

品牌观察

品牌热线

13916082031

(电话时间:周一到周五,10点到17点)

快消品借网媒招揽“粉丝”

近日,麦当劳宣布将联合大旗网,推出“抱团吃早餐”活动。除了麦当劳之外,可口可乐的网络营销也很有特色。创新元素已成为快速消费品企业创收的利器,越来越多的商家开始利用互联网对产品进行营销,以拉近品牌和消费群体的距离

麦当劳网上频“冲浪”

近日,麦当劳宣布将联合大旗网,推出“抱团吃早餐”活动。据介绍,成功注册的团长或者团员都有机会获得麦当劳早餐食品兑换单或者麦当劳尊享卡。最终凭借积分,人气最高的前三名团队和个人可以获得超级团队奖和超级个人奖,同时即刻享有麦当劳早餐兑换单和一个月免费享用麦当劳早餐的机会。此外,麦当劳还为此次活动准备了NBA腰带,阿迪达斯名片夹、吊牌等礼物。

其实,“抱团吃早餐”并不是麦当劳在网络上的第一次尝试。此前,麦当劳今年2月起向所有顾客提供7天24小时不间断的超值食物。为推广这一活动,麦当劳全球第一家淘宝网“麦当劳天天超值店”开张,推出了16.5元倒拍活动,即以网络倒拍的方式,将原价数十元至数百元的商品以买一送一的方式拍卖。产品包括笔记本电脑、手机、化妆品、mp3、挂件、零食等等。

麦当劳的网店开设在国内最具影响力的网络营销和购物平台——淘宝网上,淘宝网拥有1亿位注册用户,在年轻网民中有不错的基础。在这些用户中喜欢网上购物的年轻网民占了很大比例,他们正是麦当劳6元套餐的主推目标客户。淘宝网有现成的BBS,每天有数万人浏览,注册会员更是习惯在那里交流心得,信息传播速度飞快,但麦当劳却不需要为此支付任何系统维护费用。

互联网没让商家失望

快速消费品,是指那些使用寿命较短,消费速度较快的消费品,包括了食品、个人卫生用品、烟草及酒类和饮料。消费者对快速消费

品的购买习惯是:简单、迅速、冲动、感性。

除了麦当劳之外,可口可乐的网络营销也很有特色。在网络营销实践已经有些年头的可口可乐公司,其初期也曾尝试多方合作,如将其iCOKE网络平台与新浪网进行合作,加大营销传播力度。

红牛中国自2001年左右开始,便广泛地运用网络来进行内部传播和外部传播,一系列类似redbullwork.com、redbullmoto.com、redbullhoops.com等等的网站先后建立,全面为消费者进行信息的传递和营销互动,成为红牛品牌文化传播的一个重要途径。

打造品牌新“粉丝”

互联网很少让商家失望,尤其对于快速消费品。消费者自主消费意识增强,创新元素已成为快速消费品企业创收的利器。新包装、新功能、新口味、新的营销形式无时无刻不在试图抓住消费者的眼球,而日益理性的消费者对于新生事物趋向于从网络获取相关信息。因此,越来越多的商家开始利用互联网对产品进行营销,以拉近品牌以及产品和其最大的消费群体——年轻人的距离。

互联网的魅力在于其永远能做到应时应景。网络总是能巧妙地地为任何事情造势,对于快速消费品而言,这种“势”常常在潜移默化中牵引着消费者的购买神经。

作为终端购买品,快速消费品要想获得强劲的竞争力,两个方面的因素需要倍加关注,第一,品牌效应;第二,价格优势。有针对性的网络广告有利于深化快速消费品的细分市场,其与消费者互动式营销方式更有利于在消费者心中创建品牌形象,提高消费者的品牌忠诚度。文/肖芳

品牌活动

青春舞动 魅力四射

——“百对新人、百年双喜”评选出前10对新人

由上海烟草(集团)公司主办的“百对新人、百年双喜”大型婚庆文化总决赛评选于日前举行,前10对新人中脱颖而出。8月1日早上,20对新人来到烟草大礼堂中华园,进行了“青春舞动”20进10的评选。由著名笑星王双庆、上海电视台主持人沈婷、著名喜剧演员娇娇及烟草(集团)公司有关领导组成的评委组对新人们的才艺和知心默契度等进行了综合考评打分,并最终产生了入围的前10对新人。10对新人中有3对来自长三角地区的南京和临安,充分体现了今年“缘起浦江畔 情定长三角”的活动主题。



新人们表演时服装特别专业,体现了新人们对这次活动的重视和热爱。整个活动竞赛表演的氛围也充分展示了“红双喜”品牌喜庆和快乐的文化。

结婚是人生的一件大事,也是每个年轻人都要经历的人生体验,如今的婚礼形式越来越多样化,“百对新人、百年双喜”的大型婚庆文化总决赛,向社会展示了现代青年面对婚姻的积极心态。该活动连续四届成功举办,已经成为上海婚庆礼仪的一个品牌活动。本届活动以“缘起浦江畔 情定长三角”为主线,以娱乐竞技的评选方式展示婚礼文化,迎合了时下年轻人追求丰富生活的普遍心理。明年是上海世博会,此次大型婚庆活动同时融入了很多世博元素,激发了年轻人积极向上的爱国热潮。

活动前十名已经产生,最后的比赛将设立三个等级奖项,谁将获得大奖既是悬念,又似乎唾手可得,相信这10对新人肯定会更加紧张地“备战”,届时获奖评选晚会会在电视台转播,让我们为他们加油,呼一声:新人们,加油。文/小舟

ASK 智能通信平台:化繁为简好帮手

来自荷兰的智能沟通系统

通信方式的改善,在各行各业都可取得立竿见影的效果。有了一套智能高效的通信平台系统,可以整合行业各种资源,统一后台管理和调度,通过自动识别用户电话,基于用户个人资料和历史记录,针对不同层次的用户,直接联络最佳的候选人员来匹配公司客户需求。这就是自适应系统的概念精髓,也是ASK智能通信平台的由来。

ASK公司在2003年推出的ASK智能通讯平台,在社区物业服务系统、家政服务、老年人健康保障系统、欧洲人力资源应用、志愿者和社工的发动及调配、人才管理中心、银行人事调度管理等领域已经开始得到广泛应用。

荷兰ASK公司总部位于荷兰鹿特丹市,公司拥有全球四家子公司。目前,在欧美、Vestia、TNT、辉瑞制药、强生制药等都是ASK智能通信平台的使用客户。

高效迅速得到结果

一家会展公司需要邀请大量参展企业,确认展会时间及相应通知,会展公司的职员只需在ASK智能通信平台上批量导入需要联络的

大量通讯名单,编辑信息文字,甚至无需录音,平台就会根据名单自动与联络人联络(语音/短信/电子邮件等),并采集他们的反馈。被联系人接到电话之后只需根据语音选择相应按钮,而会展职员就能通过平台实时看到参与人员名单,并自动分组,职员可选择再次通过系统打电话/发短信/电子邮件确认,在短时间内就可以完成任务。

“化繁为简”带到中国

ASK中国(上海爱适软件科技有限公司)总经理郭尔东表示,公司于2007年6月开始营业,目前在中国应用于物业、物流、公关及活动公司、人力资源中介等,还有相应的社团、会员组织及非赢利的慈善组织。

5·12地震后,上海的陆家嘴一幢办公大楼想成立紧急疏散方案,对于整栋大楼内的数千家公司和数万名员工,如何在最短时间内发出紧急疏散通知是一个难题。而通过ASK,系统可以自动与办公楼内每个楼层的相应公司取得联系,在同一时间对数万名楼内职员发出语音通知、短信通知或以其他方式通知。一个复杂繁琐的紧急疏散工作通过ASK就变得不那么困难了。文/蔡欣

新锦江长乐坊推创意菜肴

清新的环境,配上美味佳肴,主营川沪菜的新锦江长乐坊近日特别推出各色创意菜肴。

冷菜有鲜滑爽口、酒香沁心的“糟醉合拼”,将新鲜的毛豆、鸭舌与河虾经受糟卤的洗礼,油脂尽消,能起到健胃健脾的作用,趣味的摆盘方式让人食欲大增。还有鲜嫩诱人的大盘“走地白切鸡”,以散养鸡为原料,肉质紧致,汁稠味美,饕餮欲滴。

热菜中的“蟹粉烧三宝”用鲜美的竹笋为汤汁做底,加入含有丰富蛋白质的鱼唇、鱼肚和鱼翅,用料丰富,色面鲜亮,鱼唇更丰富的胶原蛋白,是抗衰老的佳品。酸甜开胃的



“恰香如意虾”,弹性十足,恰到好处。更有地方特色的“风肉安吉笋”和各式特色美食,让您一尝“鲜”滋味。文/图 魏佳

海润阳光

置业上选 度假休闲 户户观海

坐拥青岛海岸 著名海阳万米黄金海水浴场
2012年亚洲沙滩运动会举办地国家4A旅游度假区

精装修观海公寓, 全款13.5万/套

专业酒店管理公司管理
经营“潜”景巨大
著名北国南海岸避暑度假圣地

上海恒都房产 异地楼盘(上海)销售中心

异地置业找恒都

诚征江、浙楼盘代理

财富热线: 60955110 60955109
60955139 60955128

www.shhdc.com

接待中心 上海澳门路356号三幢大厦9楼D座