

极简打造营销新生态

当前,极简主义风备受追捧,在汽车圈从汽车产品的研发理念到整车的设计风格,越来越多的产品在外观或内饰上都透露着一种简约美。在品牌和产品的营销上更是如此,言简意赅的一个标签、打动人心的一句口号,渐成为主流营销新方向。

一个字的魅力

在高速发展的市场,如何让用户对品牌或产品有一个直观的印象是很多企业思考的问题。冗长的描述不符合如今信息的传播形式。怎样用一个词语将品牌形象具象化,是一个值得思考的问题。

汽车圈做出了表率,无论是以“匠心”作为灵魂驱动力的雷克萨斯,还是以“悦”作为品牌核心诉求的宝马,亦或是将“趣”作为产品设计准则的东风风神 AX5,都将这一个词或一个字的简约魅力体现到极致。“匠心”体现了雷克萨斯对于细节极致的渴求,并将其升华毫不妥协、追求完美的精神理念;“悦”让宝马用户在体验到纯粹的驾驶之悦外,还享受到了梦想之悦,责任之悦和分享之悦。在东风风神眼里,“趣”与当下的年轻一代有着与生俱来的认同和共鸣。

映客联手天猫 王牌对王牌玩出营销新模式

今年双十一映客联手天猫,两个领域的顶级高手携手打造了全新的营销模式。

映客联手天猫 王牌只选择王牌?

阿里巴巴集团 CEO 张勇在今年的天猫双 11 开始前曾表示,今年天猫双 11 的创新主题之一是以互动为代表、直播为载体,消费娱乐化将进行到底。而谈到互动,直播这种目前消息承载量最大,实时交流最方便、最直接的社交工具是互动的首选,那么天猫选择直播做为载体也就毫不意外。

天猫中意直播,那么选择 1.3 亿的下载量和 1500 万的话活跃用户,移动直播行业排行第一的映客做为直播行业中唯一的战略合作伙伴也就顺理成章。

映客选择商业合作伙伴也是极其审慎的,映客对于合作伙伴的高要求从映客从与天猫合作获取的千万级别广告费用中就可见一斑。揽下了“瓷器活”的映客有自己的“金刚钻”,这样才能与天猫达成一致。两个在各自行业中都排行第一,有着自己原则的企业却一拍即合,这与顶级高手间的惺惺相惜不无关系。

映客联手天猫 玩转营销新模式

随着用户购物行为的改变,大量的交易发生在了移动端。显然,这其中有着映客这个移动直播平台龙头的努力与拉动。

映客晒出的成绩单同样喜人,根据腾讯科技报道,从观看人数上看,共有 3.6 亿人次观看了映客平台上的天猫“双 11”相关直播,众多明星为用户奉献了数十场精彩直播,近 5000 万个天猫专属虚拟礼物“买买买”在映客平台被送出;从站内活动影响力看,在映客为天猫“双 11”量身定制的活动“最红主播”评选中,映客平台在 11 月 1 日至 9 日期间,超过十万名主播报名参加,观看主播大赛人次高达 3.5 亿,创造了站内活动新峰值;主播房间内超 3000 万人次抢天猫红包。

与顶级客户的合作也激发了映客骨子里的创新欲望。据中国网报道,映客 COO Jessie 表示,映客并不是一个单纯的广告平台,它通过定制化的整合内容营销和社交营销服务,来驱动直播营销新玩法。

内容营销+社交营销成了映客的秘密武器。与天猫的合作使得映客获得了大量可以与直播关联的内容素材,而映客本身的社交平台属性使得整合内容营销与社交营销如鱼得水。

映客与天猫这两个各自领域中的顶尖强者之间的携手必将给直播与电商这两个行业带来意义深远的改变与前所未有的机会。

(中网)



一句话的共鸣

在同质化越来越严重的商品社会,消费者在购买商品时会犯“选择恐惧症”。如何将品牌的主张或产品的口号浓缩成简单直白的一句话短语,引发共鸣是一门不易掌握的功夫。真正的好文案应该是那种一眼就能直击人心,深藏心里。

耐克“Just Do It”简单易懂的三个单词锐利的区分开其与其他运动品牌的定位,强调行动的意义,鼓励人不只在运动,而是在人生

每个层面都可以一拼短长;小米“为发烧而生”来源于对消费群体的精准细分。不仅是一句宣传口号,更呐喊出米粉们的心声;将“想趣就去”作为产品口号的 AX5,通过活力“流动”之趣、愉悦“驾乘”之趣、完备“安全”之趣,让用户趣观、趣驾、趣享,期待和每一个有趣的车主创造有趣的故事。

一群人的定位

汽车作为大众消费品,对其目标客户的

环宇助力绍兴建筑电气学会年会

11 月 11 日,绍兴市建筑电气学会 2106 年年会在新昌县召开。来自绍兴、浙江省内以及上海、江苏、陕西等地的知名电器企业代表 200 余人欢聚一堂,共商行业发展大计。作为学会的资深客户和金牌赞助商,环宇集团进行了品牌推介,受到主办单位和与会客商的好评。

会议开始前,环宇展台前人头攒动、热闹非凡。环宇高科股份公司浙江办事处主任祝建明和绍兴经销商蔡忠柒团队,热情接待到访的领导、专家和客户们。《HU 产品选型手册》和《新能源产品选型手册》成为抢手货。

开幕式由绍兴建筑电气学会秘书长季华路主持,吕凤圭主任委员等嘉宾在主席台就座。学会领导和相关专家作了讲话。环宇高科公司市场部经理赵国琦的发言,重点介绍了环宇作为民族品牌,是如何逐步发展成为中国名牌,并销往世界 70 多个国家和地区的辉煌历程。

赵国琦说,环宇依托企业省级技术中心和博士后科研工作站的实力,借科技和品质夯实企业腾飞的根基。环宇 H8T 系列产品头顶 5 个国家发明专利和 2 个实用新型专利,成为市场宠儿。

同时,环宇新能源系列光伏发电、风力

精准定位有助于提升产品的价值以及宣扬品牌理念。品牌不能取悦所有人,关键是谁是谁,以及你要吸引谁。情感因素是人们接受信息渠道的“阀门”,选择具有共同认识的客户群体,通过产品认知、品牌感受和文化渗透,将用户的情感共鸣与一个品牌的体验享受连接起来才是极简主义营销的正确“打开方式”。

小米在细分市场方面做得非常精准,选择 25-35 岁之间,对手机作为工具使用偏爱的“米粉”发烧友群体。因为他们代表消费的最前沿,对其他消费群体有示范作用,随之带来的是群体的跟风;一直秉承“与坚持梦想者同行”的宝马 5 系,在产品理念中就明确地将目标客户群体定为“坚持梦想者”,这一契合当前中国最朴素创业精神的产品理念获得了中国商务精英和创业者的广泛好评;东风风神 AX5 则将用户锁定在 85、90 后的“寻‘趣’族群”,他们自信从容乐于分享,把“趣”作为对一件事、一个人的最高评价。

信息过载的互联网时代,乐于接收新事物、拒绝说教的 85/90 逐渐占领主流的消费市场,目标客户群体的锁定并不是一味的求大求全,如何细化市场,精准地定位志同道合的客户群体才是如今营销的重点。极致成就好产品,极简打入用户内心深处。

(佚名)

东博会掀起 AR 技术热潮 家具行业呈现营销新模式



11 月 10 至 13 日,第十一届中国(东阳)木雕竹编工艺美术博览会(以下简称“东博会”)已落幕。本届东博会亮点纷呈,吸引了国内外 30.6 万人参加,同时还举办 10 多场主题活动。作为引入 AR/VR 创新技术的平台,互联网+红木家具暨“映像木雕城”APP 体验展区成为此次东博会中最火热的展区之一,吸引了众多参与者围观体验。

据了解,东博会期间,“映像木雕城”APP 受到明堂红木、荣鼎轩、明家居、汉福来以及目前已经合作的福泰隆和雅典红木等 120 多家东阳本土企业以及包括河南、广州、福建等 80 多家红木企业的广泛关注。一些杭州、上海以及深圳的软装和室内设计公司以及中间红木经销商等都表示想进一步的了解合作。随着虚拟现实(VR)、增强现实(AR)技术成为家具产业的新热点,正在深刻改变家居产品的 O2O 的新模式,助力传统家具厂商进一步向互联网转型。“映像木雕城”APP 正是东阳中国木雕城在“互联网+红木家具”的大环境下,融合 AR 技术,为红木家具消费者以及设计师设计制作的一套家居互动解决方案和互联网家居体验工具。通过“映像木雕城”APP 能在网上开设虚拟的三维化红木家具展厅,模拟真实场景体验,为红木家具降低营销成本,带来更多的销售模式。

东阳中国木雕城电商部负责人表示,随着“映像木雕城”APP 软件的应用,改变的不仅是消费者的购买模式,还有红木家具企业的生产模式,更是红木家具互动体验互联网化发展的一个全新方向。后续,“映像木雕城”APP 体验展区将继续在木雕城二期东曦会馆进行常态演示。

东曦会馆是包含从设计理念、软装搭配,到传统文化、新生活方式的更高价值的时尚创意生活空间,里面包括三层四十套不同功能区域的样板间,是传统木雕家具与现代时尚生活融为一体的“东西融、古今通”的“现代家居生活创新中心”。通过“映像木雕城”这款 APP,建模之后的家具均能在东曦会馆这四十套样板间内随意进行“穿戴”,直击各式家具在不同空间内的展陈效果。

借助东曦会馆内符合现代大众审美和生活需求的新中式家居,木雕城也希望能为红木家具企业以及设计师等商户体验 AR 技术带去可借鉴、场景化的生活家居空间。(齐晚)

云南中烟以标准化建设 促进营销管理规范

近日,云南中烟工业有限责任公司营销中心召开标准化体系建设暨精益推进项目启动大会和培训会,进一步加强内部基础管理,着力提高标准化工作水平。

据悉,为进一步清晰岗位职责,优化管理流程和促进中心制度建设规范化,营销中心专门成立了标准化工作委员会,专项负责中心标准体系的建立和完善。会议要求,标准化工作小组要在明确职责的基础上注重沟通 and 融合,立足长远,转化观念,升华实践,文化推广,着力提高信息化水平;同时,注重管理文化的培育,加强对于标准化管理成果的梳理和总结,持续推动工作纵深开展。

按照工作安排,标准化工作小组将在 12 月底前完成相关标准化文件的编制、修订、送审和发布工作,并于明年发布实施,在应用过程中持续开展评价和改进工作。

随着云南中烟“两统一,两整合”改革的持续深化,营销中心严格按照“稳定规模、提升结构、同步增长、创新驱动,管理支撑”的总体要求,以标准化体系建设和精益管理推进为重要抓手,明确目标、攻坚克难,进一步推进内部管理创新,以助推营销工作的跨越式发展,全面提升营销服务质量,优化服务管理流程,实现管理高效化、运行规范化和标准化。

(云群)

便民服务

代理机构:四川博纳文化传播文化有限公司 广告热线 028-69959066

QQ:2581962219 收费标准:45元/行/天(13字1行) 地址:红星路二段70号四川报业集团3楼310A

律师提示:本刊仅为供需双方提供信息平台,所有信息均为当事人自行提供。客户交易前请查验相关手续和证照,本刊不对所刊登信息及其结果承担法律责任。

注销公告

四川财都教育咨询有限公司经股东会决定解散本公司,请债权债务人自公告之日起45日内向公司清算组申报债权债务事宜。

注销公告

成都煜晨体育设施有限公司经股东会决定解散本公司,请债权债务人自公告之日起45日内向公司清算组申报债权债务事宜。

注销公告

成都盒作网络科技有限公司(注册号:510105000465747)经股东会决议决定注销,请债权债务公司于本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。

●注销公告:成都琥珀医院管理有限公司(注册号:510107000897533)经股东会决议,拟向公司登记机关申请注销登记,清算组由张竹、陈洁组成,请债权人与见报之日起45日内向本公司清算组申报债权。特此公告

注销公告

成都客克原品贸易有限公司经股东会决定解散本公司,请债权债务人自公告之日起45日内向公司清算组申报债权债务事宜。

●成都梦幻之旅票务有限公司公告(编号:5101009118757);组织机构代码证副本(代码:08333467-0)均遗失,声明作废。

●成都富力轩商贸有限公司营业执照正副本(注册号:510105000432860);组织机构代码证正副本(代码:39428426-0);国税、地税税务登记证正副本(国、地税字:510105394284260号)不慎遗失,特此声明作废。

●位于成华区文德路77号1栋3单元2楼2号(石建国)房屋产权证(监证号:3520449)、(江福兰)房屋产权证(监证号:3520450)遗失

●成都鑫钰富达广告有限公司税务登记证正副本(税号:510105681832303)、组织机构代码证正副本(代码:681832303)遗失作废。

●四川现代消防工程维修有限责任公司公章(编号:5101000081509)销毁证遗失作废。

●成都东顺商务服务有限公司营业执照正副本(统一社会信用代码:91510107058974533B)遗失作废。

●成都艺坤布艺有限公司(统一社会信用代码:91510107083301350U)营业执照正副本。在中国建设银行股份有限公司成都第九支行的开户许可证(核准号:J6510054770601,编号:6510-01772679,账号:51001498408051525137)均不慎遗失,声明作废。

注销公告

成都御城信息科技有限公司(统一社会信用代码:91510100343110105T)经股东会议决定注销本公司,请债权债务人自本公告见报之日起45日内向公司清算组申报债权债务。

●王湘兰位于成华区祥和里33栋2单元4楼7号房屋产权证(监证:0452682)遗失

●成都新万家商贸有限公司营业执照注册号:510107000312150正副本遗失作废

●四川欣欣嘉信电器有限公司营业执照注册号:510107000085003副本遗失作废

●四川卓翔建筑工程有限公司王琦二级建造师注册证书(注册号:川251121378405,证书编号:00911176,专业:建筑、市政、水利)遗失作废。

注销公告

成都玖青怡和农业科技有限公司(统一社会信用代码:91510107331990328T)经股东会议决定注销本公司,请债权债务人自本公告见报之日起45日内向公司清算组申报债权债务。

●四川欣百纳建筑工程有限公司吴小军遗失二级建造师公路专业注册证书,执业印章,信息卡,印章编号:川251141535536(00)声明作废

●成都高新区壹帆美装饰部公章编号:5101090014212遗失,声明作废。

●四川星标建设工程有限公司张静二级建造师执业印章,印章编号:川251121483315(00)专业水利遗失,声明作废

●成都华福堂药房青羊区斜阳路药店上伦法人章编号:5101055064545遗失作废

四川省工商局2016年10月11日核准的编号为510000-20161011-000695的四川攀鑫建筑劳务有限公司收件通知书不慎遗失,声明作废。特此公告。2016年11月18日

注销公告

四川赛尔斯科科技有限公司经股东会决定解散本公司,请债权债务人自公告之日起45日内向公司清算组申报债权债务事宜。

●四川顾信和财务咨询有限公司(注册号:510106000416288)营业执照副本遗失作废。

注销公告

成都市双锦汇商贸有限公司股东决定解散公司,请公司的债权人自公告之日起四十五日内向成都市金牛区韦家碾一路118号附113号向公司清算组申报债权。

成都市双锦汇商贸有限公司清算组2016年11月18日