

邮件营销 + 移动营销 助推旅游企业发展

2012年7月23至24日,第五届中国网络营销大会在北京紫金丽亭酒店举行,来自多家知名企业的数百名网络营销相关负责人齐聚一堂,探讨当前网络营销热点话题。FocusSend公司应邀出席大会并分享了邮件营销与移动营销的整合的经验。

伴随着无线通信技术的快速发展,移动互联网平台在旅游行业得到广泛应用。目前旅游WAP网站或APP软件拥有订餐、租车、购票、订房、更改旅游路线等服务。而通过邮件营销和移动互联网平台的结合,则可以为旅途中的旅客提供个性化、实时的贴心服务,吸引和捆绑潜在和忠诚客户的心。

邮件营销与移动互联网主要从以下几个方面进行结合:通过对旅游用户的搜索、预订等操作习惯进行数据挖掘,用交叉邮件营销的方式提高用户转化率;在旅游用户预订后,使用触发性邮件提醒客户操作流程,提高用户的满意度;在旅游结束后通过邮件开展二次营销,向旅游者进行满意度调查,提高用户的忠诚度。除此以外手机版的newsletter可以帮助旅游企业提升品牌形象。(腾讯科技)

营销有道 | Yingxiao Youdao

长江三峡旅游市场将以“邮轮旅游”方式,由渝鄂两地向海内外市场进行统一的整体营销。长江三峡的入境营销将以欧美、日本、中国香港及东南亚地区为主,内地营销则以长三角、珠三角、华中地区和环渤海地区为重点,而长江邮轮将作为一张新型的“名片”走向国际市场,成为无与伦比的旅游品牌。

打造“名片” 塑造品牌 渝鄂整体营销力拓三峡旅游市场

今后,天南海北的游客来长江三峡将更方便了。7月24日,从在渝召开的“2012年鄂渝旅游合作轮值主席会”上传出消息,渝鄂两地拟借武汉日益成熟的大交通优势,开拓全新的长江三峡旅游市场,坐在“家门口”广迎天下客。重庆市副市长谭栖伟、湖北省副省长田承忠等出席了会议。

打通四方通道吸引游客

据湖北省旅游局局长张达华介绍,7月初,汉宜高铁(武汉-宜昌)通车后,两地车程只需约1个半小时,日均运力达到3万人左右,从武汉中转前来游三峡的游客更多了。作为华中地区重要的交通枢纽,武汉至广州的高铁于2009年开通,武汉至深圳高铁也于今年清明节开通,南方游客到三峡旅游将借助汉宜高铁的通车轻松实现。下一步还将着手培育北线和“上海-重庆-成都”东西线客源,将京津唐和沪渝川等地游客引入长江三峡。

湖北省副省长田承忠称,汉宜高铁开通后,下一步从宜昌来重庆的人也会越来越远,这也意味着沪汉渝快速中间连接通道基本建成,成渝城际铁路、动车组的列车将在5小时内从武汉抵达重庆。此外,川汉铁路贯通以后,由三峡库区到北京、广州、上海这些主要城市就只需5个多小时,将大大缩短主要客源市场与长江三峡的距离。

湖北省交通部门相关人士徐健也表示,由于湖北和重庆市交界一共有8个县市,涉及到5条高速公路,8条旅游公路,目前这些线路已有部分建成,渝鄂两地内部交通障碍也有望



逐一打通。这样不仅能带动长江三峡的大市场,还能盘活重庆境内三峡沿线的系列景点。

渝鄂加紧设计旅游线路

随着汉宜高铁的贯通,渝鄂两市政府正抓紧时间针对水路、陆路进行全新的产品线路研发。

记者此前已从重庆市内部分旅行社了解到,“巫山-三峡大坝-神农架”等旅游环线不久将投放市场,这

将是陆上游三峡的全新体验线路。此外,“巫山-奉节-巫溪”也将形成另一条陆上游三峡环线。未来,鄂渝两省市还将共同打造长江三峡无障碍旅游区,允许双方旅游客车直接进入三峡库区的旅游景区。

据重庆市副市长谭栖伟透露,重庆市从去年就着手对三峡沿线重点景区进行提档升级,预计用三年时间基本完成总计300亿的投资。去年一年已投入了103亿,今明两年还将投200亿,着重考虑从景点的基础设施

配套和服务设施方面进行完善。届时,包括丰都鬼城、雪玉洞、忠县石宝寨、万州青龙瀑布、云阳张飞庙、巫山小三峡、小小三峡以及大昌古镇等在内的沿线景点都将迎来一场新机遇。同时,重庆市“三峡后续旅游专项规划”预计今年8月能出台,其为三峡的提档升级提供了强大的动力。

渝鄂抱团出境促销“三峡游”

记者从会上获悉,全新的长江三

峡将突出休闲味,以“邮轮旅游”为主,由渝鄂两地向海内外市场,进行统一的整体营销。

据透露,两省市旅游局将在“2012中国国际旅游交易会”期间,联合在上海举行长江三峡邮轮旅游专题推介会;明年上半年,两省市旅游局还计划在北京举行长江三峡旅游专题推介会;此外,两地政府还将“抱团”出境,争取国家旅游局组织开展2013年长江三峡美国、加拿大等国家专题营销活动。

谭栖伟表示,下一步,长江三峡的入境营销将以欧美、日本、中国香港及东南亚地区为主,内地营销则以长三角、珠三角、华中地区和环渤海地区为重点,而长江邮轮将作为一张新型的“名片”走向国际市场,成为国际国内内河旅游市场无与伦比的品

牌。(孙谭亚)

【背景材料】

重庆成立 同业公会规避价格战

重庆市副市长谭栖伟还表示,为规避价格战,净化长江三峡邮轮旅游市场,渝鄂两地邮轮企业可考虑共同组建一个同业公会或协会。其目的就是要建立行业自律、规避恶性竞争。主要的任务还是要形成价格的联动机制。“我到台湾去学习他们的温泉宣传营销,台湾的温泉同业公会很厉害,他们形成了一个价格的联动机制,在价格的问题上只要没按照同业公会的规定都会给予严厉的处罚。”

我感动在 海尔服务品质里

俗话说旧的不去新的不来,家里那台锈迹斑斑的燃气灶终于退休了。一直听说海尔的服务很不错,于是在我们家附近的海尔专卖店订购了一台海尔燃气灶,和海尔的工作人员预约好了上门送货和安装时间后就回家

了。过了半个小时师傅和机器就一起到了我家。师傅很快就把燃气灶安装好了,同时还介绍了海尔的增值产品:冰箱除味剂。因我家冰箱里面的食物经常有异味时,他很专业地告诉我:这是因为放置的食物太杂,同时没有放置相应的除味产品造成的,之后我购买了海尔冰箱除味剂。看着师傅这么细致地讲解,处处为消费者着想,让我心里多少有一些触动,临走之前向他们表示谢意,师傅说这是他们应该做的。

这次购买燃气灶的经历让我很感慨:海尔的服务真是名不虚传! (文文)

西双版纳将在全球 建设 19 个旅游营销中心

据云南省西双版纳傣族自治州旅游局近日透露,西双版纳计划在全球设立19个西双版纳旅游营销中心和西双版纳旅游形象店,并力争实现“建一个西双版纳旅游营销中心,开通一条直飞航线,做活一方旅游市场”。

据介绍,按照资源共享、利益均衡的原则,西双版纳整合州、县(市)旅游企业宣传促销资金,加强与主要客源地合作,先后与上海浦东新区、

四川航空公司、上海春秋等签订战略合作协议,逐步在北京、上海、成都、重庆、老挝琅勃拉邦、泰国清莱、曼谷、美国奥斯汀等设立19个西双版纳旅游营销中心和西双版纳旅游形象店。

近年来,西双版纳在全国率先争创“生态州”,并把生态建设写入自治州条例。根据近期旅游规划,西双版纳将以良好的生态为基础,全力以赴

把旅游产业培育成为战略性产业,把西双版纳建设成为“全国一流、世界知名”的国际生态旅游州。

西双版纳是北回归线上难得一见的“绿洲”,以其浓郁的民族风情和神奇的热带雨林风光著名。今年上半年,全球知名的旅游杂志《Travel + Leisure》(旅游和休闲)评选出“2012年全球12个最热的旅游目的地”,西双版纳名列其中。(李怀岩)



中医药文化的传承者——片仔癀

2012年初夏,笔者来到漳州,在片仔癀博物馆,我见到了原国家中医药管理局副局长、现任中国中药协会名誉会长张洪魁和原国家中医药管理局副局长、现任中国民族医药学会名誉会长诸国本,并就中医药的现状,以及漳州片仔癀药业股份有限公司的发展对两位局长进行了采访。在采访中两位局长一致认为,以片仔癀为代表的中医药品牌能不断传承,发扬光大,不外乎有以下三点:1、坚持弘扬中医药文化。2、在传统中医药道路不断开拓创新。3、在管理中狠抓品牌和质量。

弘扬中医药文化

在谈到片仔癀的文化时,冯董事长兴致很高,他说,“片仔癀到现在已有500年的历史,是历史文化名城漳州的珍贵特产,她因为有深厚的中医药文化底蕴而引起世人的关注,闻名于华人世界。”

片仔癀有着悠久的历史和丰富的文化内涵,张局长介绍说,“漳州制药厂把片仔癀的处方和工艺列为国家绝密级机密,同时获准国务院第三批中国非物质文化遗产。国家食品药品监

督管理局邵明立局长曾视察片仔癀药业公司时,对片仔癀的保密工作和一贯的高品质给予了高度的肯定,称赞片仔癀是“中药行业的一面旗帜。”

谈起中医药文化,诸局长感触很深,他指出,“中华民族在漫长的岁月中创造了丰富多彩、弥足珍贵的文化遗产传统医学即是其中之一。历史上创造的传统医学,有不少得到继承和发展,但也有不少正在不断地丢失。文化遗产是不可再生的珍贵资源,继承创新的部分是文化遗产生命力的延伸。片仔癀正是传承中医药文化遗产的典范。”

今天的片仔癀人传承了中医药的优良传统,并把它作为企业发展的坚实基础,为了向海内外游客展示中药文化的独特魅力以及现代制药企业的风采,让更多的海内外游客接受中药、喜爱中药,从而进一步增强中华传统文化的凝聚力和中华民族的自豪感,片仔癀人以博物馆的落成成为新起点,启动非物质文化遗产及工业旅游示范点共游客参观,每年接待国内外游客200多个团,对提升企业的文化品位起到了积极的作用。“药品企业,良心事业”,“质量就是生命”,传承着传统制药的优良传统,片仔癀人以更加严

谨的态度对待产品质量,确保每个产品都能以金牌的质量奉献给消费者,演绎新时期制药的神奇。

不断开拓创新

关于企业的创新方面,张局长指出,“创新是企业发展的灵魂,任何企业只有不断进行的科技创新,才能获得发展,才能基业长青。为了保证企业的可持续性发展,公司应该要加大科研的投入,采取积极的措施。”

近年来,公司以重点研究项目带动企业的新产品研发。如治疗2型糖尿病纯中药品种——金糖宁胶囊的研发项目,公司上世纪90年代中期即确定为重点品种。经过科研人员和相关医院、研究所的长期实验研究、试验,于2008年初获得国家新药生产批文。

据潘总介绍,“目前,片仔癀作为肿瘤辅助用药和治疗缺血性脑中风中成药的研究已列入国家科技支撑计划,并获国家科技部资助。近500年历史的国宝名药片仔癀的功效将更多地被发掘,近年来,相继研制开发投产了包括复方片仔癀含片、清热止咳颗粒

等十几个独家特色产品。公司在普药的开发研制上也取得新进展,三年来共获得10多个国家新产品批文,同时还申报8个国家专利,1个国际专利。”

近年来,片仔癀坚持自主创新为主,同时把产学研合作及企业间合作作为推进技术创新的发展模式,根据公司发展需要,与大专院校、科研院所建立起合适的产学研合作模式,从最初的技术转型到委托研究型,发展到现在的联合开发型中心。与省内外各科研院所建立了项目合作关系。通过产学研合作,技术中心已开发出了一大批具有自主知识产权、国内领先的技术成果。片仔癀治疗缺血性脑中风、抗衰老等二次开发项目被列入“十一五”国家重大科技支撑项目组织实施,并作为抗肿瘤辅助治疗药品而被广泛应用,片仔癀二次开发项目获国家科技支撑项目的扶持。针对片仔癀二次开发,诸局长指出,片仔癀二次开发项目是中医药发展中的一个重大课题,这个开发一方面是原有功能的充分发挥和扩张利用,另一方面就是主治范围的现代化、专病化和寻找新的经营点。

抓品牌和质量

两位局长一致认为,“质量是企业的信誉和生命,是生产力水平的综合反映,是市场竞争力的集中体现,是消费者的根本利益所在。”片仔癀人在品牌建设过程中以高质量的产品为载体,建立了完整的、严格的、长效的质量管理体系,增强了品牌价值和市场竞争能力。

质量怎么抓?关键是要推广运用先进的质量理念和方法,这是质量工作的重要抓手。

从潘总那里我们了解到,片仔癀人坚持推广“精益管理”、“卓越绩效模式”和“顾客满意”、“现场改进”、“可靠性工程”等质量管理办法,确保了产品质量管理体系的顺利实施。几十年来,企业通过QC小组活动、课题组攻关,确保片仔癀既继承传统优良工艺,又吸收现代科技手段,始终把高质量的产品奉献给消费者。公司决策层加强企业员工质量知识培训,坚持每年进行一次领导和中层骨干的质量知识培训,让领导和干部懂质量,重视质量,为确保产品质量的提升奠定了一项重要的基础性工作。公司坚持加强源头的质量管理,把质量控制和质量改进

贯穿在产品研制、制造、检验、销售全过程,让全体员工明确企业的质量主体地位,明确企业负责人和企业成员的不同质量责任,加强了现场质量管理,让每个班组、每个员工都来参与质量管理工作,解决了人人都与质量有关,人人都应当关心、重视质量的问题,在企业形成浓厚的重视质量氛围。

冯董事长说:“质量不是检验出来的,是设计和制造出来的,是技术与管理的结晶。片仔癀药业依靠技术进步,打造质量优势,提升产品的安全性、可靠性、实用性和附加值。公司几年来投入上亿元资金对生产车间和技术中心进行技改,制定了4大系列1300多项标准操作规程,确保各工序按规范生产、清洁、消毒,为消费者用药安全提供可靠保障,并建立了囊括原辅包装材料采购、生产过程、成品销售等环节的质量管理和检验检测体系,引进了世界先进的原子吸收光谱仪、高效液相、气相色谱和紫外吸收分光光度计等先进检测仪器,对原料、中间品和成品实施有效的质量控制,公司现生产的10个剂型全部通过国家GMP认证,成为国内医药行业为数不多的TQC和GMP双认证企业。”

(琳琳)