

酒界创富

洗车架上的小酒行

流动洗车加卖酒 跨界营销的创意之举

一周消息

流动洗车行 贴近消费者

如今,跨界营销在白酒业内已不是什么新鲜事物,上月,“仰韶·彩陶坊酒杯”牵手高尔夫精英友谊邀请赛、陕西西凤酒与河南豫盐联姻及酒祖杜康热衷于“微电影”等事件,都是白酒行业跨界营销的经典案例。不同行业的互补性产品结成伙伴关系,充分利用对方的资源,联手推广相同属性的产品和服务,在目标消费者的心智中彰显新的品牌活力。

2013年以来,对酒企来讲无异于多年未遇的寒冬。在多数名酒企业一片唱衰之声的同时,郑州正九酒业有限公司近期正紧锣密鼓地张罗一件事儿,拓宽就业渠道,创新营销模式,将洗车行开进小区内。这事儿乍听上去有些风马牛不相及,却是正九酒业高层考察很久、深思熟虑后的结果。 郑州晚报记者 万佳



增加就业 服务社会

目前,有车族越来越多,而配套服务体系却跟不上形势发展。如何设计一套贴近消费者的服务新体系,正是正九酒业创新营销的初衷。而这份新的动销模式,可以减少中间环节,使产品直接面对消费者。

郑州正九酒业有限公司董事长闫盛双说:“目前各社区内最发达、增长速度最快的是汽车,自己有时洗车要跑几个地方,还得等上个把儿小时。如果能把洗车

创意营销 带动经营

现在,正九酒业的流动洗车已经开进郑州市的一些小区,由于方便、廉价,得到不少车主好评。而流动洗车行启动方式灵活和门槛低,也引起不少从业者的兴趣。正九的洗车设备是一架经过精心改良后的机动车,车载的喷枪压力与车行相比,无丝毫逊色,充上20分钟的水,就可以完成20~30台车的清洗。

针对目前这个模式,闫盛双认为,这对于下岗职工、大学毕业生还有勤工俭学

嫁接到自己的商业范畴,便催生出一个新的模式,就是流动洗车。”

“目前这个行业很有市场”。闫盛双说,“在沪宁等地尤其受欢迎”。据他提供的资料表明,现有条件下,固定洗车行的房租以每年5%~15%的速度递增,加上人工和水电费用,洗车成本逐年增高。而流动洗车方便快捷,成本低,市场大,用水少,节能环保,是个绝好的商机。

的在校生来讲,拥在这样一台车,是个不错的创收项目。“当然,未来物业的服务类项目上,我想通过一样方便、实惠的举措,应该成为一种新的服务内容。”显然,正九推动的流动洗车项目,从增加就业角度来说,更具社会意义。每台车洗车费外壳10元,里外洗15元,每天小区内洗20~30台车是没有问题的,加上正九酒业的售酒业绩,会是一笔可观的收入。“月进账万把块没有问题的”。

如果说流动洗车行的模式和酒有联系的话,那就是洗车设备上包围成正九产品的宣传画面,在一个专门设置的小橱窗里,放置正九酒业的产品,作为展示区域。这个商业模式的推动,正九的创新性显然技高一筹。

在郑州一家小区内,业主王先生表示:“开始看到这种和卖酒结合起来的流动洗车服务,就感觉眼前一亮,在小区内洗车很方便,看到他们还卖酒,就顺便也买了几瓶回去尝尝。”对于这种新颖的销售模式,消费者也乐于接受。

“处处留心皆市场,通过流动洗车行,一方面是要扩大正九酒业的知名度;另一方面,当这个项目全面铺开,在我们热情的服务被车主认可的同时,他必然也会带动一定能量的动销。”

Super-man携手沙滩美女掀起喝卡布热潮

茶啡茶,由北京华美联创企业管理有限公司运营的一个适合年轻人的新时尚茶馆诞生了。茶啡茶的卡布是一款采用原叶茶做出的外形类似咖啡的饮品,在保留了原味茶叶的同时又更加符合年轻人的口感。

7月13日至14日,茶啡茶在郑州的又一家新店国贸360店正式开业,在开业现场,不少消费者和前来助阵的超人或美女合影发微博,到店获得免费卡布。茶啡茶品牌创始人郑会轩先生表示:让年轻人能用更时尚更便捷的方式品尝一杯好茶,是茶啡茶一直努力的目标。 张艺赢

乐蜂5周年新版TVC 15日上线

据了解,2011年起乐蜂网便诞生了明星达人经济,且每年保持着超过300%的复合增长率。据了解,乐蜂网500多位达人都是各自领域的专家,在专业领域内有常人难以企及的成就;达人均会参与产品的研发与制作,质量有保证;达人带来的用户粘性大大优于其他模式。

业内人士称:谁都不能否认明星代言的作用,明星的粉丝就是产品的潜在消费者。在5周年庆之际,乐蜂网借TVC第一次把“达人经济”地位抬到如此之高,让消费者真正看到了“达人”模式的不同与优势。 张艺赢

德玛歌城进入试营业阶段

日前,德玛集团迈出进军娱乐行业的步伐,其旗下德玛歌城试营业,试营业期间,前来消费的顾客,只要您购买一定数额会员卡,即有机会拥有豪华轿车一辆。

德玛相关负责人表示,他们在经营过程中,会采用更多的个性化服务,不断更新娱乐元素,“心服务,新服务”才是娱乐行业竞争的核心。服务创新要遵照顾客的要求去进行,充分征求顾客的意见,听取多方面的反映。对于老顾客应主动征求改进意见,及时改进工作,使老顾客不断感受到新的服务和新的变化,提升他们对产品的忠诚度。 张艺赢

酷派与迪信通签署战略合作协议



7月18日,国内智能手机领导品牌宇龙酷派与知名手机销售连锁企业迪信通在郑州签署战略合作协议,预计年内酷派在迪信通全国连锁店的销量超160万台。

据悉,达成战略合作伙伴关系后,宇龙酷派成为迪信通国内智能手机第一战略合作品牌,迪信通则成为宇龙酷派的核心战略零售合作伙伴,双方将会在产品营销、终端销售和广告宣传等多方面进行深度合作。而此次,酷派与迪信通的战略合作,是渠道合作方式深入化的体现,从渠道扁平化和深入化来拓宽渠道,将进一步巩固和提升酷派在国内市场的地位。

随着市场竞争的升温,国产手机厂商在加强与运营商合作的同时,一方面拓展线上渠道;另一方面加大投入进行社会渠道建设。酷派凭借自身的雄厚研发实力,引领国内智能手机市场。酷派提供的优秀的产品将会使得迪信通1000多家门店优势首发得到发挥。其中,明星机酷派8720的上市营销也与迪信通开展了合作,为达到年度160万销售目标,为酷派8720、酷派7295这些热销中的百万级明星产品,以及即将上市的第三代千元双待王酷派5950、酷派AIR 9150提供更多广告宣传和终端支持资源,共同打造热销的明星产品。 郑州晚报记者 樊无敌 文/图

名酒名商携手共谋发展

宝丰酒业名酒名商发展研讨会(河南)成功举办

现场

继“专家媒体走进名酒宝丰”之后,宝丰酒业“中国名酒工厂开放之旅”第二站活动“名酒名商发展研讨会(河南)”,于7月13日在郑州索菲特酒店成功举办。河南省酒业协会会长熊玉亮、北京正一堂战略咨询机构董事长杨光、北京和君咨询公司副总裁林枫、宝丰酒业营销公司董事长王若飞、宝丰酒业营销公司总裁苏建中以及河南世嘉酒业、河南三睿酒业、河南豫甲商贸等20多位主流经销商和多家行业媒体及主流媒体共同出席了本次研讨会。

影响

此次研讨会以“发现名酒新动力,传递行业正能量”为主题,旨在加强名酒和名商之间的交流,共同分析行业趋势,探讨发展道路,共谋新形势下经销商成长策略。在会上,和君咨询公司副总裁、酒水事业部总经理林枫和北京正一堂战略咨询机构董事长杨光则围绕整个中国经济宏观形势,帮助经销商分析和理解白酒行业的现状与未来,为经销商的发展提出建议。宝丰酒业营销公司董事长王若飞发表讲话,表述宝丰酒业发展信心,并诚邀各位经销商



宝丰酒业名酒名商发展研讨会现场

走进宝丰,参观清香型白酒酿造技艺。河南省酒业协会会长熊玉亮则根据市场调研情况,畅谈2013上半年行业状况,分析发展趋势,对豫酒的发展提出要求,对宝丰的发展寄予希望,倡导清香型宝丰酒向着更加健康、时尚、国际化的方向迈进。

研讨会最为精彩热烈的环节是主流经销商的发言与交流,宝丰酒业营销公司总裁苏建中则以围绕企业如何保障稳定酒质、如何服务

市场、如何服务经销商、如何服务消费者,与经销商展开交流,引发在场经销商强烈共鸣。各位经销商积极主动的畅谈自己对行业、对河南市场、对豫酒企业以及对宝丰的看法,并达成一致共识:当前市场环境下,经销商要与名酒企业一同做市场。而宝丰凭借良好的名酒基因以及“敞开大门,迎接八方来客”的新面貌得到参会经销商的广泛认可。 郑州晚报记者 万佳