

电子商务、社交网络等新媒体形式的出现在网络的虚拟世界中用数据重构了现实世界。海量的数据也重新定义了营销这个行业,在互联网的时代里,营销不再是一门“艺术”,而是变成了一项“技术活”。

安客诚：更技术地营销

“我知道有一半的广告费被浪费了,但遗憾的是,我不知道是哪一半。”这是每个从事营销或者广告行业的人都耳熟能详的一句话。长期以来,这些行业的人们更像是一群艺术家,由于营销效果的难以测量,从业者只能依靠经验和感觉进行营销活动。大公司们每年花费巨额

的广告费用,可效果却并不理想。“数字化的媒体都是可测量、可评估的,对于营销者来说就更有可能会去寻求量化的答案。”美国市场营销公司安客诚首席营销官苏廷恩(Tim Sutherl)说,“我们看到数字化的数据在过去几年有着爆炸性的增长,数据的本质正在发生变化,这会

给许多大公司带来前所未有的机会。”从零售、电信、医药到金融保险,再到今天的日益繁荣的电子商务,无处不在的数据让数据库营销成为未来颇具看点的行业之一。

“技术范儿”地做营销

对于国内的许多做数据库营销的公司来说,数据库营销并不复杂,首先收集足够的消费者信息,将数



据库搭建起来,而后便是用 DM、EDM、短信等形式对潜在消费者进行“狂轰滥炸”。

安客诚觉得其实这个工作可以变得更技术。比如其擅长的是在客户已有数据库的基础上,对消费者信息进行垂直分析,充分挖掘已有客户的价值,这就是一件不折不扣的“技术活”了。而随着本土企业的不断发展,越来越多企业开始注重构建自身的数据库资源,安客诚的优势也开始一点点显现。2010 年 8

月,安客诚与中国邮政达成协议,共同开展精准的直邮与数据库营销服务。中国邮政有着庞大的数据库资源,这解放了安客诚的手脚。

数据库营销的本质是通过数据分析了解用户需求,从而有针对性地展开营销活动。通常来说,数据库营销公司所掌握的消费者信息都非常简单,除了消费记录以外,只有性别、年龄等基本的人口统计学信息。在这些信息的基础上,数据库营销公司建立分析模型,对潜在消费者进行分类和筛选。

去年 7 月,安客诚首席营销官苏廷恩来华推广其刚刚开发的“智慧营销”模型。“智慧营销”模型最为重要的部分有两点,首先是通过“多维度洞察”分析消费者,缩小并确认潜在消费人群。“多维度洞察”包括产品偏好、媒体偏好、渠道偏好、货币指标等 9 大标准,而每一大标准之下,又至少有 3 条细则标准。“通过观察一个人行为的变化,我可以知道这个人肯定又换了一份工作了,因为他买的东西很可能不是以前那些低端品牌了,一下换成高端的了。”苏廷恩说。

在得到比较准确的用户数据

后,“自适应调节系统”会将不同的消费者与特定的营销方式相匹配,拟定出最为合适的消费者接触计划。由于每个消费者的需求和特点并不一致,因此没有一种营销方案能够放之四海而皆准。“自适应调节系统”就是针对这一问题而设计的。通过复杂的数据分析模型,它将消费者行为与跨渠道营销紧密结合起来,发送并接收影响消费者行为的信号,进而按之前的设定做出相应的反馈。

数据库营销的未来

今天国内大部分数据库营销公司依然将业务重心放在帮助客户寻找潜在客户上。中国有着巨大的市场尚未开发,然而再大的市场也有趋于饱和的一天,以开发新客户带动增长的模式并不能持久下去。

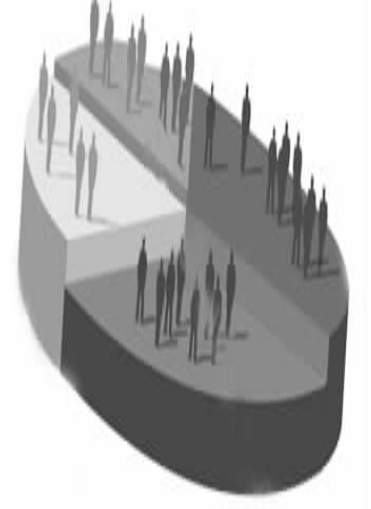
帕累托定律告诉我们,20%的客户贡献了企业 80%的利润,老客户才是一家企业最具价值的资源。安客诚的业务模式正是基于对于老客户的价值深挖,这也是一个成熟市场上最需要的。

数据库营销的终极目标在于将产品信息送达至有购买需求的消费者手中,这实际上是一个信息匹配的过程,要想实现这一目标,需要掌握三方面的基本信息:首先,消费者是否具备购买能力和购买需求;其次,消费者是否认可这一品牌;最后,怎样的信息推送方式和信息呈现方式是消费者愿意接受的。前面两点是今天大多数数据库营销公司努力的方向,但是最后一点却常常被人忽略,而这恰恰是数据库营销过程中最重要的一环。要想迎合人们复杂的消费心理,归根结底仍是基于对于消费者需求的挖掘,抓住消费者的这些深层次需求恰恰是未来数据库营销发展的方向。

事实上,社交网络的兴起使这些畅想有了实现的可能,比如通过追踪分析消费者在微博上发布或者转发的图片、他们在社交网站上所使用的个性化背景模板以及在凡客之类电商网站购买服饰的颜色和图案等,营销公司就能在很大程度上推测出消费者的审美习惯。未来数据库营销公司很有可能会与广告公司进行深度的整合,根据对于消费者审美习惯的分析判断,对每一个目标消费者提供定制化的广告,确保消费者能够顺畅地接受广告信息。

“传统的单向营销模式已经过时了,”安客诚大中华区首席执行官茹威(Frederic Jouvel)说,“过去很多消费者在与大品牌沟通时往往从对方那里得不到回应,或者说只是一个像答录机形式的反馈,这是不行的。”显然,相对于传统的数据库营销,安客诚的“智慧营销”有了长足的进步。

(21 世纪商业评论)



(图片来源《商业价值》)

以高科技取胜,衡变产品畅销国际市场

特变电工衡阳变压器有限公司继今年 1 月份中标马来西亚国家电力公司 10 台 132 千伏变压器产品之后,今年 2 月份以来,又在国际市场销售上连续传来喜讯,不仅成功中标直接出口印尼的苏拉拉亚燃煤电厂项目一台 500 千伏、47 万千伏安发电机变压器,实现了衡变公司在印尼 500 千伏级市场的突破,而且又成功中标了越南南方电网管理部的 3 台 500 千伏、15 万千伏安和 3 台 500 千伏、30 万千伏安的美涛·云

海项目变压器,其中 500 千伏、30 万千伏安的自耦变压器是目前越南电网市场 500 千伏级单相最大容量变压器。衡变公司的超高压产品在国际市场上连续中标,标志着衡变的高科技产品深受国际市场的青睐。

多年来衡变公司一直把高科技创新工作放在经济发展的关键地位,通过深化技术改革,从根本上形成有利于科技成果转化的体制和机制,加强技术创新,发展高科技,实现产业化。近几年来,科技创新成果累累,新

产品产值每年要占企业总产值 90% 以上,每年都要研究出一批代表我国变压器先进水平的新产品投放市场,平均每周要开发一种新产品。特别是研制出一批高科技重点产品,一次又一次地改写了中国变压器的制造历史,创造了中国变压器行业的奇迹。一批超高压、特高压产品不仅在国内市场有很高的声誉,而且深受国际市场的青睐,2011 年签订出口合同就达 54 个亿。目前衡变公司仅 500kV 及以下变压器及电抗器产品远销欧洲、

中亚、南美、非洲等 30 多个国家和地区,而超高压产品在国际市场上的中

标率也越来越高。2011 年衡变公司自主研发的重点高新产品达到 24 项,其中,重点新产品 500 千伏、86 万千伏安;500 千伏、81 万千伏安大容量组合式电力变压器、500 千伏、100 万千伏安特大容量现场组装式变压器和 400 千伏、72 万千伏安大容量的出口发电机电变压器,均全部一次性通过出厂试验和型式试验,各项技术

指标均优于技术协议要求,同时得到了国网公司、行业知名专家的好评。这批代表中国乃至世界最高水平的重点产品相继研制成功,实现了衡变公司重大产品的研制的“台台合格、台台精品”的承诺,实现了多项特高压技术的突破,填补了国内许多重大技术领域空白,产品技术赶上甚至部分超过了同行业顶尖企业。目前,衡变公司也成为中国唯一一家掌握超高压特大容量现场组装变压器技术的民族企业。(肖 锋)

市场拓展结硕果 全员振奋迎高产

锡柴销量逆势上扬,月产攀升 4 万台

日前,锡柴传来令人振奋的好消息,其各系列品种发动机节后快速呈现出其强劲的市场增长力,特别是解放重卡的快速上量,CA6DM、CA6DL 发动机需求量不断攀升,客车市场更是订单不断……锡柴月产计划总量已从 32500 台迅速提升至 40000 台,锡柴终于迎来了市场需求的恢复性增长。

实力铸就信心之本,此次锡柴又一次凭借着卓越的产品、领先的技术,在车市惨淡的情况下彰显出锡柴发动机节能环保的非凡实力,销量出现逆势上扬气势。面对市场需求量的急剧攀升,锡柴各部门通力协作,突破产能瓶颈,以铁军精神,奋战在各自的工作岗位上,全力以赴满足市场需求。生产部启动了高产预案,超前谋划,采取多项有力措施,抢抓机遇拼产出,快速提升日产能。装配车间实行两周休一天的工作制,B00 装配线日产迅速达到 640 台。其次车间通过调整总装、校车、油封线生产品种和生产班次,实



现总装 - 校车 - 油封的流水线生产,隔班出产率从原来的 70%提升至 85%以上,大幅度提升出产速度。并通过优化物流周转,争分夺秒提高效能。重机部目前已全力投入正式生产,CA6DM 两条机加工生产线已实施三班运转;检验、三坐标、刀

调及物流班组全力配合生产,技术质量、设备维修工程师每天都奋战在现场指导生产,手机 24 小时开机,做到随叫随到。CA6DL 机加工车间 6DL 缸盖缸体线也迅速恢复四班三运转的生产方式,并通过实施精准调度,使生产线做到人停机不停,



全力满足市场需求。

只有抢先一步,才能在风险中搏出精彩。锡柴采购部也以最快的速度将所有零部件向最高储备靠拢,并每周实施零部件储备状况抽查,每天梳理紧缺件出产情况,滚动排查供应商产能提升情况,做到早布置、早落实、

早受控。突击到现场清点等方式督促分供方执行到位,使许多关键零部件储备得以提前落实。

化“危”为“机”,逆势而上夺高产,不仅显现了锡柴产品的技术实力,更彰显了锡柴人高效运转的竞争力。(陈 燕)

2011 年度广西科学技术特别贡献奖花落玉柴

日前,广西壮族自治区人民政府发布了关于 2011 年度广西科学技术奖励的决定。由广西玉柴机器股份有限公司主要完成的“YC6L 系列柴油机研发及推广应用”这一项目被授予 2011 年度广西科学技术特别贡献奖。这是广西科技界最高的荣誉,是玉柴集团坚持走自主创新之路的有力回报。

“YC6L 系列柴油机研发及推广应用”项目自 2002 年开始启动。YC6L 系列柴油机是目前国内成长快、销量大的新一代高效节能环保发动机。“YC6L 系列柴油机研发及推广应用”项目的主要创新点体现在排放升级、缸内制动技术应用、曲轴箱强制通风技术应用、两级增压技术应用、发动机电子控制系统、燃烧系统优化、燃油适应性研究等方面。在排放升级方面,玉柴通过后处理技术攻关优化,在原来机型达标国Ⅲ的基础上,开发了国Ⅳ以上排放的机型并使之成功批产;在缸内制动技术应用方面,玉柴采用 VVEB 制动系统作为车辆的辅助制动系统,使整车制动力比欧美同类产品低速制动力高 10%以上,提高了车辆的安全性;在发动机电子控制系统方面,玉柴独立开展发动机台架标定、整车标定和三高标定(高温、高原、高热),在国内率先掌握了电控发动机标定技术,突破了国外技术封锁;在燃烧系统优化方面,玉柴通过攻关,使万有特性最低燃油消耗率为 191g/kW·h,发动机噪声为 113dB,远低于国内其他机型,达到国际先进水平;在燃油适应性研究方面,玉柴首创的低温氨存储控制策略及高含硫量柴油下的 SCR 系统控制策略,解决了 SCR 系统在中国城市公交车车速低、排气温度低的市场应用难题。

“YC6L 系列柴油机研发及推广应用”项目拥有完全自主知识产权,共获得国家、省部级、市级科学技术奖励 8 项,获授权 162 项专利。其中“四气门柴油机气缸盖卸荷槽”专利突破了国外技术封锁,解决了德国发动机研发专家长期没有突破的技术难题。

YC6L 系列柴油机是国内首先排放达标国Ⅲ、国Ⅳ、国Ⅴ并投放市场的机型产品,得到了汽车厂和用户的广泛认可。目前已与国内大部分主流汽车厂建立了稳固的配套关系,主要配套开发的车型达 107 个。该系列发动机在北京奥运会、上海世博会、广州亚运会上作为接待用车发动机稳定可靠运行,表现出不凡的优秀品质。其中 YC6L 系列的国Ⅳ柴油机在北京奥运会上,作为国内唯一民族品牌动力,以零故障记录圆满完成了全程服务任务,并圆满完成了全国每年的两会、中非论坛、上海世博会、广州亚运会、深圳大运会等重大接待任务。该项目对推动我国内燃机工业的快速发展,提升我国柴油机制造业的国际竞争力具有重要意义。

项目产生了巨大的经济及社会效益。YC6L 系列柴油机及应用核心技术延伸的机型在 2008—2010 年共销售 81.5 万台,在广西发展直接配套供应商超 50 多家,近 3 年在广西区内直接零部件采购总额约 85 亿元,带动了广西以及国内零部件供应商的技术进步。

此外,在 2011 年度广西科学技术奖获奖项目共有 140 项中,由玉柴华原机械(玉林)有限公司、玉林市技术市场管理办公室、广西玉柴机器股份有限公司共同完成的“柴油发动机过滤器系列产品的研发及产业化”项目获得了 2011 年度广西科学技术进步奖三等奖。玉柴华原机械(玉林)有限公司在生产柴油发动机过滤器系列产品的过程中,在同行业中率先采用“颗粒计数法”替代“重量法”进行检测;首创了将手打泵、液位传感器、加热器、温度开关等附加功能延用到过滤器上,有效地降低了喷油泵、喷油器、共轨管等零件的故障率。

(唐 宁)