

金牌口碑营销电子商务品牌维护推广

产品名称	金牌口碑营销电子商务品牌维护推广
公司名称	武汉中秘传媒有限公司
价格	10.00/个
规格参数	品牌:中秘传媒 型号:金牌口碑营销电子商务品牌维护推广
公司地址	武汉市,洪山区,武珞路,街道口,鹏程国际A座
联系电话	027-87499490 15897766400

产品详情

品牌的维护,相信品牌的力量 1.立足用户,周全服务 三只松鼠作为一个淘品牌,2012年6月在天猫上线,65天后获得中国网络坚果销售第一的佳绩;2012年“双十一”创造了日销售766万的奇迹,名列中国电商食品类第一名;2013年1月单月销售额超过2200万;至今一年多时间,累计销售过亿,并再次获得IDG公司600万美元投资,这个品牌是三只松

鼠。三只松鼠何以在短时间内取得如此成绩?这就要归功于其立足于用户的服务理念和品牌意识。三只松鼠带有品牌卡通形象的包裹、开箱器、快递大哥寄语、坚果包装袋、封口夹、垃圾袋、传递品牌理念的微杂志、卡通钥匙链,还有湿巾。 2.注重参与,培养粉丝 用户的参与感通过什么形式产生?小米的方法通常是两种,话题和活动。话题营销和活动营销本身并不是新东西,很多企业都尝试借此跟用户互动,但参与感是不是就只是互动呢?小米每次做发布会宣传的时候没有明星、没有名模,也没有美女,只有自己的产品,自己的用户。互动只是手段,小米的品牌营销和实施重在参与感,比如“150克青春”、“小米社区”的“爆米花”活动等等。“我们非常认真的让用户找到了属于他们自己的参与感。”当参与感深入用户的内心之后,用户主动参与和小米相关的活动就成为了一种自然,这种自然甚至不需要主动去运营,小米活动一发布,就会有十万、百万的用户积极参与互动,而这些用户就是小米的忠实粉丝。 3.屌丝文化,情感共鸣 说到屌丝文化,最明显的一个例子就是凡客。凡客因屌丝文化红极一时,又因屌丝文化而没落。凡客起初定位面向的群体是屌丝,其广告大多是屌丝式的吐槽和独白,这种带着屌丝气质的凡客体为很多文案所模仿,大众所青睐。这种屌丝文化让许多屌丝产生情感共鸣,凡客也曾借此势头取得佳绩。 总之,品牌的成功在于企业、产品各个环节的精细经营,从品牌定位、定价、营销策划、活动执行、互动参与、粉丝俘获、产品生命周期策略改进、到形成一个长远的稳定的完善体系都离不开站在受众角度上的极致细节、周全服务、粉丝培养和情感共鸣。这也是互联网时代做好品牌建设的要素!