

6 品牌营销 Mrand Marketing

中网营销奇兵突起“五个橙子”欲成 O2O 新贵

■ 郑青莹

没有大张旗鼓地搭出台花和秀场吸引观众眼球,也没有神秘神秘的概念假装自己是高大上,只需 45 秒,无人工参与,一颗颗鲜橙在你面前变成纯现榨、无添加的 100% 橙汁,“维果部落”的“真橙”给各国来宾留下了深刻的印象。如今,背景墙上的一个标志并不能让人感受到一款产品的优异性能,临时搭建的便利餐饮服务也不会成为生活中的常态。都说体育赛事充满商机,那么到底怎么才能从中获得更大的利益回报呢?“维果部落”的做法是在扩大现榨橙汁饮品的受众,在线上 and 线下市场中找到属于自己的通路,为 O2O 模式排兵布阵。

维果部落以“真橙”之名进驻中网

O2O 模式的构建是个以小博大的过程,从消费者的角度出发,小事更容易决策。通常吃饭、唱歌、SPA、代驾这类的日常生活类消费,在购买过程中消费者可能就在户外,急于找到商家,而不是到消费场所再做决策。相反如果是婚纱摄影、装修,用户往往需要更周密的计划,住在西城的人很可能选择去东城找到更合适的影楼或装修公司。喝橙

国庆黄金周 兴文县旅游吸金 3307.11 万元

■ 陆婷 陈泽剑 本报记者 何沙洲

记者日前从四川兴文县旅游局获悉,今年国庆黄金周,兴文县共接待游客 13.83 万人次,同比增长 18.41%,实现旅游总收入 3307.11 万元,同比增长 16.74%。其中石海景区接待游客 7.77 万人次,同比增长 6%;实现门票收入 957 万元,同比增长 8%。桠王山景区接待游客 1.78 万人次,同比增长 8%;实现门票收入 45.62 万元,同比增长 10%。

据悉,国庆黄金周期间,兴文县举办丰富多彩旅游文化活动,石海景区和桠王山景区开展的彝族赛神祭祀、苗家广场舞等极具民族风情的庆祝活动,让游客尽情感受早已隐没在历史长河中的神秘彝人文化,纵情体验了独具特色的苗族风情。各景区、景点人气爆棚,旅游活动异彩纷呈,旅游市场秩序井然,宾馆饭店、旅行社、旅游公司忙而不乱,全县旅游行业呈

加强党建工作 促进企业发展

赤峰宏远建筑(集团)有限责任公司宏润公司是赤峰宏远建筑(集团)有限责任公司下设的子公司,公司成立于 2003 年,公司地址位于内蒙古赤峰市阿鲁科尔沁旗天山镇和平路中段路南,公司自成立以来,已承建了几十项建筑工程,代表性工程如:阿旗环保局办公楼、水利局住宅楼、阿旗人民武装部办公楼、新城区体育馆、五中体育馆等,工程质量均为一次性验收合格,受到了业主及客户的一致好评。

该公司加强党建工作,认真开展党的群众路线教育实践活动,党支部工作与企业工作紧密结合,来增强企业党支部的号召力、凝聚力和战斗力。举办与企业紧密相关的活动,使员工互相切磋经验,提高每位党员的

“捡漏”捡的就是别人没有发现的机会,而机会总是留给有准备的人。如今,在相对完善的市场经济条件下,捡漏正在变得越来越难。未来市场经济发展的方向其实从日常生活中也可窥得一斑,中国下一个十年,捡漏的机会在哪里?社会问题就是商业机会,人们的抱怨当中存在着巨大的消费能力,在环境保护、食品安全、健康产业、智能生活这几大领域产生万亿量级的巨大市场,同时产生一大批千亿级的公司。

汁其实是随时随地都能够发生的事情,在创业初期,“维果部落”的创始人周祺就打算让中国人随时随地都能享受到现榨橙汁,通过提供更方便和实惠的用户体验,让现榨橙汁成为一种流行的生活方式——这正是 O2O 的基础。

喝现榨橙汁成为一种流行的生活方式

无独有偶,源自韩国的即时通信工具“Line”(连线)的礼物服务(线上购置线下商品)仅用了 2 年的发展,月营收就超过了 20 亿韩元(1.8 亿元人民币)。O2O 模式丰厚的利润回报给了全球商家更多的创新动力,第三方移动互联网支付绑定社交类工具已成为了 O2O 模式的发展趋势。国内的快的打车和嘀嘀打车已经成为亿万上班族离不开的 APP,然而线上金融流通终需通过线下服务端才能变现。在 2014 年的 CJ 展和互联网大会上,维果部落现榨橙汁自助贩售终端率先与第三方支付巨头合作,推出了移动支付立享 5 折的优惠活动,将无纸化交易引入到了现榨果汁的零售领域,令该行业成为 O2O 模式的新爆点。分布在城市各处的实体终端将成为信息和产品的聚点,用户不仅能在终端上购买到现榨橙汁,更能即时获得数据

现蓬勃朝气,实现了“安全、秩序、质量、效益”四统一的目标。



石海景区游人如织

业务能力,便于在自己的岗位发挥更重要作用。通过各种措施,调动了广大党员参与企业经营的积极性。树立起基层党支部的威信,及时宣传党员的先进事迹,号召以此为榜样,树立党员形象,不断壮大党员队伍,增强党的威信。

密切联系群众,为群众服务。该公司努力摆正自己的位置,时刻提醒自己,并清醒的认识到自己的岗位是一种责任,一种义务。服务群众就是一句亲切的问候、一杯热茶、一句请坐,就是在细微处入手,就是无微不至的对办事群众的关怀。在工作中该支部在指导思想不断强化群众路线,在各项工作中全面体现群众路线,在本职工作中深入群众。

“捡漏”——在抱怨中寻觅商机

■ 李光斗

“捡漏”一词起源于古玩街,形容买家用非常便宜的价格买到了价值昂贵的古董。延伸到市场经济领域,捡漏经济学指通过找到并占有被人低估的有价值的生产要素资源,从而获得平均利润以上的暴利。股神巴菲特认为投资最大的原理就是捡漏,成为股神的秘诀在于找到一个被低估的股票然后长期持有它。

曾经参照发达国家经验“沙”里淘金

如何捡漏是一门沙里淘金的学问,找到被市场低估的资源是捡漏经济的关键所在,除了找到现有的资源以外,资源的跨界合作也能产生强大的捡漏效应。

商场如战场,想要成功就要不走寻常路。在普通人眼里看来,牛奶与房地产是扯不上关系的,然而很少有人知道如今在大陆香港甚至整个亚太地区都经引得风生水起的香港置地,其大肆扩张的源头就是收购了与地产行业风马牛不相及的牛奶公司。

上世纪六七十年代,香港迎来了地产行业发展的黄金时期,各路地产公司如雨后春笋般冒出来,并迅速做大做强。然而由于对当



更新和信息交互,轻松查看所在区域的“爆款”及更多推荐商品或自我偏好商品的位置查询及配送服务,而商家则可根据终端分布的点位地址信息实施更加精准和细化的营销推广,从而真正做到上架商品和库存的可视化,并与用户保持沟通。

健康测评达标 每天喝现榨橙汁

参与感是粉丝经济的命脉,在 O2O 的模

美国驻华大使参观南宁双汇

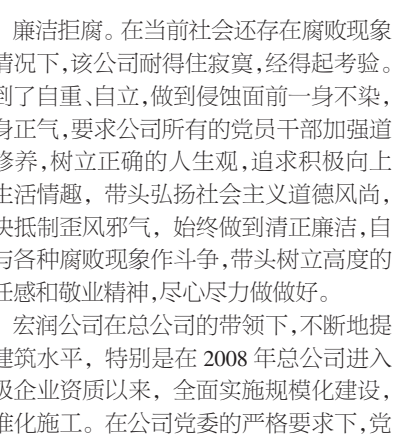
■ 本报记者 李代广

近日,美国驻华大使马克斯·鲍卡斯(Max Baucus)先生及其夫人梅洛迪(Melodee Hanes)女士一行 7 人对南宁双汇进行了实地考察参观,双汇进出口公司总经理窦凯、南宁双汇项目经理曹晓杰陪同大使一行参观。

在参观南宁双汇屠宰业屠宰车间、分割车间、及肉制品车间的生产线时,马克斯·鲍卡斯大使对双汇先进的设备及一流

的管理赞不绝口,对南宁双汇员工的精神面貌也连连称赞。在座谈过程中,大使先生听取了双汇进出口公司总经理窦凯对双汇集团、万洲国际的介绍,以及南宁双汇项目经理曹晓杰对南宁双汇的介绍,并对双汇完善的食品质量管理表示高度认同。

座谈结束后,大使及其陪同人员对双汇的热情接待表示感谢,祝愿双汇在今后的发展中继续做大做强。并称中美双方在肉类加工领域有很大的合作空间。最后大使一行亲切地与南宁双汇干部职工合影留念。



建设,实现了科学化、规范化和程序化管理,增强了企业竞争力和与市场的适应能力。

同时该公司重视人才培养,为员工制定了完善的培训计划,使他们不断吸收新知识,完善知识结构,掌握现代化的工作方法,努力成为满足市场要求的复合型人才,能够为客户提供全方位的服务,公司坚持务实、创新、高效、奋进的企业精神,管理上一流、质量出精品、服务创信誉的质量方针。公司全体员工以高标准、严要求、全方位、多层次地开展工作,团结求实、开拓创新、创出自己的特色。计划在未来几年,不辜负总公司的期望,与时俱进、奋发图强,打造出更好、更多的优质工程来。

(高艳庆)

式下,商家更需要重视与每个消费者的沟通。用户在网络上会产生信息、行为、关系三个层面的数据,每个用户都有独一无二的数据库,一切皆可被数据化,因此企业必须有自己的大数据平台。很多消费者最初会因为猎奇心理去尝试在维果部落现榨橙汁自助贩售终端上消费,而随着购买次数的增加,他们会逐渐成为现榨橙汁的爱好者。在将来,通过移动端 APP 的信息交互,消费者每天会收到定时喝现榨橙汁的提示,补充维 C 可成为一个健康达标评测参数。每日健康达标是每个消费者的切实需求,它在催生现榨橙汁的消费的同时,其消费记录可转为积分用于换购商品和其他服务。这如同一个游戏,用户每天通过 APP 收到健康达标的任务,这个任务需要通过线下消费橙汁来完成,同时完成任务又可获得积分奖励,从而享受更多的服务。从线上营销到线下体验再到线上体验,Online to Offline to Online 将成为线上到线下联动模式的完整闭环。

社交、本地化、移动和个性化是未来商家吸引消费者不可或缺的营销利器。相信会有越来越多的消费者将消费现榨橙汁视作自己的生活方式,同时他们的购买偏好、活跃地点、分享渠道、购买决策因素等信息都会成为市场路标,喝现榨橙汁最终会变成一种渗入人们消费习惯的行走的文化。

“上街吸雾霾,回家吸甲醛?年轻一代肯定 SAYNO! 美涂士硅藻泥净醛健康墙面漆,家居除醛净化污染利器!”近日,美涂士官方微信一篇文章迅速火了起来!”它看似一篇简单的软文,从中却能嗅到营销气息。

或许有人会问,这样一篇装修软文凭什么蹿红?

说到底,还是“装修”的惹的祸!当下,室外雾霾疯狂来袭,稍有不慎,甲醛将毒霸一方!

该文有一个颇有价值的信息点——美涂士硅藻泥净醛健康墙面漆。从创业以来,美涂士漆一直打“健康”牌,经过 18 年的沉淀,其健康环保的绿色产品得到了市场的认可。如上述提到的美涂士硅藻泥净醛健康墙面漆,能有效的吸附甲醛、净化空间,能消费者创造绿色生活空间,这样一款健康漆能充分满足消费者的核心需求,所以它火了。

“崇尚健康,低碳环保”是当代人对绿色生活的追求,美涂士紧抓消费者心理,十八年坚持进行健康产品的绿色营销,这美涂士漆迅速成长的一大因素。

快刷时代 美涂士漆教你“玩转”营销

这是一个“酒香也怕巷子深”的时代,好酒也要赚吆喝!于是,各大商家使出浑身解数,“玩转”营销。现在,让我们一起感受中国涂料领军品牌美涂士漆是如何“玩转”营销的。

体验营销:玩得高大上,还要亲和力

21 世纪的年轻人,骨子里都充满“爱玩爱体验”的细胞。日积月累,一种新的营销方式在商家的脑子里被琢磨出来了——体验营销,被誉为 21 世纪营销中最有力的神秘武器。这种营销方式已经渗透快消品行业,现在,在涂料行业也开始悄悄的萌芽了!美涂士漆就是一个典型的例子。

走进美涂士漆的专卖店,你会发现最大的亮点并不是装修设计、产品陈列,而是样板体验区。在这个体验区,顾客能亲自体验到“鱼在漆中游”“白竹炭吸附甲醛的魔力”“硅藻泥抗甲醛的小实验”,高大上的体验之后甚至还能自己动手 DIY 一下。

美涂士漆将“体验”因子纳入营销战略,对消费者来说,这并不是一个体验专区简单的开设,而是购买时满足感的体现。从需要式的购买到体验式的购买,消费者的需求已经从追求实用到实现自我的变化,从需要导情感消费的变化。

绿色营销:老路新走,效在其中

“上街吸雾霾,回家吸甲醛?年轻一代肯定 SAYNO! 美涂士硅藻泥净醛健康墙面漆,家居除醛净化污染利器!”近日,美涂士官方微信一篇文章迅速火了起来!”它看似一篇简单的软文,从中却能嗅到营销气息。

或许有人会问,这样一篇装修软文凭什么蹿红?

说到底,还是“装修”的惹的祸!当下,室外雾霾疯狂来袭,稍有不慎,甲醛将毒霸一方!

该文有一个颇有价值的信息点——美涂士硅藻泥净醛健康墙面漆。从创业以来,美涂士漆一直打“健康”牌,经过 18 年的沉淀,其健康环保的绿色产品得到了市场的认可。如上述提到的美涂士硅藻泥净醛健康墙面漆,能有效的吸附甲醛、净化空间,能消费者创造绿色生活空间,这样一款健康漆能充分满足消费者的核心需求,所以它火了。

“崇尚健康,低碳环保”是当代人对绿色生活的追求,美涂士紧抓消费者心理,十八年坚持进行健康产品的绿色营销,这美涂士漆迅速成长的一大因素。

网络营销:与时俱进,情感共鸣

网络营销,许多不明就里的人认为网络营销就是在某个网站发布新闻,投放广告。其实,网络传播更重要的意义在于根据顾客或潜在客户的兴趣爱好形成共同的话题,引发情感的共鸣。

在互联网兴起之时,美涂士也当起了弄潮儿。目前,美涂士漆通过官网、官方微博、微信、论坛等方式经常与消费者进行互动交流,在互动交流中为消费答疑解惑,让消费者深入地了解到其所需产品的性能属性,从而使顾客减少购买时间和精力上的支出与消耗,真正地为消费者提供贴心周到的服务。

在这个时代,谁敢说金子一定会发光,好产品就一定有好销路?没有营销,大牌惊现街头也无人问津。快刷时代,大牌准备好如何“玩转”营销了吗?

(合讯)

皆是。捡漏经济也有自身的规律和原则,善于发现机会的人最简单的方式就是参照发达国家经济发展的经验,如果某个在发达国家发展成熟或正在兴起的市场在国内尚未见踪影,那么它一定会成为国内一个巨大的财富商机。

如今 从社会问题中寻找商机

而今天,在相对完善的市场经济条件下,捡漏正在变得越来越难。未来市场经济发展的方向其实从日常生活中也可窥得一斑,中国下一个十年,捡漏的机会在哪里?社会问题就是商业机会,人们的抱怨当中存在着巨大的消费能力,国人的抱怨集中在:环境污染、癌症发病率、食品安全隐患,不一而足。中国下一个十年,将在环境保护、食品安全、健康产业、智能生活这几大领域产生万亿量级的巨大市场,同时产生一大批千亿级的公司。

捡漏经济虽然能通过对市场精准的机会洞察,在短期内产生巨大的经济财富,但是一个社会如果人人想捡漏、人人想投机将无人踏实务实做事,应该在洞察趋势的同时有习以为常的“习常态”思维。随着经济的发展市场规则将愈趋完善,企业家必须放弃捡漏的心态,因为一个完善的社会将无漏可捡。