

A4 QUDAOYINGXIAO | 渠道营销

渠道实战 | Qudao Shizhan

家居企业纷纷另辟蹊径
家具独立店或成新渠道

近年,上游房地产的限购政策所带来的影响波及到家居市场,不少家居企业开始积极拓展新渠道,用渠道多元化缓解渠道成本压力,有的企业则致力扩大品牌影响力,提升服务,塑造品牌形象。这些都成为推动家具企业建设独立店的因素之一。

独立店与卖场相辅相成

独立店的迅速发展让不少业内人士猜测独立店是否会和卖场形成竞争。红苹果家具总经理王家峰表示,独立店是行业的必然趋势,它不仅能全面展示企业的产品,还能满足消费者体验的需求,这都是品牌企业急需的。也有业内人士认为,独立店更多是作为一个展示平台和渠道,不是为抢夺消费者而设立的。今朝装饰副总裁汪晓兵表示,独立店不一定是家居行业的趋势,只是企业展现自己特色并让消费者了解和接受的重要平台。汪晓兵认为,独立店最主要的是结合自己公司的特色,更好地让消费者感受体验,当然也不排除通过这种方式为自己带来更多的利润增长点。

如何独立
选址、产品、定位有讲究

品牌独立店,是独立于传统零售



渠道,包括家居卖场之外的专卖店、体验店。它不仅具有精准的客户定位还着重强调品牌,不仅能全面展示产品,还能灵活策划大型营销活动。但开设独立店和使之发展存活却并不容易。

纵观京城家具独立店,不难发

现,诸如百强、曲美、美克美家、超舒适等独立店皆选址讲究,多位于三四环附近,毗邻商业区,且交通方便。此外,经营良好的独立店无一不是产品丰富,拥有的产品系列、门类齐全,产品线完整。而且风格准确、设计考究,定为中高端和高端。

此外,独立店的另一竞争优势在于,面积大,能够完整地展示企业产品,不同空间场景的布置能给消费者最直观的感受。它既受制于渠道,又可规避卖场租金高、品牌间恶性竞争等问题,更拥有醒目的品牌形象,能体现品牌的档次。 (新京报)

河北航空:利用 QQ 漂流瓶营销机票

梅兰 刘洋

QQ 漂流瓶是腾讯企业在 2011 年推出的新的交友聊天模式,河北航空公司敏感地意识到 QQ 漂流瓶中“同城瓶”可以被用来成为在石家庄或者

目的地营销机票的很好的工具。

利用漂流瓶进行宣传可以达到一举多得的效果,首先,利用免费的网络资源进行宣传,降低公司成本;其次,通过娱乐的方式更能引起“瓶友”的注意,不会让人感到很反感,达到事

半功倍的效果;再次,鼓励同事们发漂流瓶也能在紧张的工作之余通过发瓶能缓解员工的压力,提高工作效率。

河北航空公司每天定时完成漂流瓶的发放,发展 QQ 用户参与漂流瓶的活动,针对发放特定的区域,提高

宣传效果与质量,漂流瓶内容及时更新河北航空公司的宣传政策、特价信息、航班动态等等,收到了很好的宣传营销效果,特别是在“莘莘学子”机票产品的宣传过程中起到了很好的宣传作用,使得该项机票产品一度畅销。

伊利大果粒 营销有新意

伊利大果粒“一起来享乐”活动完美收官。作为本年度最重要的整合营销活动,伊利大果粒通过卡通娱乐营销这一差异化的市场策略,传达大果粒“i 美味,爱自己”的核心品牌主张,增强了与年轻消费者的互动。

伊利大果粒作为上市 6 年多的成熟品类,如何从差异化的竞争中抛离竞品?通过对核心目标人群深入洞察,确定了卡通、音乐、网络的创新方式成为潮流,跟追求前卫事物一样,怀旧代表内地 80 后的另一种“潮”。

“上世纪 80 年代出生的人,你还记得这些小玩意吗?”这是在新浪微博上很红火的一条博文,标题之下以图文形式列出了 80 后从童年到少年共同经历过的事物,从小时候的口香糖到中学的英文课本,再到相伴左右的动画片等。这条博文一出便引得 80 后疯狂转发,急着要与身边同龄人重温过往的回忆。而在之前,早就有不少人寻找怀旧的东西公开分享,渐渐形成一种专属这个年代的怀旧潮。他们的这种集体爱好与其他地区的 80 后迥然不同,香港与欧美的年轻人更多地是追求是复古;而内地 80 后却在怀念伴随他们成长的事物。

怀旧为何“潮”起来

度植入、活动公共主页等板块,将品牌信息进行曝光,除了三大活动阵地联动,还通过微博、开心红人等其他网络平台进行活动的告知和推广,更有包装上的序列码抽奖把网络活动和线下销售结合起来,让“喝伊利大果粒,赢 IPAD 大奖”在目标人群中成为时尚和热议的话题。

活动初期为了对活动进行引爆,创新性的使用了人人网年度黄金资源——愚人节整蛊水果大战!通过愚人节这个年轻人关注的特殊节日及富有创意的水果整蛊大战,在两天内即实现 86 万人参与,通过好友

的层层转发及新鲜事曝光,使活动达到了全网疯狂的火爆效果。仅两日,活动覆盖人数即超过 500 万,不仅如此,伊利大果粒充分利用社交网站互动性,采用邀请好友、拍照触发新鲜事等功能,进行二次传播,不断扩大活动影响范围,对人人网进行了全网式覆盖!为期 2 个多月的伊利大果粒网络活动,收获了丰硕的成果,活动参与人数达 345 万,产生近 1000 万的参与次数,公共主页粉丝 43 万,为后期活动延展积累了丰富的粉丝资源。如今伊利大果粒的任何促销信息他们

都可以第一时间得到消息。

除了网络,同期覆盖全国 10 大重点城市同主题的校园活动。学生们通过先进的现场状态上墙与伊利大果粒进行互动,10 场活动覆盖 170 余万在校生,为开拓大学校园渠道开辟了一种“主题活动+渠道迈进+产品热卖”的创新模式!如今,校园渠道的拓展通过这种新模式如星星之火已在各大区展现燎原之势,未来伊利大果粒将延续网络+校园+写字楼的整合,继续开创更多的营销新模式。

(农博网)

营销新启示:“80”后也有怀旧情结

丁道师

当看到在微博、论坛、社交网站上的怀旧内容引起其他 80 后的强烈追捧时,你会发现 80 后之中怀旧已经成为潮流,跟追求前卫事物一样,怀旧代表内地 80 后的另一种“潮”。

“上世纪 80 年代出生的人,你还记得这些小玩意吗?”这是在新浪微博上很红火的一条博文,标题之下以图文形式列出了 80 后从童年到少年共同经历过的事物,从小时候的口香糖到中学的英文课本,再到相伴左右的动画片等。这条博文一出便引得 80 后疯狂转发,急着要与身边同龄人重温过往的回忆。而在之前,早就有不少人寻找怀旧的东西公开分享,渐渐形成一种专属这个年代的怀旧潮。他们的这种集体爱好与其他地区的 80 后迥然不同,香港与欧美的年轻人更多地是追求是复古;而内地 80 后却在怀念伴随他们成长的事物。

“你认为,80 后开始怀旧了吗?”不久前,互联网上发起了这样一项调查,吸引了 2972 位网民参与投票,其中 2674 人自称是 80 后。调查结果显示,43.8%的人,表示自己“有时怀旧”,37.8%的人表示,自己“经常怀旧”,与此同时,有 57.5%的人认为 80 后开始怀旧了。事实上,内地 80 后对比于其他 80 后多了些怀旧追求,与他们从小到大的成长环境不无关系。

自我意识渴望认同感。和他们的父辈相比,80 后是特殊的一代人。作为独生儿,他们得到更多宠爱,经历大多一帆风顺,因此 80 后的自我意识、自我认同比较强。因此 80 后集体怀旧,可视作他们自我意识的一种表达方式。80 后独立,但是孤独;备受宠爱,但是内心寂寞。因此当发现别人与自己经历的重合点时,他们便会觉得亲切。而且在互联网上,他们的表达可能面对无限受众,会得到响应,有许多喝彩者。网络行为很容易被模仿、复制,反过来又会强化这

种表达方式,强化他们作为“同一群人”的意识。重拾童年好时光,这群年轻人在得到心灵慰藉和满足的同时,更加享受着与人分享、被人认同的乐趣。

怀旧营销广受宠爱

《将爱情进行到底》是 12 年前内地十分受欢迎的偶像剧,承载众多 80 后青春记忆,今年这部由原班人马翻拍的电影一经上映就掀起怀旧潮,创造了超 7000 万的票房,是一个典型的怀旧营销案例。内地 80 后这一越来越升温的独特爱好,确已引起不少商家的注意。在淘宝网输入“80 后”,会自动出现很多关键词,促销价仅为 1 元的铁皮青蛙一个月内累计成交 885 件,25 元的怀旧条纹水手服一个月内累计成交 303 件。与此同时,一些上了“年纪”的怀旧物品,因为年代长远价格也比一般的怀旧商品要高,如上世纪 60 年代的铁皮玩具“电动划船”一口价就为 2000 元。然而,80 后的怀旧

消费,推崇的不是简单的情感宣泄,而是需要个性化的产品和服务。而现在我们身边,大多数的怀旧产品,仍然停留在“炒冷饭”的阶段,缺乏的是创意。如何从 80 后怀旧的事物中找到新的吸引点,让他们在怀旧之中觉得“潮”,才是商家怀旧营销的重点所在。

佐丹奴限量怀旧 T 恤重获年轻市场。较早前一首以中学英语教材人物为主题的网络歌曲《李雷和韩梅梅》也曾一度引起众多 80 后对中学时代的怀旧情感。而当 80 后还对逝去的学生时代怀旧时,服装品牌佐丹奴迅速推出印有“李雷和韩梅梅”的限量版 T 恤,短时间即告售罄。这款主题 T 恤,全球限量发行 2000 件,潜在用户却过亿。

乌镇着眼年轻的怀旧市场。在其他主打山水的旅游景区越来越商业化和平庸化时,乌镇就已经开始进入“生活在梦里”的怀旧营销策略。通过这句广告语,“梦”带出了千年古镇厚厚的历史感、时空感,结合 80 后对过往的怀念,形成一个追求梦里的过往时光的感觉;“生活”表达了希望和游客联

渠道创新 | Qudao Chuangxin

IT 巨头跨界营销:
网易养猪人人网养兔

吴迪

陈绍鹏,42 岁,计算机专业科班出身,在联想集团干了 18 年销售,37 岁当了联想副总裁。然而,日前这位联想少帅开始了一项从未涉猎的新职务领导集团新兴的农业板块。

无独有偶,在陈绍鹏之前,丁磊、刘强东、陈一舟这些 IT 大佬们都已“玩票”涉农,人们不禁疑惑,以先进生产力代表自居的 IT 巨头们为何纷纷“不务正业”,做起了与老本行相去甚远的副业?

淡薄盈利追求被指作秀

网易农业事业部市场总监白磊称,目前养猪项目只是在探索一种新的模式,有很强的公益性质,暂时没有盈利的考虑。

北京商业协会秘书长赖阳认为,时下 IT 企业涉农有两大特征,一是利用资金优势投资相对成熟的农业消费品,二是通过定位小众人群经营高端农业产品。不过,总体来说,IT 企业涉农目前都处于尝试阶段,没有过多的盈利模式设计,更没有战略重心转移的意思。

“没错,我就是在做秀。问题关键是要看为了什么作秀。”丁磊曾经坦言,他说,“我是想通过养猪来探索农业生产新模式,同时,为解决食品安全问题做一些尝试,以作秀来唤起大家对这些问题的关注,有什么不好?”

中国畜牧业协会副秘书长马闯在接受采访时曾表示,“要不是因为丁磊养猪,社会也很难关注到我们这个行业。不管动机怎样,结果如何,我们首先都要欢迎各路社会资本进入养猪业。”

IT 巨头回归田园心情不同

就在陈绍鹏“涉农”的两天后,联想首次超过戴尔,成为全球第二大 PC 厂商。工科背景、营销领袖,新兴产业、创新人才,头顶着各种前沿科技光环的联想少帅却主动提出从现代化十足的第三产业,回归人们印象中“低利润、大产量、科技应用不足”的第一产业,莫非时代真变了?

其实,变化从两年前就已开始。你们吃过真正好的猪肉吗?两年前,广东省人代会期间,一向低调的网易少帅丁磊向前来围堵他的“老记们”提了一个尖锐的问题,这让向来反客为主的“老记们”顿时沉默不语。

“老记们”没有想到,一次普通的“例行”采访,却收获了意想不到的大新闻——丁磊宣布自己要“养猪”了。当时,丁磊戴着最为流行的黑框眼镜,穿一件深色 T 恤,袖口卷起,书生气十足。即使再有洞察力的人,也很难将这个出身书香门第、衣着讲究、

坐拥 60 亿元现金的年轻新贵与“养猪”这项又脏又苦的农活联系起来。

直至今年 3 月,网易方面才对外透露,自己的养猪基地设在离杭州不远的安吉县,由丁磊的高中同学,民航客机工程师毛山负责经营,目前的养猪规模在 1 万头左右。这算是给“丁磊养猪事件”画上了一个阶段性的句号。

在丁磊宣布“养猪”之后,同为 IT 少帅的千橡集团总裁陈一舟说了一句颇有醋意的话,“我们也要多条腿走路,丁磊养猪,我们就养兔子。”

丁陈二人的“农业梦想”似乎只是互联网企业涉农故事的一个开端。

2011 年 2 月,京东商城的 CEO 刘强东在其微博上透露称,要回江苏宿迁老家租赁 5000 亩地种无农药无污染的大米,供京东商城员工自己吃。

而联想控股则在 2009 年确定了发展战略,将化工新材料、农业食品、现代服务业作为今后发展的核心,争取在 2014 年至 2016 年整体上市。2010 年,成立了农业投资事业部,通过 20 多亿元的投资,陆续成为湖南武陵酒业、河北承德乾隆醉酒业的第一大股东,并涉足陕西周至县的猕猴桃产业项目。此前,联想投资还投资了包括黄羽鸡养殖立华畜禽水产等在内的多家农业企业。

与诸位少帅的意气风发不同,老成持重的联想董事长柳传志对涉农大业颇有规划。他说,联想做大现代农业的决心很大。在农业方面,联想控股将从水果、肉类、杂粮等项目开始,从种植、生产、运输、储存、销售等各个环节加以把控,最终打造一个统一的品牌。

技术营销或成涉农优势

不过,网易养猪的模式并非纯粹的“农家乐”。

目前,网易农场正在探索“第三代养殖模式”,核心是在生产过程中更重视猪生活环境的舒适度,比如网易猪场的猪舍都是全封闭的恒温房,饲料也都是玉米、小麦等粮食和一些青饲料,不带任何添加剂。环保方面则有独创的“机器视觉+猪厕所”技术,利用猪厕所技术使猪定点排泄,然后利用机器视觉技术即时检测到排泄物,并发布自动冲水指令,及时清理猪场排泄物,保持环境清洁,同时还能节水 70%。

赖阳认为,IT 企业已经塑造的品牌和形象,也有助于农业终端产品的市场流通。

清科研究中心高级分析师肖碧认为,传统农业目前存在着市场适应能力不足、生产方式落后等多种问题,其中最不容易破解的是销售渠道的问题,盈利能力强的 IT 企业与消费领域联系非常紧密,有较强的渠道经营能力,这将成为 IT 企业涉农的最大优势。



这部偶像剧 12 年前风靡一时,承载众多 80 后青春记忆。

系的更紧更深,不仅仅是来去匆匆的游客,而是生活在此、沉浸在此的主人。与其他同类景区没有特定顾客目标不同,乌镇针对的游客是年轻的高消费人群,又十分清楚这群人想远离现实压力的心态,因此在整个景区内减少商业元素,尽量保留原有的水乡面貌,勾起人们对过去简朴生活的回忆,来吸引怀旧的 80 后来寻找小时

候单纯的感觉。

如果对怀旧情结善于加以利用,给商家带来的利益是可观的,同时对于建立忠诚顾客群体有重大的意义。但是对于前卫的 80 后来说,复制式的怀旧销售只是昙花一现,要真正抓住 80 后消费群,要懂得从怀旧中创造出“潮”的元素,才是商家在怀旧营销中需要思考的事情。