



### 先看新闻学经济术语

#### 病毒式营销

病毒式营销(viral marketing,也可称为病毒性营销)是一种常用的网络营销方法,常用于进行网站推广、品牌推广等,病毒式营销利用的是用户口碑传播的原理,在互联网上,这种“口碑传播”更为方便,可以像病毒一样迅速蔓延,因此病毒式营销(病毒性营销)成为一种高效的信息传播方式。而且,由于这种传播是用户之间自发进行的,因此几乎是不需要费用的网络营销手段。

## 微博盛行“海底捞体”

### 流行句式:人类(宇宙)已经无法阻挡海底捞 海底捞公司:纯属网友个人行为,公司没有参与 营销专家:过度的病毒式营销将面临危机

在发微博的你,如果还在用淘宝体、咆哮体、凡客体遣词造句就OUT了,最近有一种“海底捞体”(海底捞,火锅连锁企业)正在微博上盛行,成为网络营销的新案例。

“昨天在海底捞,无意中跟朋友抱怨京东抢的奈良美智大画册怎么还没到货,结果服务员结账的时候问了我京东会员账户,今天一早三本大画册都送来了!”网名为“猫叔Ryan”发的这条微博被转了35000多次。

“海底捞体”的基本模版是:某天我在某海底捞吃火锅,席间我无意间说了一句……(包括但不限于愿望、情绪、抱怨、看法),在我结账时……(愿望成真,安抚情绪,例如送亲制玉米饼,送贺卡文字祝福,送礼物,免单等)。随着“围观者”从最初的惊喜,到怀疑,再到厌烦,甚至出现不想再去海底捞消费的情绪,营销专家提醒,海底捞可能将面临营销危机。

#### “海底捞体”病毒式传播

尽管“猫叔Ryan”此后迅速解释,自己写的这些内容,是当“海底捞体”写着玩的,但这个解释旋即被淹没在微博的海洋里,而更多“海底捞体”也在不断涌现。

“微博营销是口碑传播的最好方式之一,”北京志起未来营销咨询集团董事长李志起告诉记者,“‘海底捞体’刚开始可能是消费者无意为之的真实评价,而且这种评价有其个性特点,在一定程度传播后,商家看到了机会,可能有专业公司介入传播。”

不可否认的是,海底捞特色的服务确实给人留下了深刻的印象,让这家火锅店家喻户晓。去过海底捞的顾客会发现,等待区手持号码等待就餐的顾客可自取免费的水果、饮料和零食;如果是三五朋友一起,服务员还会主动送上扑克牌、跳棋等,或是建议女士做个免费的美甲、手机美容或者擦皮鞋。待你坐定用餐时,皮筋、手机袋、围裙已经一一奉送到手边了,就餐完毕后还会送上口香糖。在厕所门口,海底捞员工为顾客开水龙头、挤洗手液、擦手。

而坊间更是流传着各种关于海底捞的更多“惊喜”优质服务传说。天涯上一网友说,一次在海底捞吃完饭,要赶火车却打不到的士。门口的小弟看到他带着行李箱,问了情况转身就走。结果紧接着海底捞的店长把自己的SUV开出来,说“赶紧上车吧,时间不多了”。还有一个“经典案例”是,服务员倒错了汤后竟主动送上涂有“对不起”字样的玉米饼致歉。

#### “海底捞体”遭遇过度调侃

但是事情的发展显然超出了人们的心理预期。刚开始一些微博称海底捞服务贴心还较有可信度,但其后不少网友纷纷跟风以“人类(宇宙)已经无法阻挡海底捞”的“海底捞体”造句,创作各种夸张的“海底捞体”。网民的娱乐精神被点燃,揶揄、调侃已经无法满足人们的重口味,各种匪夷所思的段子层出不穷,情况发展得越来越离谱。

比如有微博称,“我在海底捞吃饭,忘带钱了。领班说:没关系,下次补。又掏出50块钱,这个您拿着打车。兄弟我感动万分由衷地说,等我有钱买车,一定给海底捞

当一月义务司机。领班马上掏出一张银行卡:拿着现在就去买。又喊过来一群服务员:听大哥口音,不像本地人,估计没北京户口,你们现在就去排队帮大哥摇号”。

“不论海底捞是否参与微博上早期流传的服务口碑性的‘海底捞体’创作,但事情演变到夸张,甚至恶搞与讽刺的失控局面,到了与真实情况不符合的程度,海底捞的营销部门就应该予以澄清,使得网络渠道能有效传播对公司有效的信息。否则当顾客接收到的产品和服务与期望不一致时,就会满意度降低,影响到海底捞的声誉。”上海财经大学市场营销系教授陈信康说。

#### 海底捞:公司没有参与

网络上铺天盖地的“海底捞体”,是网友的口碑相传,还是公司的营销行为?记者日前致电海底捞北京总部,相关人士称,微博“海底捞体”纯属网友个人行为,公司没有参与。

多次到海底捞的消费者 Banlon 在微博上说:“这次营销让我对海底捞的印象变差了,它本来是很真诚的,可这次似乎发动了很多水军(不能确认),真假难辨,很多相关微博让人觉得很真诚。”

实际到店的体验已经与“传言”出现了落差,用户的失落感会爆发出来,这是很危险的。一个例子是,有网友说上海海底捞开通了“外卖”服务,送来的东西很

让人震撼,不仅包括各种菜品、调料、围裙,甚至包括电磁炉和各种餐具,虽然这些是租用,但还是勾得不少人跃跃欲试。不过如果上海的消费者真的打电话去订餐,会发现上海根本没有开通这项服务,该服务仅在北京试行。

另外,到店消费的顾客的需求是多样性的,即便一线服务员有免单、送水果、送小菜等的权利,但顾客会有比较,如果他们没有得到其他顾客类似的服务,满意度会不会降低?差异化服务的底线到底是什么?

#### 海底捞服务被“神化”

“个性化服务当然可以加分,但品质统一标准对服务业更重要。”陈信康说,充分授权能让员工更灵活地应对客户需求,但需要员工把握得恰到好处,另一方面也需要海底捞事先告知和承诺,保证服务达到一定的标准和水平,才能避免客户的过分要求。

对于海底捞相关书籍的推介和被“神化”的海底捞服务,曾在南方从事过服务业培训工作的管理专家、深圳市品牌学会秘书长李朝曙实际体验过海底捞的服务后认为,虽然海底捞的确有很多优点,比如员工看起来挺积极,会不断询问你的需求等,不过在他眼里,海底捞还谈不上一家优秀的餐厅。

但陈信康认为,餐饮业是有形产品和无形服务的综合服务性行业,在中国火锅行业这样菜肴口味无法体现很大差别的情况下,海底捞服务员超热情的服务可能就成为其竞争优势。

“用信任式授权形成的差异化服务吸引客户,培养自己土生土长的员工成为管理层并委以重任正是海底捞的特殊DNA。”从2008年开始研究海底捞案例的北大光华管理学院访问教授黄铁鹰在他的《海底捞你学不会》一书中认为。

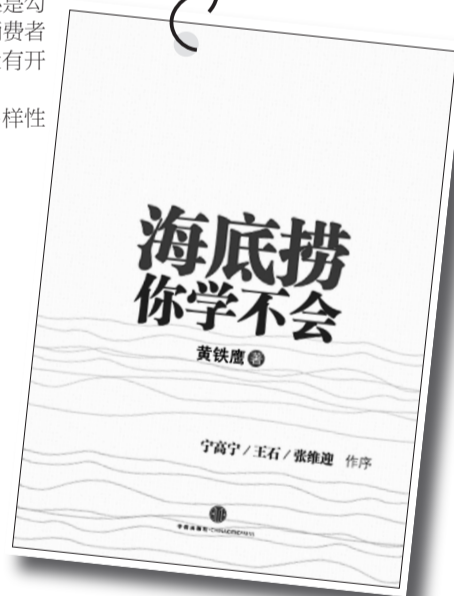
微博营销最忌讳的是填鸭式的虚假广告和刷屏

与各路商家喜滋滋地搭这趟顺风车相比,海底捞官方微博却表现得冷淡异常,尽管目前没有任何人站出来为此事件负责,但之所以称为“病毒营销”,就在于它的隐秘性,但凡事出招就是“无影脚”。这是一场自发的全民娱乐还是蓄谋的营销?

“这应该是请某网络营销公司做的方案,打造了一个‘人类已经不能阻止海底捞了……’的词语,或者转发网友在海底捞遇到的服务。”营销分析师侯晓辉说。

在营销专家黑马良驹看来,各种恶搞热潮已经造成了海底捞的信用危机,这场微博营销很失败,“在微博上,依靠网友转发的社会化媒体传播方式,最易于传播的是真善美以及有趣好玩的事情,最忌讳的是填鸭式的虚假广告和刷屏,营销得是嵌入式的,伟大的营销,都是看不见的。”

据《第一财经日报》



2011省城值得信赖的教育培训机构展示

www.totyou.net

## Oriental 东方职业技术学院城铁学院

Institute of Technology

### 2011年招生通知

8月6日全省面试会

学院性质: 国家统招全日制普通高校  
 招生对象: 初中起点(三年中专,六年本科)高中起点(三年大专,四年本科)  
 专业设置: 轨道交通技术 轨道供电技术 轨道运营管理 轨道城铁乘务  
 学习形式 详见招生简章或登录学院网站

**学生入学签订就业协议, 承诺:**  
**由于学校原因未能安排工作退还全部学费**

家庭经济困难的学生可申请助学金,资助标准为每人2000元,初中起点学生享受3000元国家助学金

面试地点: 郑州大酒店(火车站旁) 学院电话: 010-80841958 学院网址: www.chinachengtie.com  
 河南省招办电话: 0371-68182720 68182721 18037128978 学院地址: 中国·东方大学城一期圣陶路

www.astonschool.com

## 阿斯顿英语

——源自美国的少儿口语专家

美国籍专业外教口语公开课时间表

周日(8月7日上午) 9:40 — 10:40
周日(8月7日下午) 15:00 — 16:00

☆ 全程外教  
 ☆ 美式课堂  
 ☆ 精致小班  
 ☆ 贴心价格

地址: 金水路紫荆山公园佳美商务 (黄河水利委员会对面西座4楼) 预约专线 **63336766/6866**

咨询电话: 65837780 67655128