

拉上蜻蜓 fm 蒙牛“当牛奶滑过耳朵”……

曾几何时,只要听到“噉咻”的声音,人们脑海里首先就会出现一个可乐瓶被拧开那一瞬间的场景,反射神经也会同时将一个品牌名字送到大脑——可口可乐。

“听”在营销界不算是新人,除了可口可乐,英特尔芯片广告中的“噉噉噉噉”音效也堪称经典,以及当年风靡一时的“达令达令达令达令……”这段音乐总是伴随着步步高音乐手机广告同时出现……

多年过去,如今听到这个旋律,多数人还是会立刻回忆起步步高音乐手机和宋慧乔女神吧!

在如今“互联网+”战略被过度解读的营销界,大多品牌和企业都在拼“内容”,但在内容营销几成烂大街的今天,需要做什么样的内容已不新鲜,什么样形式的内容才能更多地被消费者所接受,则成为大多数营销机构在思考的事情。

而关于这点,蒙牛给了我们一个虽不算创新但在奶业绝对是一个创举的答案。

9月8日中午,蒙牛与蜻蜓fm合作的电台节目《一个男人背着老婆偷汉子……》上线。节目播出后,迅速在年轻群体中火爆起来,一时间“咕嘟咕嘟”与“dun、dun、dun”成为在网上频现的热词。



在qq的“滴滴”声,阿里旺旺的“蹬蹬”信息声后,牛奶行业的声音不期而遇,且迅速成为一种行为、一个品牌的符号。我们暂且不谈“dun、dun、dun”的声音有多少成分是因为打动了年轻网友而获得了追捧,谁都忽略不了的是,伴随着牛奶声音一起被人们深刻记住的,是蒙牛这个品牌。

在信息超负荷的社会里,这种有效的定位可谓是刺激辨别的关键,要知道,在我们的消费生活中不可能将所有产品——尝试,因此一个

品牌在消费者头脑中形成的条件反射是非常重要的,声音标识是其中不可忽略的一种。

成功案例除篇首提及的可口可乐,英特尔和步步高手机外,还有如摩托罗拉的“hellomoto”以及诺基亚的开机短乐,他们都在消费者脑海中形成了专属于自己产品的独特画面,并将这些旋律与自己的品牌建立了唯一联系,蒙牛的“牛奶声音”正是有异曲同工之妙。

这次蒙牛“描摹”出牛奶的声音,并采用了更加趣味化的方式,与蜻蜓fm-内涵说合作

迎合年轻人口味,引入当前热门话题“女汉子”,将“dun、dun、dun”的声音刻入人们反射神经,使这个声音与蒙牛捆绑在一起,建立一对一的关系,达到了刺激辨别的效果,使人们在听到“dun、dun、dun”声音的瞬间变会将其与蒙牛联系到一起,这不得不说是国内乳业中的创举,也为蒙牛式social教材上再添新案例。

同样,这次与蜻蜓电台-内涵说合作蒙牛也延续了之前牛奶力量的营销策略,普及牛奶知识,竖立了国民大型企业的标杆。这不仅“走心”战略的延续,所有传播素材都以点滴感动入手,更是一个国民企业的姿态,这也是为什么新广告法一出,各大企业纷纷中枪,蒙牛却“独善其身”的原因吧。

正如蒙牛一直以来的理念“只为点滴幸福”一样,蒙牛虽然经历了飞速发展,但是今天的成就却不是一蹴而就的,而是一点一滴的累积,蜻蜓电台-内涵说只是蒙牛年轻化战略中的一环,真正能创造新经典、树立行业新标杆才是这个厚积薄发的企业正在努力做的事。

营销圈没有常胜军,单纯的内容营销已经不足以让品牌突出重围,把握内容的同时传播方式的创新与直击痛点才是营销之重。

(武威)

弘扬革命传统 汲取政治营养

吉安市福建商会党支部组织党员上井冈山参观学习

■ 温振春

日前,江西省吉安市福建商会党支部组织部分党员、入党培养对象和商会领导,到井冈山参观革命旧址,接受传统教育;考察井祥公司,感受企业会发展。这是该商会党支部弘扬革命传统、光大井冈山精神、汲取政治营养、加强商会党建的重要步骤。

9月12日下午,他们深入吉安市福建商会会员企业井冈山井祥菌草生态科技股份有限公司考察,听取了江西省工商联常委、江西省福建总商会常务副会长、吉安市福建商会会长、井冈山井祥菌草生态科技股份有限公司董事长李建新作的情况介绍。之后,李建新董事长引导大家逐一进入公司生产加工车间,观摩了解生产经营情况。大家对该公司瞄准生态产业,坚持绿色发展,围绕政府中心工作,开展“一村一品”扶贫,表示十分赞赏。同时,大家期待该公司在各级领导的关心和各级政府的支持下,乘势快速发展,早日上市成功。

次日上午,先后前往井冈山革命烈士陵园、井冈山革命博物馆参观,深情缅怀革命先烈,接受革命传统教育。一行人员拾级而上,来到井冈山革命烈士纪念馆为四万多名革命烈士敬献花圈、行三鞠躬礼,沿着井冈山碑林廊道欣赏碑林书法艺术,上到北山顶的井冈山革命烈士纪念碑拜谒,来到井冈山雕塑园,瞻仰了青松翠柏簇拥中的毛泽东、朱德、陈毅、彭德怀等19尊革命先辈雕像。

参观之后,大家无不感慨万分,纷纷表示,要弘扬“坚定信念、艰苦奋斗,实事求是,敢闯新路,依靠群众,勇于胜利”的井冈山精神,贯彻落实习近平总书记提出的“全面建设小康社会,全面深化改革,全面依法治国,全面从严治党”的“四个全面”战略思想,坚定不移地走中国特色社会主义道路,加强商会党支部建设,构建“以党建带会建,以会建促党建,以共建求发展”的工作新机制,党建会建相结合、相促进,为商会增添光彩,为会员企业为推动地方经济发展、促进社会和谐稳定做出新的贡献。



青岛媒体采访团到稻花香参观考察

9月8日上午,青岛媒体采访团一行近20人到稻花香参观考察。

采访团一行先后参观了龙泉铺古镇、包装工业园主体办公楼、藏酒洞,了解了稻花香五大产业的发展情况以及未来的发展规划,并详细询问了稻花香在山东市场的销售情况。走进藏酒洞,采访团成员纷纷夸赞洞内天然恒温恒湿的藏酒环境,并现场品尝了

洞藏原浆美酒。

采访团成员表示,稻花香不仅美酒飘香,更在龙头带动龙泉新型城镇化和推动区域经济发展等方面贡献卓越,彰显了一个大企业的责任与担当,采访团将做好对稻花香的宣传报道,树立稻花香在山东市场的优势品牌形象,提高稻花香品牌的知名度和美誉度。

(高国)

南昌市政府召开桑海集团所属制药厂改制专题协调会

■ 傅游 特约记者 袁璇

近日,南昌市委副书记、市长郭安主持召开桑海集团所属两家制药厂改制有关问题专题协调会,市委常委、常务副市长刘建洋,副市长朱志群,市政府秘书长朱敏华,市政府副秘书长吴长金,桑海集团董事长、总经理张京生,桑海集团副总经理罗国仕参加了会议。会议首先听取了桑海集团拟对所属南昌济生制药厂、南昌桑海制药厂实施混合所有制改革的情况汇报。

南昌市政府对桑海集团2011年实施国有农垦企业改制以来的改革发展,一直给予高度的关心、关注,充分肯定了桑海集团班子多年来为企业发展和稳定所做的贡献。

会议认为,济生制药厂、桑海制药厂实施混合所有制改革,符合进一步深化国有企业

改革的发展方向,符合建设昌九新区的发展规划,有利于增强企业活力,有利于提高国有企业核心竞争力,有利于国有资产保值增值。市政府决定在“程序规范、符合法定”的前提下,大力支持桑海集团快速推进该项改革工作。

南昌济生制药厂、南昌桑海制药厂是桑海集团的龙头骨干企业。近年来,桑海集团坚持始终不渝为龙头骨干企业护航,着力疏浚创新发展渠道,以技术改革创新和品牌创新为着力点,加大新产品开发力度,狠抓产品质量管理,全面提升制药企业的竞争力。两家制药厂先后多次荣获“江西省A级纳税企业”、“江西省优秀企业”称号。南昌济生制药厂的“杨济生”商标和南昌桑海制药厂的“桑海”商标,均连续多年评为江西省著名商标。

明年三亚旅游营销企业说了算

■ 胡拥军

日前,三亚市旅游协会组织召开2016年三亚旅游营销工作研讨会。与会人员根据明年三亚旅游营销工作计划初稿,针对三亚本年度旅游营销工作情况进行了深入探讨。大家不仅对明年三亚市旅游营销工作的方向发表了自己的看法,同时,还提出了许多具体的营销新方式、新渠道、新点子以及新思路。三亚市旅游协会市场营销与媒体专业委员会主任与委员、三亚市旅游协会会奖旅游、婚庆旅游、俄语市场等专委会的主要负责人以及家庭亲子游、机场、高校等多个领域代表与会。据悉,这也是三亚市旅游发展委员会首次将下一年的旅游营销工作计划交给旅游协会来组织研讨完成。

研讨会上,有代表提出应该重视新型赛事、大型赛事以及论坛的引入,积极打造自创品牌项目,提升旅游目的地的知名度和影响力。也有代表表示,政府除了出资进行旅游宣传营销,还可以投入城市的资源优势,比如交

通、基础设施、文体场馆等,不一定非要花钱才可以促进营销。政府也应该多加强城市网络基础设施的建设,除了移动互联网与WIFI无线覆盖项目之外,很多先进地区,如开发使用旅游动态可视系统都是三亚可以学习的范例。

针对境外市场,与会人员表示航线包机对拓展客源的重要性,尤其是在俄语市场上,必须要想办法突破交通瓶颈。相对于补助航空公司,政府对三亚的酒店旅行社进行补助效果会更加明显。同时,应该重视贸易与旅游的两者兼备,在国家“一带一路”的战略下,强化新兴市场与渠道。与会人员还提出了研学旅行、三亚年度活动集邮手册等针对境外游客的新点子。针对会奖旅游市场、婚庆旅游市场、俄语市场、家庭亲子游等内容,与会者都提出了许多营销意见。

据了解,年度旅游营销工作计划完成后,三亚市旅游协会将上报三亚市政府审核。正式通过后,该协会将向全社会公布,以便于各旅游企业能够更好地制定本单位下一年度的旅游营销工作计划。



竹叶青 2015 春茶上市获殊荣

9月9日,“速进2015·第二届移动营销论坛暨金坐标颁奖盛典”在京举行,竹叶青“中国最美绿茶”春茶上市全城品鉴活动一举斩获第二届移动营销论坛“最佳品牌营销案例奖”。

与传统营销相比,移动营销最大优势在于其精准性,每一个移动营销行为都能精准找到目标受众的“坐标”位置,通过数据挖掘分析目标受众更具营销传播价值的属性。第二届移动营销论坛由国内营销传播第一刊《广告主》杂志主办,旨为嘉奖2014-2015年度那些为获得上佳传播效果而不舍昼夜辛勤付出的品牌商,表彰那些在业内具有标杆价值的案例。

如果说2014年是广告主们初识移动营销的元年,那么2015年就是移动营销快马加鞭攻城略地的一年。在这一年里,传统品牌广告主们在移动营销领域内的尝试在加速。竹叶青茶便是其中做出积极尝试和探索的一位。

竹叶青茶公关互动总监吴英勃在现场说到,虽然目前的很多尝试还不成熟,但人们在移动端汲取信息的时间越来越多,社交行为均在移动端上发生,品牌不去移动端就是自断喉舌。

2015年是竹叶青茶全新定位“中国最美绿茶”的首次亮相,在日益破碎化的传播环境中承担如此重要的传播任务,是摆在品牌

营销人员面前的难题。竹叶青品牌方代表吴英勃受邀在论坛现场和大家分享了本次获奖案例。

2015春茶上市期间,竹叶青的最美茶艺师邀请60万会员回家喝茶,H5上线短短一周之内就有超10万会员前往其门店品饮和领取春茶,点燃全城品鉴之火。

3月末,成都迎来一年一度的全国春季糖酒会。将成都视作主场的竹叶青,也借机糖酒会,以主人身份在成都宽窄巷子打造最美城市会客厅,举办最美绿茶主题摄影展,设为为期一个月的品饮宴请活动。

鉴于糖酒会出行之难,竹叶青联手近来大热的Uber优步大手笔惠及全城——请成都人民免费乘车、喝茶,在手机上一键拉近大家和一杯最美绿茶的距离,让全城人民都会到竹叶青的浓浓诚意。

本次移动营销论坛颁奖典礼上,评委对于竹叶青茶的颁奖理由如下:

在H5、QR code等各种移动新技术已经不再新鲜的2015年,通过纯技术创意吸引消费者眼球的营销手法已开始呈现疲态,但作为一个线下体验性极强的茶叶产品,竹叶青茶通过手机移动端连接起线上线下的互动,打造了一件由品牌商发起、用户参与的全城盛事。无论是从策略、创意,还是执行、效果等方面,品牌获得大量展示和点击,将品牌体验深入用户心里。

(陈学津)

山东梁山民营企业家协会 领跑农民工致富奔小康

9月5日,“我在水泊卫生材料厂上班每月收入1800元,多亏了民营企业家协会陈志返乡创业办厂,使我们能上岗就业。”山东省梁山县梁山街道孔坊村下岗职工陈昌勇高兴地介绍说。

据了解,在山东水泊梁山街道像陈志生这样的民营企业家协会还有很多,他们为办厂创业付出了大量的心血和汗水,也使成千上万的农民工上岗就业,领跑农民工致富奔小康。

梁山街道地处城乡结合部,公路畅通,信息灵通。近几年,梁山街道出台扶持农民工创业的各项优惠政策,农民工返乡创业的热情高涨,涌现出一大批名副其实的农民企业家。凤山村农民工陈丕法前些年跟着别人干建筑活,经过10多年的历练,建筑活干得好,懂技术、会看图纸、人脉关系广,又憨厚实在,自己组建了建筑工程队。梁山县运输公司办公楼、家属楼、沿街综合楼都是他一手建造的,有的还被评为市级优良工程,领着100多名技术农民工建楼,已成为当地颇有名气民营企业家协会。梁山街道负责施工监督的杨守柱介绍说:“陈丕法领着100多名农民工从事建筑业,给政府减轻了就业压力,是响当当的企业家。凤山村农民陈绍贵与其他农民一起建起了金泊园市场,使1000多名农民工依靠市场搞经营走上了致富之路。据了解,截至目前,梁山街道有100名农民企业家从事挂车、书业、卫生、交通运输、建筑、种植等60多个致富途径创业,带动就业,带领了万名农民工在家门口上岗就业能挣钱,为建设新农村注入了新的活力。

(王瑞芹)

营销锦囊

P2P 网贷营销 必须要掌握的“读心术”

互联网经济的游戏规则是:如果不能汇聚海量用户,很难建立有效的商业模式。P2P是屌丝经济,得“屌丝”者得天下。那如何汇聚人群,得到这些屌丝呢?笔者总结了五大投资理财心理:

羊群效应

羊群效应是指从众心理,中国人的习性是大家觉得好的肯定是好的。投资者会在信息不确定的环境下,行为受到其他投资者的营销,模仿他人的决策。所以利用羊群效应,我们要让投资者觉得平台网站有人气,标的很快可以满。在自己的讨论群里经常有其他投资人讨论投资标、收益、期限、手头金额的事情。从而影响新手投资者的决策。

贪婪的欲望

面对金钱的诱惑,很少有人能抵抗的住。能抵抗的住的是你这个诱惑还不够吸引他。但P2P上的投资用户基本都是屌丝,一分一厘都会跟你算得清清楚楚。利用这个平台可以经常做一些活动吸引。让投资者觉得获益了。然后一步步通过平台的基础、客服MM,以及其他投资者的效应带动其投更多的资金。

品牌效应

传统企业想要做大,肯定是投放电视广告最有效,因为大家都觉得能在电视上看到的肯定是大品牌。就算我在线下没听过,那也肯定是我孤陋寡闻。所以如果我们确定我们的投资人在哪里,做的最绝的就是把广告打到投资人的家门口。电梯的广告也好,社区的视频广告也好,只要让投资人知道你,经常在他耳边边炮轰,总有一天他也会成为你的客户。

试投心理

面对高收益和新型形势下P2P的火热程度。很多人知道有这行业理财不错,但是整体看到新闻说有平台跑路,提现困难、倒闭的企业,让他们心生怯意,不敢盲目入场,怕自己的血汗钱一去不复返。但看到大家都在赚钱,比银行利息高那么多,就会想尝试一下。刚开始都会只试投几百或几千,在自己可以控制接受的范围内。如果第一次试投得到良好的体验和收益回报。之后就会开始重仓。所以对于第一次投资的用户一定要做好营销策略。

朋友效应

朋友效应这个不用多说,一个平台刚建立起来,第一批用户都是自己的亲戚朋友,还有员工的亲戚朋友。但随着平台的逐步壮大。我们需要越来越多的投资人帮忙宣传,利用他们的影响力,去帮我们创造效益。那如果利用这个朋友效应呢?第一:可以做邀请好友注册投资送礼的活动;第二:可以做微信晒收益送礼的活动。这两类是最直接的。为什么前段时间股市那么火?就是因为投身股市的股民们报喜不报忧,赚了马上晒朋友圈,告诉大家我赚钱了。大家一看到有钱赚,自己也去体验一下。但股市是十个人有九个是亏的。这从侧面也告诉我们利用晒收益的营销方式是可以达到朋友圈吸引投资者眼球注意力的。

(何花)