

6 品牌营销 Mrand Marketing

越位体持续火爆

世界杯玛卡西尼展“越位”营销

2014 年巴西世界杯燃至 8 强席位大战。欧洲对抗南美的话题也从现在开始真正见了真章,亚洲球队悉数被扫地出门,迟暮之年的意大利、西班牙也黯然离开,现在的世界杯,神话、黑马、豪强一个不缺,“越位”好戏正在上演。

南美的球场上硝烟弥漫,而世界杯营销的战场上同样暗流涌动,好戏不断。“越位体”的爆红,让时尚男装先锋品牌 MARC-CASNE(玛卡西尼男装)从世界杯营销中脱颖而出,赢得了更多关注。而随着世界杯赛况的推进,玛卡西尼男装“越位”整合营销也进入到“以你的‘型’动,定义你的世界杯”高潮阶段,“越位世界杯竞猜”以其创新的线上线下玩法吸引着无数网友的加入,而备受期待的“越位变型记”也即将上演……

2014 巴西世界杯,引发全民竞猜,众多品牌营销趋之如鹜。在此次玛卡西尼男装的世界杯“越位”整合营销中,玛卡西尼男装推出了越位世界杯趣味竞猜,陪伴着球迷度过每个激情的足球之夜。但与其他品牌相比,玛卡西尼男装除了竞猜内容紧扣世界杯、奖品极具诱惑力之外,创新的“贯穿式”线上线下竞猜,激发了网友们极大的参与热情。

在世界杯期间,玛卡西尼男装在官方微博、微信上同步举行了世界杯 16 强 8 强有奖竞猜活动,伴随“黑马”球队越位成功,爆冷列强比赛场次的不断涌现,引发了粉丝们争相成为“预言帝”的热潮。玛卡西尼世界杯



竞猜活动开始不久,便吸引了来自全国各地 190 名真实网友参加。随着赛事的精彩推进,参与到玛卡西尼世界杯竞猜的粉丝越来越多,玛卡西尼竞猜世界杯活动的小宇宙彻底爆发!而在线下,玛卡西尼男装将在兰州举办“世界杯狂欢夜”,邀请消费者现场参与世界杯冠军有奖竞猜,一起享受激情,加油呐喊。

世界杯开幕前期,玛卡西尼男装重磅推出了首支时尚广告大片,凸显了“越位时

尚”,同步推出“以你的‘型’动,定义你的世界杯”的微博、微信活动,引发了广大消费者的追捧。

从品牌“越位”到产品“越位”,玛卡西尼男装 2014 夏季新品将“旅型”融入到时尚设计中,颠覆时装的惯有形象,不对称的色彩运用,采取钮襟设计来突出修身效果,带有印花图案的宽大廓性,通过别致的领线设计打造当下最 IN 的时尚精英。为保证更多消费者感受“越位时尚”,玛卡西尼男装从世界

杯开幕之日起,在全国数百家终端门店同步开启夏款新品乐享促销活动,消费者不仅能以 7 折享受到玛卡西尼以“旅行”为主打的夏季新款时尚男装,折后满 699 元还可享受玛卡西尼男装免费提供的世界杯短袖 T 恤一件。同时,玛卡西尼男装又在北京、四川、山东等地新开了 17 家专营店。

从“越位体”的爆红,到“越位世界杯竞猜”的疯狂参与,玛卡西尼男装“型”动世界杯高潮迭起,而最受关注的当属即将在兰州上演的“越位变型记”。

所谓“越位变型记”,就是玛卡西尼男装以“时尚越位”为根本,于 7 月 5 日在兰州开展以时尚践行越位的“变型记”品牌体验活动。玛卡西尼男装将在现场招募“变型粉丝”,为“变型粉丝”提供造型师与服装搭配师,根据参与变型者的本身外形气质条件,为其打造最为合适的时尚造型与视觉大片,让参与者勇敢超越自我,享受自我形象蜕变。

2014 世界杯营销,玛卡西尼男装将重点放在消费者精神追求层面,通过“足球越位”与“时尚越位”相融合,制造“越位体”、“越位有奖竞猜”、“越位变型记”,为消费者刻画出世界杯多个“记忆爆点”,不但使其“做本身勇敢一次”的品牌主张具象化,形成强大的品牌联想力,还能让消费者在参与互动时不知不觉被玛卡西尼男装的品牌态度所感染。

(吴明)

世界杯营销饕餮盛宴 空气能也来凑一脚

4 年一度的世界杯拉开战幕,灵动的桑巴舞步激情上演,饕餮足球盛宴带来的不仅是足球大咖亮眼的球技,还有紧盯世界杯营销缝隙无孔不入的品牌硝烟。空气能行业正在借世界杯的态势,大玩策略营销。

但是,要想成为世界杯赞助商进行“里约大冒险”的企业需要具备很强的实力,毕竟行业内实力强劲的企业屈指可数。因此,互联网已经成为品牌营销见缝插针的重要载体,借势世界杯,空气能行业正在不断激活新媒体,进而加速旧有营销生态的新陈代谢。

无论一个行业品牌发展历史有多长,每个时段都应保持品牌活力。当有“态度”的一代人成长起来,并引领社会主流价值的时候,无论他们是屌丝还是土豪,读懂他们、迎合他们是品牌制胜的关键。

在巴西世界杯期间,能够和主办方取得战略合作的企业屈指可数,而世界杯强大的影响力使空气能行业看到了营销的方向。因此,空气能企业都抓住时机,打造自己的品牌态度,将自己的产品与世界杯捆绑起来,从而更直观的触动消费者的精神层面,引发共鸣。

大玩营销策略已经不限于个别空气能企业了。据了解,世界杯期间,有多家空气能企业通过互联网等新媒体展开自己的营销方案。通过有奖竞猜、关注微信等活动来吸引眼球。

对空气能行业而言,品牌植入最终是为了赢得“态度”美誉。虽然 PC 端的厂家电话广告经常在各大中小网站弹出,但是缺乏卷入度的推送方式,因为没创意而无法形成品牌的传播裂变。很多企业因为营销“太老套”而被新生代消费者视为“迟暮品牌”。

好在,世界杯再次让我们彻夜难眠,移动互联网织补了“碎片”也联通了“麦克风”,欢腾的“眼球战”正在演绎成求点赞的“攻坚战”。因此,企业就能将全品类产品全方位地展现在球迷的面前,这比任何方式的宣传都有效。

当前消费者获取信息的渠道更丰富,主动过滤信息能力也更强,品牌传播正在从金字塔型向更微观的网状传播过渡,新媒体具有传统媒体所不具备的互动和互信功能,通过世界杯的新媒体营销能进一步激发空气能品牌活力。

从市场渠道下沉到面向新生代消费者的微观营销渠道,新媒体正在颠覆企业传统的营销生态,短短几年时间,从传统媒体一统天下到网络媒体崭露头角,从门户、搜索、视频拓宽的品牌传播层次到微博、微信引爆的媒体单元裂变,新媒体时代,品牌营销不变的只有应变的态度。

而此次空气能行业借助世界杯的东风,依靠新媒体,大玩策略营销,大大提升了空气能产品的知名度,这必将推动行业更进一步发展。

(慧联)



高尔夫女子公开赛 为锦湖体育营销推波助澜

2014 年 7 月 4 日至 6 日,“2014 年锦湖轮胎女子公开赛”在山东威海锦湖韩亚高尔夫俱乐部举行。据悉此次公开赛总奖金为 5 亿韩元(约合 306 万人民币),冠军奖金为 1 亿韩元(约合 61.3 万人民币),共吸引了 126 名中外优秀高尔夫球女选手参与角逐。

其中最引人关注的当属中韩女子高尔夫职业赛第一人的对决,中国高尔夫球界当红“一姐”冯珊珊与韩国著名女选手张哈娜即将再次在威海碰撞出激烈火花,鹿死谁手格外令人期待。

本次公开赛由韩国女子职业高尔夫协会(KLPGA)和中国女子职业高尔夫协会(CLPG)共同主管,这不仅是 KLPGA 今年上半年在海外举行的最后一场韩国女子高尔夫巡回赛赛,同时也是中国女子职业高尔夫球巡回赛第九站,比赛全程也将在中国与韩国全境同步进行现场直播。

之所以选择在距离韩国 45 分钟航程的威海举办此次赛事,看中的是当地风景如画的自然环境,以及中国十大高尔夫球场之一的威海锦湖韩亚高尔夫俱乐部极具挑战性的海滨球场。对职业高尔夫球手而言,要想在天然形成的三面环海的威海锦湖韩亚高尔夫球场赛道取得优异成绩,需要更加准确与谨慎的击球,这使得本次赛事看点十足。

作为赛事主办方、全球知名轮胎制造巨头锦湖轮胎,其倡导的专注创新进取的

企业文化与积极拼搏的体育精神不谋而合,因此长期以来始终关注着全球体育事业,将产品与体育的捆绑营销置于企业发展重要战略地位,并收获了累累硕果。

目前,锦湖轮胎已经与欧洲 F3 方程式大师赛、F3 方程式系列赛、AutoGP 方程式赛事等世界知名汽车赛事展开了长久而深入的合作。为了更好地开拓中国市场,极具战略眼光的锦湖轮胎精准锁定了目前在国



教育实践活动的三个层次目标

■ 石华宇 田伯颖

中央《关于在全党深入开展党的群众路线教育实践活动的意见》对这次群众路线教育实践活动提出了明确的目标要求。认真学习文件,仔细分析活动目标鲜明的层次性和阶段性特点,有助于基层教育实践活动的组织者、参与者、督导者进一步深化对活动的认识,更好地把握活动的进展,从而推动活动更加有力、有序、有效地开展。

这次教育实践活动的目标可以分为三个层次来把握。第一层次的目标:规范行为(认识自觉);第二层次的目标:灵魂革命(思想自觉);第三层次的目标:习惯养成(行为自觉)。

规范行为(认识自觉)

文件要求把作风建设放在突出位置,着力解决党员干部在“四风”方面存在的突出问题。这一定位使规范党员干部行为(第一层次目标)成了本次活动最基础、最直接的目标。相对于另外两个层次的目标而言,是一个短期内可以实现,群众看得见、摸得着的目标。同时,从活动的时间要求来看,用 3 到 6 个月左右的时间解决这些问题是有可能的。解决起来相对容易一些,能起到立竿见影的效果。所以,笔者认为,中央提出的这个目标,在基层更多地表现为一个阶段性的目标。这与王岐山同志根据当前反腐形势提出的“当前以治标为主,为治本赢得时间”的反腐新思路有异曲同工之处。

其次,规范党员干部行为是一个非常紧迫的任务。根治党内顽疾,解决突出问题已经刻不容缓。人是有贪欲的,关键在于自己能不能把握自己。因此,要强化规矩意识,“把权力关进制度的笼子里”。有些制度过去也有,但没有执行或者没有严格执行。有些事情,过去做过,可能没有人追究,现在就不能做了,绝对不能顶风上。我们不仅要规范个人的行为,同时也要规范组织的行为。对于已经出现的问题一定要进行纠正,确保实现第一层次目标。

灵魂革命(思想自觉)

有人说过:“自觉自愿是种极为难得的美德,它能使一个人在不被吩咐应该去做什么事前,就能主动地去做应该做的事。”广大党员只有把他律转化为自律,把外在约束转化为内在自觉,改进作风才能拥有强大持久的动力支撑。官僚主义、形式主义、享乐主义和奢靡之风“四风”问题的出现,根子在思想,“根”除才能“风”止。

党的十八大以来,中央把党风廉政建设作为一项重要任务进行部署,坚决贯彻八项规定,坚持“老虎”“苍蝇”一起打,也正是因为一些党员干部特别是领导干部在环境安逸、条件改善后不思进取、贪图享受、形式主义、官僚主义、享乐主义和奢靡之风滋长蔓延,脱离群众、消极腐败现象加剧。

推进思想自觉,党员干部要进一步坚定党性,牢固树立群众观点,时时刻刻以党员干

部的标准要求自己。在工作中坚持做到一切为了群众,一切依靠群众,从群众中来,到群众中去。早在一九四五年,毛泽东同志就指出:“全心全意为人民服务,一刻也不脱离群众;一切从人民的利益出发,而不是从个人或小集团的利益出发;向人民负责和向党的领导机关负责的一致性;这就是我们的出发点。”他还告诫全党:“应该使每个同志明白,共产党人的一切言论行动,必须以合乎最广大人民群众的最大利益,为最广大人民群众所拥护为最高标准。应该使每个同志懂得,只要我们依靠人民,坚决地相信人民群众的创造力是无穷无尽的,因而信任人民,和人民打成一片,那就任何困难也能克服,任何敌人也不能压倒我们,而只会被我们所压倒。”

实现思想自觉一定有一个过程,不可能一蹴而就,需要一定时间的学习、教育。有了这样的认识,我们在教育实践中就会减少一些任务观点,多一些长期的思想准备。

习惯养成(行为自觉)

一个人的习惯养成往往需要较长的时间,关键是要坚持。过去吃喝风屡禁不止,大家都养成了习惯,几十份文件都“管不住一张嘴”,现在中央出台八项规定,从上至下严格执行,吃喝风一下子就刹住了。坚持一段时间,大家养成了习惯,风气就扭过来了。同时,一定要认识到作风问题具有顽固性和反复性,形成优良作风不可能一劳永逸,克服不良作风也不可能一蹴而就。冰冻三尺,非一日之

擎起安全发展的大旗

——郑煤大平矿“安全生产宣传咨询日”活动纪实

■ 本报记者 任二敏 通讯员 李国东

踏着平安的旋律,跳起幸福的舞步,在安全生产月里演绎一曲曲“强化红线意识、促进安全发展”的雄浑交响。6 月 16 日上午,大平煤矿工业广场乐声阵阵,人头攒动,一场以“强化红线意识,促进安全发展”为主题的安全咨询日活动正在火热进行中……

醒目的横幅,标语挂起来,祝福的话儿说出来,安全的音符跳起来……一块块设计新颖、内容丰富多彩的宣传板报像模特一样笑立于花坛两边,引来数百名矿工、家属尽情欣赏……广场中央,由该矿安全采煤、开拓掘进、一通三防、机电运输、政工经营、后勤六个代表队参加的“安全知识电视擂台赛”在“相信自己”的动感乐曲中闪亮登场。“瓦斯治理的方针是什么?”一通三防系统的选手夏永中立即回答:“先抽后采、监测监控、以风定产。”“回答正确,请工作人员给一通三防系统加 10 分。”主持人轮番提问,选手们对答如流,第一轮下来,各代表队打了个平手。技术大比拼,爱拼才会赢。伴着欢快的节奏,6 个参赛选手各就各位,随着主持人“开始”的口令,迅速穿起工作衣,快速蹬上胶鞋、麻利地扎起腰带、带上矿帽……经过矿领导现场点评,开拓掘进系统选手摘得比赛穿工作衣环节头彩。在领导点将环节,矿领导建议各参赛队互相点将,随着主持人发话,各系统领队互相发难,本轮下来,依然不分胜负。才艺大比拼,爱拼你就来。各系统纷纷推出才艺达人,歌曲、安全三句半等职工自编自演的节目依次亮相擂台赛,台上选手激情表演,台下观众掌声不断……游戏环节的《鼻子去哪儿了》着实让个方阵选手秀了一把,只见他们蒙眼摸耳在原地打转一圈,然后拿着卡通人头图片上的嘴巴贴纸,依次走到牌板前,将嘴巴贴在图片上,结果可谓五花八门,令人捧腹大笑……

最吃分的当属答题环节,没等主持人念完题,开拓掘进系统选手误按抢答器被倒扣 10 分,为公平起见,主持人立即改变策略,主持人不用念完题,选手站起先复述题目再作答。即便如此,仍难不倒选手。主持人刚说出“矿井”二字,后勤系统选手就抢先按铃,自问自答。“矿井隐蔽致灾因素排查主要排查那些因素?答:水、火、瓦斯等。”“回答正确,给后勤系统再加 10 分。”主持人说到。经过此番较量,拉开了参赛队的分数差距。比赛戴自救器、《百变大帅哥》游戏趣味节目也为擂台赛增添了无穷乐趣,更让广大职工在娱乐中增长了不少安全知识。通过激烈角逐,后勤系统夺得了此次擂台赛擂主,该矿矿长卢志愿给获奖单位授播主旗。

最后,在安全副矿长苏东林的带领下全矿干部职工进行了集体安全宣誓,大家高举拳头再发誓言,“为了自己的生命安全……为安全生产做贡献。”表达了做好安全工作的坚定信念。广场东侧的“救护工技术比武”也吸引了众多眼球,救护装备拆装、测试等比拼正在激烈进行,充分展示了矿山救护工娴熟的技艺和过硬的本领。

擂台赛结束,干部职工在印有“强化红线意识、促进安全发展”的条幅签上了自己的名字,写下了安全寄语。该矿领导还现场为各区队赠送了由矿工会女职工安全协管员制作的绣有平安或安全字样的 2000 余条红腰带、1000 多双袜子,还赠送了危险源辨识小册子,为职工们送上了一句句温馨的平安祝福。

寒。以往的经验告诉我们,纠风之难,难在防止反弹。“由俭入奢易,由奢入俭难。”教育实践活动有期限,但贯彻群众路线没有休止符,作风建设永远在路上。

遵守中央八项规定、湖北省委六条意见和襄阳市委二十一条意见,党员干部必须有高度的行为自觉。改革开放使中国经历历史性变革,市场经济给执政环境带来深刻变化。在鲜花和掌声中,在利益和诱惑面前,一些干部谦虚谨慎的意识有所淡薄,骄傲自满的情绪有所抬头,追求享乐的风气有所滋生,和人民群众一起吃苦、一同奋斗的意志有所削弱。“四风”之弊,犹如“疾在腠理,不治将恐深”。如果对作风问题视而不见、听之任之,则会积小成多,市场经济给执政环境带来深刻变化。在鲜花和掌声中,在利益和诱惑面前,一些干部谦虚谨慎的意识有所淡薄,骄傲自满的情绪有所抬头,追求享乐的风气有所滋生,和人民群众一起吃苦、一同奋斗的意志有所削弱。“四风”之害,穷实作风之基,党员干部的身体才会通泰,党的组织肌体才能强健。

从哲学上来讲,任何事物都不是绝对的,都是相对的、相互联系的。对目标层次的划分也不例外。同时,这次基层教育实践活动的目标也可以看成规范行为、灵魂革命、习惯养成三个不同的阶段。无论是划分层次,还是划分阶段,目的是为了更准确地分析活动情况,掌握规律,以便使我们更有针对性地开展工作,确保这次教育实践活动能取得扎扎实实的成效。