

年度最佳行业策划团队奖



郑州移动市场部

获奖理由:最活跃的市场部

动强调的是品牌经营,“全球通”、“动感地带”、“神州行”三大品牌的思路清晰,品牌活动为客户量身定制。

为了不断巩固全球通、动感地带和神州行三大品牌的市场地位,2009年,郑州移动市场部积极开展了各品牌营销活动。

全球通进一步深入地为消费者服务,全球通商家联盟连续组织在大商和正道花园的会员专场,积分兑换让全球通会员享受到尊贵和便利,以全球通VIP大讲堂为代表的各种专业性会员讲座服务掀起了头脑风暴。

神州行品牌通过开展电影放映等地面活动,强化品牌认知,传达“亲情”内涵。全年下乡放映电影800多场,送戏曲下乡20多场。

动感地带则以街舞巡演和3G巡展的方式,向消费者宣传动感地带品牌形象,先后开展了张杰、许如云歌友会活动、郭峰走进校园钢琴音乐会活动。

G3品牌唱响中原

2009年是中国3G元年,中国移动的3G品牌“G3”抢先面世,而“G3”品牌在郑州的推广和服务,则落在了郑州移动市场部身上。

郑州移动市场部以自己的智慧打响了“G3”宣传的第一仗。G3巡展让3万多郑州消费者第一时间体验到了3G的魅力,近3万辆汽车贴上了G3车贴,0元购3G手机,高补贴购买TD上网本,在省会郑州刮起了一场3G风暴。

郑州移动市场部策划的“G3”宣传推广活动,让郑州市民了解了3G,用上了3G,也喜欢上了3G,也让“G3”这个3G业务品牌成为引领3G时代的标志。

“策划”这个词听起来很时髦,但做起来却很实在,它关系到我们使用通信产品时的方方面面。

你正在参加的存话费送话费活动,你正在享受的积分兑换礼品活动,你正在欣赏的3G体验活动……这些其实都离不开策划,也正是因为这些策划,让我们的手机生活变得更加精彩。因此,晚报要代表消费者,奖励那些作出了精彩策划的集体和个人。

而通信行业的策划,既有个人英雄主义的灵光一闪,也有集体智慧的结晶;既有市场营销的独到,也有企业形象的扩展。而营销,是通信行业最重要的一环。市场的运作,离不开创意和策划的灵光,离不开对消费者注意力的把握,有着这样良好策划和营销能力的人,就是通信行业的策划精英和营销精英。

晚报记者 祁京

200多项通信业务,180家自建营业厅,4000多家社会合作店,全年上百种业务活动……这些,就是中国移动通信集团河南有限公司郑州分公司市场部在2009年所要负责的全部工作。

三大品牌深入人心

郑州移动市场部主任曲登攀表示,郑州移

郑州联通市场部

获奖理由:固话、宽带、手机一个都不能少

郑州联通市场部要同时兼顾固定电话、网络宽带和手机三项业务,是名副其实的“全业务市场部”,作为一个伴随着通信行业重组成立起来的新部门,郑州联通探索出了一条经营全业务的新路子。

“最小营销单元”显威力

2009年,根据客户的消费需求,郑州联通大力开展渠道补点与建设,目前已经建成满足服务市民需要的渠道覆盖网络,其中设立自有营业厅100余个,社会渠道5000余家,同时开通全国统一的www.10010.com网上营业厅。

根据公司统一部署安排,市场部面向用户推出最小营销服务单元的服务模式,着重突出精准营销、精细经营、精造网络、精心服务。将城区和农村划分为若干个最小营销服务单元,每个小单元由

1名社区经理(乡镇营业部经理)和若干名客户经理组成小团队,共同做好本单元区域内宽带、窄带的装维及固网、移动网的营销等工作。

“精彩在沃”亮剑3G市场

郑州联通市场部先后实施了全业务“沃”品牌的上市宣传推广、沃3G友好体验客户招募、中国联通iphone河南首销仪式等立体传播活动,极大地宣传了进入3G时代,带给人们工作和生活的变革和便利。

2009年,郑州联通市场部相继成功策划并实施了“全国科普日”联通参展、“沃3G 186珍稀吉祥号爱心助学义卖”、“高招考点联通服务宣传活



动”、“精彩文化 精彩人生”为专题内容的“联通高层进校园”品牌文化等公益宣传推广活动。

郑州联通市场部牵头组织了“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”,为加快郑州信息化建设作出了应有的贡献。

年度策划精英奖

钱强 郑州电信市场部副主任

获奖理由: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,如特出免费电话的卖点、3G卖点、校园网俱乐部等。

在钱强的努力之下,大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。



梁攀云 郑州联通市场部宣传策划主管

获奖理由:2009年,梁攀云的工作几乎都和3G有关。年初,他成功策划实施了“联通高层进校园”品牌文化宣传推广活动。他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,策划了“沃·3G友好体验客户招募”活动,以及Iphone在河南的首销。

2009年年底,梁攀云参与策划了郑州联通沃3G 186珍稀吉祥号的“爱心助学义卖”活动,所得善款全部捐献给郑州高校优秀贫困大学生。



张娇 郑州移动综合部宣传主管

获奖理由:公关策划、整合传播、文化营销、事件营销、公益活动……这些,25岁的张娇得心应手。

不管是春运、省、市两会,拜祖大典,还是2009中国国内旅游交易会、第十四届郑州全国商品交易会等大型展会,只要有郑州移动提供通信保障的地方,就有张娇的报道。

TD的建设、“数字郑州”的建设,在张娇的努力下,郑州市民得以了解这些提升郑州信息化水平的重大举措。

郑州移动成立十周年之际,张娇积极宣传郑州移动十年来的发展历程、展现了企业积极回报社会、争做优秀企业公民的良好形象。



付晓 郑州移动市场部宣传主管

获奖理由:2009年,付晓和郑州移动市场部一道,为郑州市民提供了更加多彩的内容和服务。

无论是“抢鲜G3生活”为主题的G3业务巡展还是第一个3G客户、第一个3G上网卡客户、第一个3G上网本客户的推出,无论是“全球通VIP”大讲堂以及全球通闭店活动的高端服务,还是神州行的大戏院和送电影下乡活动都赢得消费者的热捧;无论是动感地带张杰歌友会活动的火爆,还是动感地带街舞巡演给大学生带去的青春和时尚;无论是TD上网本的热卖,还是移动之家的优惠和贴心,这其中都有付晓的智慧和努力。



年度营销精英奖

侯改子

郑州移动集团客户中心主管

获奖理由:侯改子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。

消防部门与各单位安全管理平台,税务局与纳税人之间的移动信息化平台,手机邮箱与“校邮录”的融合,“大学生村官”与手机邮箱的规模应用等,这些都是侯改子在工作中坚持以行业化营销带动规模化发展、发挥市场的规模效应而开发出来的。



杨家明

郑州电信市场部副主任

获奖理由:为了推广“我的e家”业务,他带领市场部相关人员,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。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。



彭刚

郑州联通宽带业务营销主管

获奖理由: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。

