶,他们选择咖啡+酒、奶茶+酒,都想要区别于传统酒吧,遵循微醺的原则,做到了推新,以此来达到吸引消费者的作用。从某种角度上来说,咖啡+酒、奶茶+酒能否获得消费者青睐,这是品牌考虑的次要因素。

星巴克和奈雪的茶这次的跨界操作,为的就是要保持品牌的新鲜感,吸引消费者的目光,为品牌迎来新鲜流量,打造出品牌特有的记忆点,避免被市场淘汰的可能,这才是品牌进行跨界操作的最终目的。

业态融合带来更多利润空间

咖啡+酒和奶茶+酒业务,可以说是在营业时间上的一种互补。品牌在选择拓展产品时,是在原产品业务时间上的延展。

衍生的新业态与品牌原本的业态可以共用营业场地和供应链,营业时间增长并多增加了一项产品,为品牌节省成本的同时,也让品牌有了获得更大利益的可能。

据《中国咖啡行业消费现状及消费前景》报告显示,我国咖啡销量保持着10%—15%的增速,预计到2020年,我国咖啡市场有望达到439亿元。从广阔的市场前景可以看出,酒与咖啡、奶茶业态的融合,可以为品牌带来更多的利润空间。

咖啡+酒、奶茶+酒都是饮品品牌为拓展市场而打造新消费场景的重要举措,旨在同质化的市场中寻求新突破,为消费者营造出全新的体验感。在咖啡馆、奶茶店引入酒元素,颠覆了消费者对品牌的固有认知,打造了全新的体验感,固化了品牌形象。将咖啡、奶茶和酒元素相联结,让消费者能感知到品牌重新定义的微醺,并向大众传达了休闲娱乐的品牌理念。

品牌跨界营销,并不是什么新鲜事。而像星巴克、奈雪的茶这类饮品品牌,为什么会选择跨界餐饮业,业内人士认为有以下3方面

的原因。

受众广、消费频率高。无论市场变化与否,市场对餐饮业的需求一直存在。无论是小酌还是聚会的消费场景,都需要不同场景的店面去承载,面对如此广泛的受众,品牌衍生产品应运而生,特有的场景和来自市场的需求。受众广和高频率的消费,让品牌同时囊括喜欢咖啡、奶茶和酒的品牌受众,让品牌达到受众更大化的目的。

标准化、可复制性强。在餐饮行业中,标准化是企业发展的前提,在品牌升级中也可以做到快速复制,节省人力成本。品牌选择跨界餐饮业,也是看中了容易标准化的特点,其目的是在运营成功后,方便复制其经营模式,以达到组合最优的目的。

高频次刚需、能保证现金流。品牌抢流量,是营销的目的之一,而最终目的是想要是实现销量的转化,保证经营的现金流。品牌跨界花式营销,能保证品牌营销的新鲜感。而高频率的刚需消费,能保证品牌的现金流,快速回收成本。(文风)

为品牌赋能 瑞幸咖啡跨界营销首战告捷

一直以来,瑞幸咖啡的营销活动都做得别出心裁,并通过跨界营销为品牌赋能。

日前,瑞幸咖啡公布了“喝luckin赢宝沃”活动数据,一周时间里有2名幸运用户获得宝沃BX5一年免费使用权,10名用户获得宝沃BX5一个月免费使用权,13127名用户获得宝沃BX5三天免费使用权。

那么,这一次是什么样的玩法?从10月14日起到11月13日,用户通过瑞幸咖啡App、微信或小程序等渠道,任意消费3件任意商品,就有1次转盘抽奖机会。奖品包括宝沃BX5一年免费使用权,一个月使用权,三天

使用权,名额分别是8位、40位、10万位。除此之外,还有luckincoffee鹿角随行吸管杯、luckincoffee轻食饮品优惠券等。根据数据可以看出,用户的参与热情非常高。

上线以来,瑞幸咖啡的营销活动一直都做得别出心裁。时间回溯至2018年4月,瑞幸咖啡与腾讯QQ推出联名款,在深圳总部的腾讯大厦楼开了一家咖啡快闪门店,推出程序员专属咖啡,将大数据与人脸识别技术应用在咖啡领域。此前,瑞幸咖啡曾联合各大体育赛事、文创盛会、科技峰会、知名企业以及新兴媒体等进行跨界营销,都取得不错

的市场反响。近期的各类顶级盛会也频频亮相,像为乌镇举办的第六届世界互联网大会,提供专业级的咖啡品鉴服务,这是瑞幸咖啡第二次亮相大会。与此同时,瑞幸咖啡国内首家航天主题咖啡店近期也在京开业,太空舱、打卡密室等航空主题体验式场景,为人们提供了兼具科技感和设计感的消费体验。

有分析人士表示,瑞幸要做的并不是一杯简单的传统咖啡,而是一杯互联网咖啡,一杯集合了大数据的科技咖啡。

不断丰富的用户场景,不断提升的服务

质量,别出心裁的市场活动,不仅为瑞幸咖啡的品牌赋能,也让瑞幸咖啡市场份额进一步扩大。数据公司QuestMobile的最新信息,瑞幸MAU(月活)在2019年第三季度相对2019年第二季度环比增加了约51%,与18年第三季度同比增加增加了约46%。业内人士表示,瑞幸咖啡此次携手宝沃汽车推出的跨界营销活动,面向全平台用户,通过线上联合营销,全域流量辅助以超长周期,在形式和内容、深度和广度上,都开创了国内咖啡行业以及汽车行业的先河。

(吴家明)

便民服务热线: 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159号成都传媒·红星国际2号楼1702室

关于召开临时股东大会的通知
致全体股东:
因本公司依法被吊销营业执照,现依据公司章程的有关规定,定于2019年11月21日召开临时股东大会,现将本次会议议题及基本情况通知如下:
一、基本情况
会议时间:2019年11月21日
会议地点:本公司会议室
参会人员:全体股东
召集人:黄莉
主持人:黄莉
召开方式:现场会议,现场投票表决,表决方式按公司章程规定行使表决权。
二、会议议题:关于本公司被依法吊销营业执照,是否解散公司的议案。
三、其他事项
请各参会人员安排好工作,准时参加会议。
1.联系人:黄莉
2.联系电话:02885531408
3.联系地址:成都市武侯区佳灵路7号
成都福浩商务信息咨询有限公司(统一社会信用代码:91510107569694166Y) 2019年11月4日

注销公告
成都乾道嘉鼎盛科技有限公司(统一社会信用代码:91510100MA62QPEA0M)经股东会决议决定注销公司,请债权债务于本公告见报之日起45日内到本公司申报债权债务,特此公告。
●成都晨云讯科技有限公司(统一社会信用代码:91510100MA6AH7FL5F) 遗失作废。
●四川卓达建筑机械租赁有限公司(统一社会信用代码:91510000793957020G) 遗失作废。
●四川汇百嘉商贸有限公司股东会已决议解散公司,请公司的债权人自公告之日起四十五日内到成都金牛高科技产业园蜀西路46号4栋7层4号向公司清算组申报债权。四川汇百嘉商贸有限公司清算组。
注销公告
成都西德健康管理有限公司(统一社会信用代码:915105MA69FT4P7A)经股东会决议决定注销,请债权债务于本公告见报之日起45日内向公司清算组申报债权债务。
●龙泉驿区大面街办成兴生猪养殖场(注册号:51011260030775) 4个个体工商户营业执照不慎遗失,声明作废。
●成都晟典装饰工程有限公司(统一社会信用代码:915101053429757724) 遗失作废。

注销公告
●四川广业工程勘察设计院有限公司(统一社会信用代码:91510107MA6CG8B81R) 遗失作废。
●金牛区红乐五金经营部在四川天府银行股份有限公司成都武侯支行开户许可证(核准号J6510085952202, 账号:2000033667000019) 遗失作废。
●成都伟宸房地产营销策划有限公司(统一社会信用代码:915101053319842355) 营业执照正本,在中国建设银行股份有限公司成都白果林支行的开户许可证(核准号:J6510065433102, 账号:51001488536051507293) 均遗失作废。
●四川省广和科技开发有限公司(统一社会信用代码:91510107MA68H57A8X) 经股东会决议决定注销公司,请债权债务于本公告见报之日起45日内向公司申报债权债务。
●四川省广和科技开发有限公司(统一社会信用代码:91510107MA68H57A8X) 经股东会决议决定注销公司,请债权债务于本公告见报之日起45日内向公司申报债权债务。
●成都尼美投资管理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二环路西三段133号3栋5层505号向公司清算组申报债权。2019年11月5日
●注销公告:成都丽娅内商贸有限公司(统一社会信用代码:91510107MA6CTXL43L) 经股东会决议决定注销公司,请债权债务于本公告见报之日起45日内向公司申报债权债务。
●四川省工商行政管理局 2018年10月09日颁发的统一社会信用代码为915100006757727460的四川海联投资咨询有限公司(统一社会信用代码:91510107MA63F6WA4D) 经股东会决议决定注销公司,请债权债务于本公告见报之日起45日内向公司申报债权债务。
●四川丰立装饰软装券N20175155于2019年5月11日遗失,特此声明作废。

减资公告
成都深影穆天影业有限公司(统一社会信用代码:91510100MA6CF5BD0R) 经股东会决定减少公司注册资本,由人民币5000万元减少至800万元。请债权债务于本公告见报之日起45日内向公司申报债权债务。
●注销公告:巴克洛纳米科技(成都)有限公司(统一社会信用代码:91510105MA6CP8648Q) 经股东会决议决定注销公司,请债权债务于本公告见报之日起45日内向公司申报债权债务。
●注销公告:成都市晶钱柜商务信息咨询服务有限公司(统一社会信用代码:91510108MA61TM891) 经股东会决议决定注销,请债权债务于本公告见报之日起45日内向公司申报债权债务。
●注销公告:成都市晶钱柜商务信息咨询服务有限公司(统一社会信用代码:91510108MA61TM891) 经股东会决议决定注销,请债权债务于本公告见报之日起45日内向公司申报债权债务。
●毛凯遗失成都八一国际家居博览城管理有限公司的商品房认购协议(编号:0002977) 及购房收据(编号:0006381, 金额:50000元;编号:0006600, 金额:25000元;编号:0006508, 金额:10000元) 均遗失作废。
●成华区丰义广建材经营部个体工商户营业执照(统一社会信用代码:91510108MA6CBBP2L1L) 正本遗失作废。
●四川同盟时代教育发展有限公司(统一社会信用代码:5100001816224) 营业执照正本遗失,声明作废。
●成都顶宏机电设备有限公司(统一社会信用代码:5101072006516) 营业执照正本遗失,声明作废。

公告
各位成都市中心城区餐厨垃圾无害化处理项目(二期)利害关系人:
我公司在龙泉驿区万兴乡狮子村修建的成都市中心城区餐厨垃圾无害化处理项目(二期)项目,于2016年8月取得《建设工程规划许可证》(1#-8#楼及相应地下室),于2019年08月建设竣工,现将项目的规划实施情况公示如下:
一、实施情况:
成都市中心城区餐厨垃圾无害化处理项目(二期)项目包括1#-8#楼及相应地下室,此次二期竣工验收,分期依据《建筑工程规划许可证》。
“1#-8#楼及相应地下室”的层数为2层至3层,总建筑面积10300.64㎡,基底面积5916.83㎡。地上建筑面积9092.46㎡,其中生产用房8852.07㎡,综合楼1865.28㎡,门卫室面积30.18㎡,地下建筑面积1208.18㎡,其中机动车库425.98㎡,配套设施782.2㎡。
●四川新既元企业管理有限公司(统一社会信用代码:9151010032159191510100331937623B, 营业执照正本遗失,声明作废)
注销公告
成都佳来健康咨询有限公司(统一社会信用代码:9151010509668649L) 股东会决议决定注销公司,请公司相关债权债务于本公告见报之日起45日内到公司申报债权债务。
●电子科技大学海电子工程公司公章不慎遗失,声明作废。
●四川润南商贸有限公司(统一社会信用代码:91510100321590988H) 营业执照正本遗失作废
注销公告
四川鼎力联合企业管理有限公司(统一社会信用代码:915101010MA6DFNLH74) 股东会决议决定注销公司,请公司相关债权债务于本公告见报之日起45日内到公司申报债权债务。
注销公告
成都慧欣商贸有限公司(统一社会信用代码:915101080776895) 股东会决议决定注销公司,请公司相关债权债务于本公告见报之日起45日内到公司申报债权债务。
成都飞客票务代理有限公司(注册号:510106000387149) 股东会决议决定注销公司,请公司相关债权债务于本公告见报之日起45日内到公司申报债权债务,特此公告。
●成都馨宜家居服务有限公司(统一社会信用代码:91510106MA61TX0Q20T) 营业执照正本遗失作废

律师提示:本刊仅为供需双方提供信息平台,所有信息均为发布者自行提供,客户交易请查验相关手续和证照,本刊不对所有信息负责及结果承担法律责任。