

限量营销:要“飞天”更要“落地”

“限量”作为当今流行的热词,已经不再是奢侈品专属的营销手段,在各个领域都被使用过。似乎一夜之间,只要商品的身上贴上“限量”、“编号”的标签,就会身价倍增,就会凸显稀缺性,然而事实上真是这样吗?

[详见 A2 版《主题策划》]



营销论坛 | Yingxiao Luntan

模式创新是营销战略之本

鲁培康

知识经济时代,创新已成为企业的灵魂。商业模式创新,则是竞争激烈的市场环境对企业的要求。企业创新,首当其冲的应是营销创新,所谓营销创新就是企业根据新的市场环境,结合自身资源条件和经营实力,寻求营销要素及其组合在市場中的变革与突破的过程。营销创新最直接地体现出企业的市场创造能力,也只有营销创新,才可能在更大程度上直接为企业创造赢利。

有地图者不迷路,有模式者不盲目。有效的营销模式应建立在对外部环境的准确把握和内部资源的优化配置上,没有一个放之四海而皆准、适用于任何企业并一成不变的营销模式,也没有一种营销模式会永不过时。对企业而言,有效的营销模式总是属于自身企业的“这一个”,当一种模式的效用在中发挥到极致,或者众多企业群起而效仿之,大面积的模式趋同就会导致模式失效。

好模式,需要好创意。当我们把镜头拉近并定格于商业及营销模式,阿里巴巴、腾讯科技、百度搜索、分众传媒、盛大网游、前程无忧、如家酒店连锁一长串企业名单便赫然淡入。近年,在成功模式的榜样示范下,商业模式创新已经成为中国企业界最为关注的焦点,众多企业试图谋求商业模式创新为客户创造更大价值。特别是在网络技术领域,商业模式创新所演绎出的创富神话正激励和感召着一批又一批创业者。

中国企业素有许多先天不足,不过在模式创新上似乎能化劣为优。很多企业管理灵活,崇尚人治在经营思维上从不固守模式。甚至企业的战略制定往往是基于对市场和客观环境的直觉和模糊判断,所谓“跟着感觉走”却歪打正着,似乎常常是“有心栽花花不开,无意插柳柳成荫”。从模式创新的角度看,包括中国企业善于进行概念设计和故事演绎,其血脉里似乎先天就具备了“敢教日月换新天”的创新基因。这种自我揶揄的思维模式,有时难免也会绽放出创新的灵光来。但是,企业如果总是善于玩概念、编故事,以为概念新颖、故事动人就能博得VC和PE们的垂青,这样的想法就未免有些异想天开了。逐利永远是资本的本性,因此,模式的创新还必须遵守资本的商业逻辑。

“如果说国内电子商务业有泡沫,那么这个泡沫才刚刚吹大。”走秀网副总裁马晓辉说。

他援引数据称,2010年,风投投向国内电子商务网站的资金在10亿美元左右。但今年国内电子商务的投资额可能是去年的10倍,其中最大来源就是传统行业巨头的全面触网。

激进的**传统巨头**

马晓辉最近跟几个传统制造企业朋友吃饭聊天,这些朋友一直在向他学习网上购物和电子商务第三方平台的运营心得。

“今年已成为传统企业全面介入电子商务的元年,很多制造企业都自投资金购

建自己的B2C平台,或者将第三方网上分销平台纳入自己的销售体系。”他说。

更多案例在印证。手机购物公司“闪购营销”副总裁李锦魁对记者透露,宝洁公司近日已将全线产品导入该公司闪购手机购物平台,而更多日化企业也在谈判。

李锦魁说,宝洁公司选择闪购手机购物的主要原因是,宝洁公司在国内已有一个完善的网上销售物流平台,跟闪购合作只不过增加了一个手机购物的销售渠道。消费者通过闪购手机购物平台下订单,宝洁网上销售物流平台则完成送货等剩余环节。

看上去,这种涉入非常合理。消费习惯正因移动互联网的普及而改变,电子商务已成为传统巨头必须直面、接受的一种销

传递价值 成就你我

芙蓉王

文化头条新闻

湖南芙蓉王文化传播有限公司

电子商务竞争加剧 品牌争用小游戏吸引大眼球

在线购物网站 HSN (Home Shopping Network) 日前推出含 25 款游戏的服务板块 HSN Arcade(HSN 游乐场),丰富该网站用户的购物体验,支持他们在同一个页面中边看 HSN 视频边玩游戏。

HSN 数字商务执行副总裁 Jill Braff 表示,公司发布 HSN Arcade 的这一战略性措施,有助于 HSN 为用户提供差异化的购物体验,使用户在同一时间内处理购物、游戏和分享活动。比起直白的广告,游戏不会引起消费者的反感,相反会因为兴趣而去参与。

此前,已有许多品牌试图在线上通过小游戏来吸引顾客光临,延长他们在网站停留的时间,促进购买,增加回头率。

比如 GAP 集团在 2009 年初为旗下的廉价大众品牌老海军(OldNavy)推出了一个

图据互动百科网

小游戏蕴藏着大魅力。尤其是那些访问人数很多的类似抢车位、卖奴隶等小游戏,抢尽眼球。而使用这些小游戏来吸引顾客,无疑是将“眼球”变成购买力的好办法。

名为 OldNavyweekly 的网站。该网站其实只有简单的一个首页,但是对于用户的黏性非常强。这是因为,OldNavyweekly 会以一周为一个周期固定投放一定数量、不同类型的单次购物优惠券。并且,这些优惠券并不是简单地罗列到网站上,而是让用户在网站上通过“寻宝”的方式来做一些很简单的小游戏,用户通过鼠标将不同的上衣和裤子进行搭配就有可能发现不同类型的优惠券,这种趣味性也是为什么会有大量的粉丝聚集在一起讨论当周最新最好的优惠藏在哪儿,并不断刷新 OldNavyweekly 网站的原因。

去年,大众甲壳虫墨橘版新车上市。淘宝网 25~35 岁的女性群体成了甲壳虫新车想要影响的目标受众,于是他们与淘宝合作策划了“宝贝传奇”线上系列活动,通过线上小游戏、

补钙——关键在吸收

利君钙

纳米聚合 双重技术

好吸收

西安利君制药有限公司

吉 尔 达 信 自 己 的 每 一 步

“吉尔达杯”征文大奖赛

本版新闻均可参加征文比赛

联系电话: 0577-86531048

国酒茅台

酿造高品位的生活