

剖析大数据精准营销流量变现的秘诀

移动互联网信息技术高速发展的今天,微博推广优势凸显,在自媒体营销渠道中占据着不可替代的地位。只有学会充分运用智能大数据技术,最大化微博营销推广价值,才能更好地在社交媒体时代做好品牌营销。

用户画像分析 智能选择营销渠道

如今,微博已发展成为集图文、短视频、直播等多种媒体传播方式于一体的社交媒体平台。多媒体化策略赋予微博更丰富的内容承载力和表现力,让微博顺势搭上网红经济和网络营销直播风口。

据新浪微官方数据显示:9月份微博上汽车标签用户已达7000万,较年初增长了117%;随着用户使用微博观看短视频习惯的

进一步培育,微博视频广告的规模和普及度持续提升,据悉第三季度微博视频广告收入占比超过10%。

基于微博视频广告在表现力和互动率上的优势,城外圈在为一知名汽车品牌客户进行推广营销服务时,就为其量身定制了一套以“微博视频广告宣传为主,新闻营销为辅”的智能化精准营销解决方案,通过多维资源覆盖,提高广告投放精准性和品牌曝光度,促进流量高效转化。

精准匹配目标受众 智能推送品牌信息

区别于微信的熟人强关系社交,微博用户在微博上关注什么人、什么话题,都是从兴趣出发,虽然是弱关系,但却是强关注。

随着垂直开放战略的持续推进,微博上已经有45个垂直领域月阅读量超过10亿,其中18个领域更是超过了100亿。作为国内智能营销领域的推动者,城外圈通过专业的大数据智能分析技术,帮助企业精准选定基于用户兴趣聚合的目标市场,提供针对性营销解决方案。

营销效果监测 策略调整优化

花费财力、人力、精力做营销,广告效果究竟如何始终是广告主最关心的问题。在传统广告投放中,营销效果主要通过曝光量、点击率、转化率以及CPC、CPM、CPS等指标衡量,而社交媒体平台,传播的维度更加丰富复杂,那么微博营销效果要如何衡量?

据悉,城外圈运用专业智能大数据分析技术,为品牌主提供全方位营销效果监测服务,从知名度、喜爱度、购买意愿、忠诚度等维度对品牌主所投放的微博广告效果进行研究。通过这样的研究,可以更清晰地看到在不同传播节点上,传播层级的提升,各种传播手段的引入对品牌推广、营销效果能起到什么样的作用,从而为客户营销方案提出优化建议。

不同于其他社交媒体,微博最大的优势在于可以跟用户产生最直接、最实时的互动。如何充分运用这一优势更好地发挥微博的营销价值?这就需要品牌主在微博推广时学会打组合拳,除了注重基本的广告曝光外,还要注重数据的积累、社会化资产的沉淀等等。

(华语)

让你轻松当老板

克明面业湖北新品招商与经验交流会成功召开

为经销商打开创业天地,使之掌握了赚钱之道,赢得了经销商的忠诚与信赖,这是克明面业飞速发展的秘诀。12月15日上午,克明面业湖北大区一场新品招商与经验交流会在武汉汉正街瑞鑫大酒店如期举行。这是一场特殊的会议,会上克明面业的销售精英们向新经销商们交流与传授如何“让你轻松当老板”的赢利经验,赢得了与会经销商的一致好评。

会上,大多数经销商针对市场营销策略,公司政策、面临的市场困惑进行了踊跃提问,克明渠道总监龙大平,湖北大区经理朱斌、市场部推广经理龚鑫等给予了一一解答。龙总针对新经销商存在的自我提高能力不足、市场开发能力不足、促销能力不足、管理能力不足等问题,从各个层面展开详细的解惑,同时,举实例传授经销商创业经验,还为经销商识别市场机会、销售技巧及管理经验等方面进行了手把手演练。

此次招商的主要新品是克明面业子品牌“来碗面”,是2013年正式打造的全新挂面品牌,在克明产品梯队中,属主打高性价比的挂面品牌,也是克明面业中增长速度最快的挂面品牌,年平均增长率90%以上,跻身全国品牌挂面前十,目前在全国31个省市拥有流通客户350多个。

为了让会议收到实效,会务组花了不少心思,大会由帅气的新锐主持人刘锋掌舵,整个会场控制得严谨而高潮迭起,同时还掺杂了三次抽奖环节,6位新经销商同时获得了一二三等奖,发放奖金近两万元。获得一等奖的经销商高兴地说:“刚加入克明就获得大奖,这是非常吉利的开始,在克明的帮助下,我们一定能把克明面业卖好,自己多赚钱。”

来自黄冈的老张会后表示,克明面业一切切实为经销商带来一份长远利益的激励与帮扶政策远胜于单纯地给予经销商价格折扣,其营销策略将渠道激励的重点放在授之以渔而不是授之以鱼。

(记者 李凤发 通讯员 周忠应)

上汽集团和依维柯重组在华合资企业

日前,上海汽车集团股份有限公司(以下简称“上汽集团”)和依维柯商用车股份有限公司(以下简称依维柯)发布联合声明称,为了应对中国商用车市场的快速发展,双方将基于相互了解和信任对其在华合资企业进行重组。

由上汽集团和依维柯以50:50等比投资的南京依维柯汽车有限公司(以下简称“南维柯”),今后将专注于依维柯品牌的经营。跃进品牌业务将从南维柯分离。

上汽依维柯红岩商用车有限公司(以下简称“上依红”),原为上汽集团和依维柯50:50合资成立的上汽依维柯商用车投资有限公司(以下简称“上依投”)持股67%,重庆机

电控股(集团)公司(以下简称“重庆机电”)持股33%。股权经过调整后,上汽集团将通过增资直接持股53.92%,重庆机电持股增加至34%,上依投持股减少至12.08%。

上汽集团和依维柯进行此次重组的目的,是为了积极应对中国经济增长带来的产业变革,满足不断升级的客户需求。

“中国是全球最大的商用车市场,也是依维柯重要的战略性市场之一,”依维柯亚太区总裁Michele Lombardi先生说,“通过此次重组,我们将优化在华投资结构,专注于依维柯品牌的经营,率先发展可持续运输。依维柯拥有丰富的商用车和客车丰富的产品系列,具有技术领先、全生命周期成本

低、性能卓越的领先优势,是中国消费者理想的商业伙伴。今后,我们将向中国引入最好的技术和产品,同时为合资企业产品的出口创造机会。”

“整合跃进业务,增资上依红对上汽集团‘十三五’规划至关重要。此次重组将有助于上汽集团完善商用车产品线,促进资源整合,获取规模效应,推动2020年商用车业务目标的实现”,上汽集团副总裁蓝青松表示。

上汽集团和依维柯会一如既往地紧密合作,发挥各自优势,共同推动在华合资企业的发展,致力于满足不断变化的客户需求。

(鄂贤敏)

卡罗拉跨界营销再出新招

在整个商业领域中,比起快速消费品,车企一直采取着相对保守的营销风格。然而随着日趋激烈的市场竞争以及更加丰富多元的新媒体营销渠道的涌现,常规的营销手段,似乎不再是明智之选,年轻消费者的崛起,也让车企不得不重新审视用户的购买需求以及触媒习惯。

一直以低调务实而闻名的丰田汽车,在营销创新方面却从不落于人后。一汽丰田主打幸福升级的新COROLLA卡罗拉与江苏卫视《我们的挑战》强强联合,成为节目指定用车。综艺节目与车企的跨界合作早已不是新闻,此次合作亦不是一汽丰田首次与综艺节目合作,但却充分体现了一汽丰田在跨界营销领域日趋成熟的战略眼光,因为它不仅跨得很远,而且跨得很深。

《我们的挑战》是一档大型真人秀节目。每期节目都有着不同的主题,深入到来自各行各业的普通劳动者的工作和生活场景中,一起完成一系列艰难的任务挑战。这样的人群正符合在全球拥有超过4300万家庭用户的卡罗拉,以及其在平凡中彰显不凡的产品调性。汽车由于具有作为交通工具的产品特



卡罗拉跨界营销再出新招

殊性,在跨界合作中有着非常宽泛的合作范围,几乎可以与所有户外活动进行结合。产品特性、设计理念、品牌概念也同样有着非常强大的包容性。所以,此次新COROLLA卡罗拉与《我们的挑战》的合作,可谓是在深度上不断下沉,旨在与消费者产生更深层次的情感共鸣。

一汽丰田与《我们的挑战》的合作为新COROLLA卡罗拉赚足了眼球,但显然一汽丰田的目标不止于此。借助《我们的挑战》带

来的强劲势头,新COROLLA卡罗拉在冬季婚博会再次为一汽丰田的跨界营销锦上添花。听起来汽车与婚博会毫无关联,可婚博会背后隐含的幸福却恰恰是这次合作的神来之笔,再次强化了新COROLLA卡罗拉的幸福标签。卡罗拉作为全球最畅销的家用车,对于新婚家庭的意义不言而喻。这次与婚博会的合作正是新COROLLA卡罗拉对目标消费群体的又一次精准洞察,不仅在会场设有车辆静展区,更是加入了外场的试驾环节,在实际的用车体验中引发新婚家庭对婚后生活的憧憬,在消费者心中埋下幸福的种子。

好的产品与服务是与用户建立沟通的基础,而品牌主张、价值观、号召力等则更有利于建立与巩固消费关系,因此企业需要在与用户的沟通中将信息有效地传达给精准的受众人群。近年来,一汽丰田在营销活动中频频出新,尤其是倾向于年轻消费者的卡罗拉,不断打出年轻化的营销组合拳,不仅吸引了大量消费者的目光,更是在行业内频频引发热议。

(网车)

便民服务 QQ:2581962219 收费标准: (45)元/行(13字)行 广告热线 028-69959066 地址:红星路二段70号四川报业集团3楼310A

都江堰市市场和质量管理监督管理局 吊销营业执照行政处罚公告 蜀市监告字(2016)04-002号

成都市时空引擎距离网吧等26户企业涉嫌开业后自行停业连续六个月以上的行为,违反了《中华人民共和国个人独资企业法》第三十六条之规定。在依法向当事人调查过程中本局已依法向当事人告知其享有的有陈述、申辩的权利,也可以要求举行听证权利。2016年12月7日本局向当事人公告送达了行政处罚听证告知书。当事人在法定期限内未提出异议。本局认为:当事人在企业成立后无正当理由自行停业连续六个月以上,该行为违反了《个人独资企业法》第三十六条,构成违法。本局决定:吊销营业执照。处罚决定书送达日期:2016年12月23日

都江堰市市场和质量管理监督管理局 吊销营业执照行政处罚公告 蜀市监告字(2016)04-003号

都江堰市中兴镇上元村商店等24户企业,涉嫌违反了《中华人民共和国个人独资企业法》第三十六条、《个体工商户条例》第二十条、第三十条、《实施细则》第五十条、第五十九条和第六十三条之规定。在依法向当事人调查过程中本局已依法向当事人告知其享有的有陈述、申辩的权利,也可以要求举行听证权利。2016年12月7日本局向当事人公告送达了行政处罚听证告知书。当事人在法定期限内未提出异议。本局认为:当事人未按规定办理注销登记,该行为违反了《企业法人登记管理条例》第二十条“企业法人歇业、被撤销、宣告破产或者有其他终止营业情形,应当向登记机关办理注销登记”的规定,构成违法。本局决定:吊销营业执照。处罚决定书送达日期:2016年12月23日

成都市蜀友信息科技有限公司 注销公告 蜀市监告字(2016)04-003号

成都市晶恒汇信息技术有限公司 注销公告 蜀市监告字(2016)04-003号

成都市晶恒汇信息技术有限公司 注销公告 蜀市监告字(2016)04-003号

四川省汇客健康管理咨询有限公司 注销公告 蜀市监告字(2016)04-003号

成都道通餐饮管理有限公司 注销公告 蜀市监告字(2016)04-003号

成都道通餐饮管理有限公司 注销公告 蜀市监告字(2016)04-003号

成都道通餐饮管理有限公司 注销公告 蜀市监告字(2016)04-003号

成都道通餐饮管理有限公司 注销公告 蜀市监告字(2016)04-003号

成都道通餐饮管理有限公司 注销公告 蜀市监告字(2016)04-003号

成都道通餐饮管理有限公司 注销公告 蜀市监告字(2016)04-003号

成都道通餐饮管理有限公司 注销公告 蜀市监告字(2016)04-003号

成都道通餐饮管理有限公司 注销公告 蜀市监告字(2016)04-003号

成都道通餐饮管理有限公司 注销公告 蜀市监告字(2016)04-003号

成都道通餐饮管理有限公司 注销公告 蜀市监告字(2016)04-003号

成都道通餐饮管理有限公司 注销公告 蜀市监告字(2016)04-003号

成都道通餐饮管理有限公司 注销公告 蜀市监告字(2016)04-003号

成都道通餐饮管理有限公司 注销公告 蜀市监告字(2016)04-003号

本人李灵芝(身份证:5129241970213006X)2016年11月5日从利安人寿保险股份有限公司四川分公司离职,特此声明

本人李春莲(身份证:513025197612294209)2016年11月2日从华康保险股份有限公司四川分公司离职,特此声明

本人李春莲(身份证:513025197612294209)2016年11月2日从华康保险股份有限公司四川分公司离职,特此声明

本人李春莲(身份证:513025197612294209)2016年11月2日从华康保险股份有限公司四川分公司离职,特此声明

本人李春莲(身份证:513025197612294209)2016年11月2日从华康保险股份有限公司四川分公司离职,特此声明

本人李春莲(身份证:513025197612294209)2016年11月2日从华康保险股份有限公司四川分公司离职,特此声明

本人李春莲(身份证:513025197612294209)2016年11月2日从华康保险股份有限公司四川分公司离职,特此声明

本人钟英(身份证:51132119703161085)2016年11月1日从中国人寿保险股份有限公司南充中心支公司离职,特此声明

本人钟英(身份证:51132119703161085)2016年11月1日从中国人寿保险股份有限公司南充中心支公司离职,特此声明

本人钟英(身份证:51132119703161085)2016年11月1日从中国人寿保险股份有限公司南充中心支公司离职,特此声明

本人钟英(身份证:51132119703161085)2016年11月1日从中国人寿保险股份有限公司南充中心支公司离职,特此声明

本人钟英(身份证:51132119703161085)2016年11月1日从中国人寿保险股份有限公司南充中心支公司离职,特此声明

本人钟英(身份证:51132119703161085)2016年11月1日从中国人寿保险股份有限公司南充中心支公司离职,特此声明

本人钟英(身份证:51132119703161085)2016年11月1日从中国人寿保险股份有限公司南充中心支公司离职,特此声明

律师提示:本刊仅为供需双方提供信息平台,所有信息均为刊登者自行提供。客户交易前请查验相关手续和证照。本刊不对所刊信息及其真实性承担责任。