



年度策划精英奖候选

付晓 郑州移动市场部宣传主管

付晓负责郑州移动市场部的市场宣传工作,2009年,面对电信重组后激烈的外部市场竞争环境,她负责的品牌宣传活动主要围绕G3上市、品牌形象提升等方面开展了丰富多彩的工作。

借助5·17.G3上市时机,以“抢鲜G3生活”为传播主题,利用G3业务巡展的形式进行G3业务的体验式传播。创造性地和汽车4S店合作,采用资源互换的形式,4S店通过对前来保养的私家车赠送汽车礼品的手段吸引客户在自己的私家车上张贴G3车贴。推出3个第一人,即第一个3G客户、第一个3G上网卡客户、第一个3G上网本客户,在社会上迅速形成3G河南第一的口碑效应。随后的3G大篷车巡展,让更多的消费者近距离接触到了3G。

结合全球通、神州行、动感地带不同的品牌特性,面向三个不同市场开展了丰富多彩的品牌活动,有效拉近了品牌和客户之间的距离,为各项营销活动的开展进行了铺垫。结合公司不同时期宣传重点及品牌营销活动的诉求点,通过平面广告、广播、电视、户外、公交车体、候车亭等媒介进行了及时有效的宣传,为品牌营销、品牌形象塑造提供了支撑。



张娇 郑州移动综合部文秘

现在负责郑州移动的形象宣传工作。在工作中,她兢兢业业,甘于奉献,先后获得“窗口服务标兵”、先进工作者等荣誉。在担任新郑营业部中华路营业厅主任期间,带领中华路营业厅全体员工在公司服务的考评中取得优异成绩;2005年,参加公司团委举办的“青年员工岗位成才演讲比赛”获得一等奖,并先后获得省公司、市公司颁发的“先进信息工作者”荣誉称号。



2009年,张娇及郑州移动综合部以“提升企业向心力、扩大企业影响力”为目标,以公关策划、整合传播、文化行销、事件营销、公益活动等为手段,组织实施了大型宣传活动。今年年初,结合TD建设策划了大量报道,《我们是第一批建设3G的人》、《3G美好生活畅想》等引起了强烈的反响。8月份,围绕“数字郑州”这一主题,宣传突出“数字郑州”为提升郑州信息化水平、助力全市各个行业的信息化建设、老百姓生活的改变等市民感兴趣的信息化应用,收到了良好的效果。9月8日是郑州移动成立十周年之日,张娇在多家媒体采用形式各异的宣传方式,积极宣传郑州移动十年来的发展历程。

梁肇云 郑州联通市场部宣传策划主管

毕业于河南大学计算机应用专业,从事广告宣传策划工作十年,一直致力于企业品牌管理、媒体投放策略、产品包装推广、公关促销活动组织等方面的学习、研究和实践。在郑州市历届大型宣传活动中,被郑州市人民政府授予“第十一届商交会先进个人”荣誉称号,其策划的参展方案多次被组委会评选为“最佳特装奖”。

2009年年初,成功策划实施了“联通高层进校园”品牌文化宣传推广活动,通过连续八场题为“精彩文化 精彩人生”的励志讲座,将新联通积极进取的品牌内涵,播洒在了大学校园。成功策划了中国联通全业务“沃”品牌郑州地区的上市宣传推广工作,借助5·17世界电信日契机,运用整合传播策略使“精彩在沃”的品牌主张深入人心。策划实施了“沃·3G友好体验客户招募”活动。圆满完成了“全国科普日”联通参展方案;成功策划并举行了郑州市人民政府与郑州联通信息化战略合作框架协议签约仪式。策划了“联通沃·3G正式商用”系列宣传推广活动。实施了“中国联通iphone河南首销仪式”。11月,策划实施了“郑州联通沃3G 186珍稀吉祥号 爱心助学义卖”活动。



钱强 郑州电信市场部副主任

高校是移动业务的“兵家必争之地”,在郑州电信“天翼”刚起步的情况下,钱强对高校市场也进行了积极开拓。针对天翼产品特点,钱强包装出极具个性的产品卖点,如推出免费电话的卖点、3G卖点、校园网俱乐部卖点等。

在天翼校园专营店的基础上,进一步完善销售渠道,组建直销渠道,与现有校园销售渠道进行合作等,结合主动与被动销售模式,突出各种渠道的互补和协作。



在省公司和公司领导的统一部署下,钱强与市场部其他同志一起,针对2009年的高校市场进行了周密的策划布置。在具体实施中经常深入到工作一线,与员工一起面对客户,及时收集了解市场情况,调整相关政策和措施,并根据市场特点,推出各类宣传方案和现场活动;检查指导各类渠道的业务开展情况,对发展中存在的问题进行及时纠正。

在高校市场中,学生逐步了解中国电信,天翼品牌也逐步得到学生的认可,天翼用户也逐步增多,很多学校的学生组织和电信建立了长期的合作关系,为电信业务在高校的发展奠定了很好的基础。

年度营销精英奖候选

侯改子 郑州移动集团客户中心主管

在郑州移动集团客户中心营销业务组工作。在这个团队中,她全面负责动力100集团产品的营销和日常管理。

动力100是专为中小集团开发的通信产品,在业务推广初期,她认真分析目标客户的通信特征及需求点,赢得了消费者对动力100产品的接受。同时,她还不断创新营销模式,提出以行业应用带动产品规模发展的营销思路,促进信息化收入的稳定增长。在推广手机邮箱产品时,了解到消防部门与各单位安全管理员之间需要定期的沟通交流,就提出在移动托管平台上建立统一邮箱域名的电子邮箱,使消防部门定期将消防法规、消防知识、检查通告以及消防提醒等信息发送到每一个安全员邮箱中,并通过托管平台推送到相应手机上,从而让企业第一时间了解到消防信息。此外,还利用该产品与税务局结合为纳税人提供税收政策、纳税信息以及网上报税流程宣传,促进税收征管工作的信息化和专业化;在大学校园内加强手机邮箱与“校邮录”的融合;结合“大学生村官”政策开展手机邮箱的规模应用等,以行业化营销带动规模化发展,发挥市场的规模效应。



彭刚 郑州联通宽带业务营销主管

毕业于北京邮电大学光缆通信专业。从事互联网宽带业务营销工作9年,一直致力于宽带业务市场调查和分析,宽带产品、业务及营销方案的规划和实施。

2009年第一季度,策划实施了“精彩新联通 畅想新生活”主题营销活动。二季度策划实施了“联通你我 宽带有礼”主题营销活动,通过“宽带社区行”活动和“农村结婚新人”宽带促销活动,把联通宽带的良好服务传播到大街小巷和田间地头。三季度策划实施了“暑期宽带”主题营销活动,四季度初策划开展“年终回馈”主题营销活动。



2009年1月份开始,在宽带营销工作的同时一直配合政府相关部门开展互联网网站备案和互联网有害信息巡查工作,多次配合公安机关办理网络案件。制定了《郑州联通互联网信息安全管理规范》,一方面开展手机网站专项整治工作,一方面把握住市场需求,策划互联网信息安全服务产品,既实现了社会效益,又实现了公司效益。

杨家明 郑州电信市场部副主任

2009年是中国电信全业务经营的元年。根据中国电信集团公司南北人员交流、支持北方业务发展的要求,杨家明被派至郑州电信。

虽然远离家乡和亲人,面临着全新的市场环境和压力,但他不但很快就适应了郑州的工作,还以极端负责和热忱的态度,以全国电信一家人的责任心进行着工作。

为有效满足家庭客户日益多元化和个性化的通信及信息应用需求,郑州电信根据客户消费习惯和消费特点细分市场,针对客户的差异化需求推出“我的e家”业务和营销服务举措,让客户更加自

由、便利地使用中国电信固定电话、宽带和天翼移动等多种语音和数据业务。杨家明带领着市场部相关人员,每天不停奔波在市区和郊县各个营业部之间。白天,收集营业员、客户经理对“我的e家”业务的理解,了解客户对产品套餐的实际需求。晚上,连夜汇总分析问题,讨论、提炼产品卖点,商量制定更加贴近客户的营销脚本、开发配套业务的培训课程。同时通过组织强化培训,提升一线人员的服务亲和力、业务处理能力,确立“确实是在帮忙客户选择他需要的东西”的理念,以优质的服务在经营与竞争中赢得客户,提升中国电信的品牌。

