

营销实战 | YingxiaoShizhan

宝洁:新“4C”营销应对数字化挑战

刘 琼

在传统渠道耕耘多年的企业在营销方式上如何突破窠臼,应对这种挑战?

升级版“4C”应对速变消费者

“4C”理论对于营销界人士并不陌生,1990年,美国营销大师罗伯特·劳特朋就提出了传统的4C理论,分别指代满足消费者的需求(customer's need);以消费者能够接受的成本(cost)去定价;本着方便购买(convenience)的原则进行渠道规划;变单向促销为双向沟通(communication)。

宝洁公司大中华区销售总裁翟锋在第13届中国连锁店展览会间隙对记者表示,宝洁的服务形式已经不再局限于产品和实体店,而是在升级版“4C”理论构建品牌数字化模型下,创新地利用网络便捷的沟通平台,与消费者直接对话,更为有效地为他们服务。

目前,宝洁在淘宝、1号店等网络平台上都开设有自己的渠道,同时在电子商务领域已经组建了专门的团队,在经费上也有了“超前的投入”,但宝洁目前线上的市场份额与线下的市场份额相比还有很大差距。

这就需要传统营销理念和方式彻底改变。数字营销研究者、奥美互动

去超市买洗发水拎回家,还是去网上买等待送货上门,这两个选择对不少中国消费者来说,一年前和现在,做出的决定完全不同。当中国有将近5亿人在使用互联网是或进行网上购物,互联网无疑已经完全改变了消费者的一系列行为和购物的方式。



亚太区主席肯特·沃泰姆也认为,要将传统营销观转化为数字营销观,需要在计划、思考和方法等许多层面下功夫。事实上,在整个数字营销的过程中它包含了目标营销、直接营销、分散营销、客户导向营销、双向互动营销、远程或全球营销、虚拟营销、无纸化交易、客户参与式营销等手法,显然是一个被数字化了的营销组合。

“4C”构建品牌数字化模型

这个数字化了的营销组合,被施文圣的“4C”理论构建到宝洁的品牌数字化模型里。4C分别是捕捉(catch)、连接(connect)、接近(close)、持续(continue)。

比如第一步的“捕捉”,也就是如何找到并获得企业的目标客户或消费

营销策略 | Yingxiaocelue



索冬冬

近期多家服装企业纷纷加速扩张线下渠道,8日七匹狼公布定向增发预案并复牌,公司拟投资约为2066亿元用于建设“营销网络优化项目”,

拟增销售终端1200家。公告显示,公司拟以3427元/股非公开发行不超过5300万股,募集资金不超过18亿元。项目超过募资金额部分将由公司自筹解决,项目建设期30个月。公司预计,项目建

成后一年内可进入正常运营期,预计每年可实现销售收入约14亿元,预计实现净利润2.79亿元。本次发行后七匹狼集团持有本公司的股权比例下降为34.29%,仍为本公司控股股东。

李国庆:零售巨头都憋着光棍节抢钱

石莉芳 吴小川

11月8日,2011(第六届)中国网上零售年会在成都开幕,当当网、凡客诚品、苏宁易购、麦包包等百家零售网站以及众多国内大型零售巨头汇聚成都,热议网上零售发展之道、传统企业网上零售拐点等话题。

“大家都憋着11月11号,对抗赛,一天之内抢钱,不聪明。”8日,当当网CEO李国庆背着一个双肩背包现身会场,就在成都的投资、“淘宝十月围城”事件、网上图书掀起价格战、B2C企业拼规模大肆烧钱等热门话题侃侃而谈。值得注意的是,年会上独不见淘宝的影子,论坛主持人说“因为他们在备战光棍节”。

谈竞争
网上商城
不要想着烧钱烧死对手

“你有这么多钱,怎么就你有这么多钱呢?如果你投入的金钱总量,把实

体零售业都打死了,你怎么有那么多钱呢?”年会上,当当网CEO李国庆谈及了B2C企业争相拼规模,大肆烧钱一事。他说,资本不是万能的。在这个行业里,有很多企业和投资集团想靠烧钱清空市场,这在实业界是很难支撑的。想靠30亿美元清空中国网络零售一万亿元的市场,简直是天方夜谭。

李国庆看来,B2C行业的白热化竞争之下,销售规模是美好的,可以完成一站式购物,也可以降低运作费,但并不等同于竞争优势。“你只有一个领域,在全国零售份额市场里面领先,占据份额并遥遥领先,那个规模才具备竞争优势。”而20%市场占有率是一个重要分水岭,占到20%的时候,就可以卖规则了。

谈价格
出版社掏钱
当当一直可以打下去

现在,人们购书越来越多瞄准了网上书店,因为这里的价格战越演越



烈,几乎是全年无休。当当网是否有压力?

对此,李国庆显得很淡定,直言“他们做晚了!我们已经在行业占这么大了,每次促销都得到了出版社支持,出版社得掏银子,给顾客让利的钱由出版社掏,我是拉着一个行业在和其他几个想卖书的网站打,一直可以打下去。”

七匹狼砸20亿 优化营销网络

拟增销售终端1200家

然而,8日公司股价一度领跌服装板块,收盘下跌2.09%。

中高端休闲男装竞争激烈

目前服装行业竞争激烈,七匹狼方面表示,国际品牌拥有较高的知名度及丰富的品牌和终端运营经验,服装零售企业尤其是中高端休闲男装行业的竞争格局进入了白热化的阶段。

值得注意的是,本次募投项目主要着眼于新兴商圈和薄弱区域市场的店铺资源。公司方面表示,取得成熟商圈的终端店铺难度和成本都较高,但如果商家入驻率达不到预期,则可能无法达到预期效益。

本次募集资金项目实施后,公司的销售终端增加1200家达到4776家,其中直营终端将从439家增加至799家,所占比例增加至16.73%。

但随着加盟商、代理商等销售终端数量迅速扩大,也将带来一定的管理风险。公司方面表示,直营比例的扩大是公司营销网络建设的重要方向,有利于“批发”转“零售”的战略转型,有助于增强公司对终端的控制力。

企业对传统渠道仍重视

近年来多数服装企业纷纷“触网”尝试电子商务渠道,但企业对传统的线下渠道仍不敢掉以轻心,不断斥巨资加紧投入。七匹狼8日也表示,目前服装企业资金重点投向于线下和网络终端建设,面对规模快速增长和需求档次显著提升的市场,增加旗舰店数量已迫在眉睫。

战争(指价格战)。据悉,“十二五”期末的目标,全国的社会消费零售总额是32万亿,网络零售要占到9%左右,基本上是3万亿元,也就是说网络零售到“十二五”末要达到3万亿元的目标。

谈热点
盯住光棍节
集体疯狂促销不健康

全场5折、光棍节1折起抢购……打开淘宝商城、京东等大型B2C商城的页面,满是电商们“11·11”光棍节的促销信息。

“大家都憋着11月11号,对抗赛,一天之内抢钱,不聪明!”尽管当当网迎接十二周年店庆将掀起最猛烈的一波促销,可是李国庆并不看好网上零售商们集体跟风促销。他说,促销是正常的竞争,不鼓励在同一时间做,而应该错开做,这才是健康的。

针对前段时间的“淘宝十月围城”事件,李国庆7日在微博上说:“不要

营销经典 | YingxiaoJingdian

校园竖起发泄墙 油漆营销新体验

阳光微风的午后,校园的角落,会有什么精彩看点?迷茫的人生路途,青春的爱恨情仇,有多少需要发泄的情绪?在这个校园午后,紫荆花漆悄悄竖起了面发泄墙,为大家提供一个发泄负面情绪的场所,走过路过的大学生,快拿起愤怒的小鸟,砸上去!

愤怒的小鸟, 砸出多彩欢乐

大学生总是有很多烦恼和情绪无处发泄,KTV、酒吧、游戏……伤财又伤身,其实只要最简单的方法就能发泄掉满肚子的烦恼和情绪。“紫荆花漆”在校园里架起了发泄墙,用时下最流行的“愤怒的小鸟”作为发泄的“轰炸品”,再沾上番茄酱:不满意生活?往墙上砸!不满意某个人?往墙上砸!失恋伤心?往墙上砸……不管是砸中了,还是砸偏了,当原本干净的墙面变成多彩的“大花脸”,心情也随之好转,砸出多彩墙面,也砸出了欢声笑语。

多彩的墙面, 可以一擦即净

“紫荆花”小鸟发泄墙被大家砸得五彩缤纷,活动难道就这样匆匆结束?当然不!除了给砸中墙上小圈的同学发奖品,紫荆花漆的“魔术表演”才刚刚开始。想让砸出的烦恼统统消失不见吗?想看一看墙面的大变身吗?涂上了“紫荆花漆”的墙面,只需要一块布和一点水,一抹、一擦,墙面立刻光亮如新。在这个砸墙现场,你可以亲眼见证这样的“墙面魔法”,体验“紫荆花漆”非同一般的抗污和耐擦洗能力。

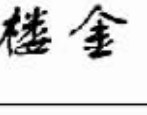
创意发泄墙, 油漆营销新亮点

欢声笑语后的惊喜,让现场的大学生们都不禁记住了“紫荆花漆”这个油漆品牌。“紫荆花漆”具有耐擦洗、抗甲醛、耐黄变、抗冲击等的功能,力求满足消费者日益更新的需求。并且,它通过具有创意的营销方式来吸引消费者注意,让消费者能够在娱乐的同时,亲眼见到“紫荆花漆”让人惊喜的品质。不禁让人看到了油漆营销的新亮点。

(中国日报网)

协办单位:


海南亚洲
制药有限公司

董事长 总经理:


地址:
海口市国际商业大厦12层
电话: 0898-66775933
传真: 0898-66700763