

即日起至7月31日,凡固定电话号、手机尾号、车牌尾号、身份证尾号为61或8的读者,144元订一份全年《郑州晚报》,将可能获得61倍或8倍的惊喜。咨询电话:67659999

创刊·改版季 每年五、六、七
创刊61年 改版8年

郑州晚报
A17
专版

2010年7月20日 星期二 统筹 曹杰 编辑 马少钧 校对 王泓 版式 金驰

充分利用“世博会唯一乳制品企业”优势,巧布局,主打“公益”“绿色”两张牌 世博营销,伊利有望成最大赢家

7月,世博“中考”月。在数以百亿计的“世博蛋糕”面前,谁将分得最大一份?谁又能在这场长袖善舞的世博营销中,夺取“头名状元”呢?

在众多“考生”中,表现最为抢眼的莫过于来自内蒙古大草原的世博明星企业——伊利,他成为了世博营销中一个可圈可点的“优等生”。国际营销大师菲利普·科特勒指出:“企业有两种营销:一种是下游的营销,发现并满足消费者需求,达成产品的销售;另一种是上游的营销,研究和思考未来市场,树立人们心中的品牌,发展一个核心竞争力,使企业获得不断创新的能力。”

如果以此来判断营销的成功与否,伊利做了什么?他成功的背后又演绎了怎样的一段为人所不知的故事呢?
晚报记者 谢爽

内外兼修 伊利营销巧布局

作为成功服务过北京奥运会那场世界盛事的企业,伊利深知世博这个大舞台对其营销的重要性。从正式牵手世博那天起,伊利从上到下,从内到外,作好了全方位的准备。

为充分利用“世博会唯一乳制品企业”这一营销优势,伊利推出了“高低结合”的营销策略,策划了一系列的营销活动。

早在2007年,伊利“世博牛奶”便携手世博吉祥物“海宝”,伴随世博会宣传周走遍了全中国。每到一地,都广受消费者的热烈欢迎,掀起数轮的热销狂潮。

“世博未开,营销先行”,伊利的品牌影响力,早在世博开园之前就达到了一个空前的高度。另一方面,为了让伊利能够“低”下来满足消费者切实需求,伊利完成了“华东为龙头,盘活全国一盘棋”的营销布局,让“世博牛奶”、“中国馆”走进了普通社区家庭。

通过精准布点,顺势营销,伊利的品牌价值一路飙升,牢牢稳居中国乳业头把交椅。

除了在园区外进行的各种成功营销活动外,伊利在园内的举措同样精彩。

结合园内销售需求,伊利在原有43个固定销售点的基础上,特意加设了100多个流动售卖车,这些流动售卖车,分布于园内各热闹场馆以及人数较多的入口处,让消费者能随时享受到伊利送上的美味与清凉。

正是伊利“内外兼修”的营销策略,使得伊利的销售业绩蒸蒸日上,园内产品日均销售额早就突破了35万元大关。

以柔克刚 细节培养大品牌

“世博品牌营销,我们采取了以柔克刚,于细微处塑造品牌的营销策略,让人们在回归爱与自然,享受关怀与绿色的同时,记住我们,爱上我们。”伊利有关负责人谈到,自世博开园以来,伊利主打“公益”和“绿色”两张牌,得到广大中外消费者的共鸣和认可。

伊利参建了世博史上首个针对残疾人的“生命阳光馆”,得到了国家领导人的赞扬。

儿童娱乐及职业体验的育乐湾,让孩子们亲身感受到了天然牧场的清新自然,并体验了优质牛奶的加工过程。

伊利开设的“母婴服务中心”,开世博会历史之先河,成了世博园内收获国内外年轻妈妈说“thank you”最多的地方。

伊利的“绿色牌”同样大放异彩。世博园入口处矗立的由伊利绿色包装盒搭建的“中国馆”;在育乐湾内由废旧的伊利牛奶盒压制成的“环保座椅”,时刻向游客们传递着伊利的绿色发展理念。

同时,伊利还通过新浪微博这一新媒体阵地,让无数的粉丝开始了一场发现世博之“绿”的美妙旅程:一张张图片、一段段文字,记录了伊利在世博上的“绿色”闪光点。一个“绿社会”正从线下走向网络。

通过这些绿色举措,人们对近年来伊利一直在践行的“绿色产业链”发展战略,有了更为直观的认识。

正是这些对人类、对自然的关爱,在触动中外游客心灵深处神经的同时,不经意间就记住了伊利的产品,加深了对伊利这一品牌的喜爱。



世博园内,“世博牛奶”热销

系统管理 引领行业新标准

“什么才是核心竞争力,什么才能够永续创新?唯一一套与时俱进的系统管理方法,才能满足企业持续发展的需求。”伊利集团张剑秋表示,如果说2008年北京奥运会是伊利走向世界“练兵场”的话,那么世博会就成为伊利向世界展示魅力的大舞台,因为有了强大的系统管理能力,很自信地在世界范围内,为世界乳业定义了一个“世博标准”工程。

据悉,伊利的“世博标准”工程针对世博牛奶的检测多达899项,涵盖原辅材料、包装材料的超国标检测,物流全程的GPS跟踪等,是一次对品质、渠道、科研及公益形象诸多方面原有标准和服务体系的全面提升。

首先,升级伊利品质标准,提升产品的安全性和营销质量;同时,全面深化伊利产品的产销渠道,确保产品销售的及时性及精确性;依靠科研创新的突破,刷新“国人饮奶”的生产标准;用公益路线的营销方式达成企业和社会多方的共赢。其品牌影响力和品牌价值也得到了长足的提升。

最新数据显示,伊利以49.3%的高认知率,入围世博企业认知率排行榜前三甲,其品牌价值已经直逼300亿元大关,位居行业首位。

国际营销大师科特勒指出,重大事件营销成败可用三大“指标”去衡量:第一,发现和满足消费者的能力大小,这直接体现在销售布局上;第二,品牌提升空间大小的检验;第三,企业是否由此而诞生了核心竞争力、持续创新的能力。

从这个层面上看,伊利所具备的销售力、品牌力和管理力成为其称雄世博的“三驾马车”。

【2010 美容机构精品展】		广告热线 63399000	
韩华医美非手术整形机构 常被模仿 郑州仅此一家		紫欣国际连锁机构 郑州仅此一家	
除皱提升 除皱当场平复 300元/起		专利祛眼袋	
针对:额头纹、川字纹、鼻唇纹、颈纹、眼角皱纹、全身各部位的皱纹,非手术,不打针,不填充,快速安全祛除皱纹,还你年轻十岁的脸。(做后当场可洗脸化妆,不影响工作)		祛斑当场净 针对:雀斑 肝斑 老年斑 扁平疣 汗管瘤 黄褐斑 疑难斑等(签约服务,拒绝反弹!)	
非手术祛眼袋 特价980元		咨询热线: 87095537 87095637 专家热线: 15036078703	
地址:花园路与农业路交叉口向南50米国贸中心A座5层501室 电话:0371-87095008 87095167		地址:花园路与丰产路交叉口郑州国贸中心A座25层2509室 网址:www.zixinqyd.com	
摘掉眼镜 实现梦想		瑶族秘方 粉刺·青春痘	
【特价优惠】暑假期间, LASEK、LASIK、SBK均 半价优惠		只做祛痘,所以专业 见效快、无激素、绝不反弹	
【治疗范围】近视:100度-3000度 散光:50度-600度 年龄:18-50岁		郑重承诺: 1.签定包治协议 2.治不好、双倍退款	
提前检查(隐形眼镜停戴二周)		总店 西大街与南顺城街交叉口现代星苑601室(二七广场东100米) 电话: 60131270 15515551633 QQ:1132856709	
地址:郑州市互助路73号附1号 热线电话: 60597777 67185559(专家热线)		分店 花园路与丰产路国贸中心新领地4号楼3单元1505室 电话: 87093013 13939077457	
郑州市市直机关医院 互助路与嵩山路交叉口西南角		信心源自实力——郑州市直机关医院是医保定点医院,拥有全新一代美国雷塞公司准分子激光治疗系统及全套进口检查设备。	
眼科准分子激光近视治疗中心		权威眼科专家——万余例手术经验的资深专家亲自手术。	