

# 金牌策划

## 用思路决战市场

对于营销工作者来说,谁策划的活动更到位、更有力度,才是对他们职业能力最好的审定标准。

好的营销案例就像被称为国术的中国武术,虽然套路各有不同,但都讲究的是以技会友,以德服人,以智取胜。

晚报记者 祁京

### 案名:永乐“冰伐中原”

套路:太极拳 掌门人:张力

简介:2007年6月,郑州晚报联合河南永乐生活电器,推出了为期一个月的“冰伐中原”大型空调展销活动,在整个6月,由于“冰伐中原”系列空调展销活动的启动,空调的实际销售价格下降了20%,而空调的整体销售则增长了135%。通过此次活动,媒体、厂家、商家在各自的专业领域都取得了一定的突破。这一媒企联合的活动形式,已经成为郑州家电市场一道亮丽的风景。

动作要领:太极的精髓,不说大家也能略知一二,以静制动,以柔克刚是作为高端武学的太极拳的最大妙处。在营销中,我们也要有这样的功夫。面对高涨的空调价格和燥热的天气,永乐的营销不但有硬性降价,还有柔性服务,刚柔相济,相得益彰。

### 案名:国美奥运领跑

套路:长拳 掌门人:常艳萍

简介:2007年9月4日,河南国美电器举办了“盛世迎奥运国美领跑”活动。活动向公众传递了“国美电器与奥运同在”的信息,表达了国美领跑中国家电连锁业的信心。国美电器“快速、高效、创新”的发展理念与“更高、更快、更强”的奥运精神相吻合,奥运所代表的激情、竞技、拼搏、健康向上等内涵无形中为国美的服务融合在一起,为国美品牌注入了活力。

动作要领:长拳,北方拳术的精髓,姿势舒展、动作灵活,快速有力,节奏鲜明,并有蹦蹦跳跳、闪展腾挪、起伏转折和跌扑滚翻等动作与技术。有类似国美这样采用长拳短打的方式,既传达了奥运精神,又宣传了品牌形象,还进行了商品促销。

### 案名:苏宁启动空调服务“阳光快车”计划

套路:九节鞭 掌门人:丁洁

简介:苏宁针对2007年3-5月份所做的一份消费者调研结果,针对各类消费者的服务需求,整合自身服务软硬件资源,经过科学的评估和模型预测,制定了五类套餐式送装配套服务,分别命名为“阳光快车D系列”、“阳光快车T系列”、“阳光快车Z系列”、“阳光快车K系列”和“阳光快车L系列”,整体则被命名为“阳光快车”计划。

动作要领:人们常以“抡起似车轮,舞起似钢棍”,“收回一团,放击一片,收回如虫,放击如龙”来形容九节鞭的运动风格。而苏宁的“阳光快车”计划正体现了九节鞭收放自如的特性,通过一系列套餐的设置,加上科学的评估,近可攻市场,远可打品牌。

### 案名:五星家电模特大赛

套路:少林棍 掌门人:黄岩

简介:2007年8月,由郑州晚报主办、五星电器承办的海尔杯第三届电器模特大赛顺利举办。电模大赛为五星和消费者之间搭建了一道亮丽的平台,今后五星将坚持推广此类活动,为树立良好的品牌形象努力。

动作要领:棍为无刃长兵,素有“百兵之祖”之称。演练棍时要求手臂同热,身棍合一,力透棍尖,风声雷动。兵家素有“棍扫一大片”的说法。而五星的家电模特比赛,就是把少林棍的精髓用到了极致。

### 案名:八方数码团购活动

套路:单刀 掌门人:崔捷

简介:2007年11月八方数码联合郑州晚报大型数码团购活动,报名人数达到200多人,团购数码150多台,是八方与晚报举办10余次团购活动中报名人数最多,团购机器数量最大的一次。

动作要领:刀术的特点是勇猛快速、气势逼人、刚劲有力。而对于消费者来说,没有什么比团购的力度更能震撼他们的了。晚报和八方数码联合的团购持续已经有多,每次都能吸引大量的消费者,靠的就是实实在在的功夫。

### 案名:迪信通手机数码宝贝大赛

套路:八卦掌 掌门人:徐丹

简介:2007年6月23日,第二届“迪信通-索尼爱立信杯”手机数码宝贝大赛郑州赛区的比赛,在迪信通二七总店隆重举行,近百名佳丽参加比赛。这次举办的

第二届“迪信通-索尼爱立信杯”中国手机数码宝贝大赛是全国性的以电子时尚产品为特殊载体的时尚竞赛活动。

动作要领:八卦掌以掌代拳、步走圆形,突破了以拳为主、步走直线的传统拳法,其步伐左右旋转,绵绵不断。而迪信通手机数码宝贝大赛就是一个类似八卦掌的活动,靠着灵活的形式,不落俗套的步法,走出了自己的路子。

### 案名:中州通讯“图霸中原”活动

套路:齐眉棍法 掌门人:王冲

简介:2007年9月,中州通讯各连锁店开展“图霸中原”活动,内容包括:购机的教师凭教师证免费送50元话费;购机送液晶电视;购机送100元MP3现金券等活动,真正丰富乐消费者的购物活动。

动作要领:武林中把棍作为“武术之王”。齐眉棍舞动时灵活多变,棍声呼啸,气势极为勇猛。“图霸中原”就是这样一个活动,虽然活动力度让人感觉不是很大,但是气势很猛,只是“图霸中原”的名字就给人一种霸气。

### 案名:新亚“简·爱”助学活动

套路:钩 掌门人:曹朋举

简介:郑州晚报联合新亚手机连锁从2007年6月29日开始推出“简·爱”助学活动,目的是扶持、帮助成绩突出与品行兼优但因家境贫寒不能支付学费的学生顺利完成大学学业。在8月20日的“简·爱”助学活动捐赠仪式上,新亚手机连锁负责人曹朋举表示,在资助三名寒门学子学费之外,还将在第一学年内,给予三位贫困学子每人每月200元的生活补助,并和他们保持联系,了解他们入学之后的困难,尽力帮助他们。

动作要领:钩亦兵器也,似剑而曲,似刀非刀,外观似平顿无锋,实则内藏玄机,招式变幻莫测,往往出奇制胜。而钩又是最温情的营销手段,这个暑假,我们和翔亚双钩出击,用温情划开冰冷。

### 案名:八方通讯“手机民俗文化节”

套路:八极拳 掌门人:王建华

简介:2007年4月14日,由郑州晚报、中国移动、八方通讯和忆通手机连锁联合筹办的大型“手机民俗文化节”在八方主卖场天然商厦举行。这届展现我省具有深厚文化底蕴的民俗民间工艺的盛会,由省近20位各个行当的手工艺家加盟参演。

动作要领:八极拳至刚至勇,大开大合之间有着一一种大气在其中,而动作的简练也发出他来自民间的质朴。年初,八方和忆通联合的“手机民俗文化节”就是这样一个大气的活动,体现了中原文化的大气、自然,有很强的文化气息。

### 案名:长远股票手机特卖会

套路:南拳 掌门人:刘飞亚 李明

简介:2007年5月份开展“股票手机特卖会”,邀请资深证券专家免费现场为广大股民咨询解释,顾客还可以免费下载三方股票软件;2007年国庆期间从泰国重金力邀当红人妖艺人在长远系统各连锁店巡回演出,并免费赠送顾客合影留念。

动作要领:南拳的特点是门户严密,动作紧凑,以小打大,以快打慢,长远的这次策划也正符合这一要领。紧跟市场热点,以小打大,以快打慢,突出了策划的时效性和热点性。

### 案名:格兰仕“08年度格兰仕家电文化节”

套路:翻子拳 掌门人:张国斌

简介:12月由河南信阳举办的“格兰仕首届家电文化节”辐射全国市场,其反映的积极性,是可以在全国市场树立一个榜样。通过全国大规模的活动形式,逐步提高二、三级城市的品牌认知度,增强经销商信心与决心,指导各区域活动操作执行。

动作要领:翻子拳是李连杰最擅长的套路,短小精悍,动作紧凑,易攻易守,气势勇猛。以这个拳种来形容格兰仕的“08年度格兰仕家电文化节”,可以看出其以小市场带动大市场的操作思路。

### 案名:创维“家电社区行”赢得好评

套路:剑 掌门人:侯曼丽

简介:2007年11月8日,郑州晚报、创维彩电联合推出了“家电社区行”活动,在这次社区行活动中展示的酷开电视,本身带有3000多首歌曲播放功能,随时随地可以唱歌。创维家电的负责人张蓓告诉记者,正是借助展示家电产品的机会,他们开展了社区卡拉OK比赛。

动作要领:剑属双刃短兵,素有“百刃之君”的美称。剑术的特点是轻快、敏捷、潇洒、飘逸、灵活多变。创维策划的家电社区行活动,不但大气,而且灵活多变,非常贴合消费者的需求。

### 案名:海信推出平板电视“三三五免”服务标准

套路:枪 掌门人:刘贵贞

简介:自2007年4月3日起,海信平板电视的显示屏保修期限将由1年延长为3年,整机、自制解码板保修1年。同时,对于前3年内购买的产品也享受新的服务标准。该服务标准称之为“新三三五免”,第一个“三”为:整机1年包修、有质量问题7天包退,15天包换;第二个“三”为:显示屏保修3年;“五免”为:免费设计、免费安装、免费送等。

动作要领:枪,是古代四大兵器之一,誉称“百兵之王”。枪法讲究平正迅速,而海信“三三五免”服务标准,不但出枪平直,而且准备到位,切实解决了消费者对于电视售后的疑惑。

