

家电企业如何才能吃到微博的“香饽饽”

微博因为高速度、便捷性、广泛性的特点短时间内迅速积累了数以亿计的用户,成为全民皆知的新沟通模式,更成为各大家电品牌看重的新营销方式。回首2010年,国内外各大家电企业先后纷纷试水微博营销,微博对于家电企业的吸引力由此可见一斑。

但国内家电企业大都处于微博营销起步摸索阶段,大多将微博作为互联网营销的附带业务,没有长远规划。微博发布内容不规范,内容同质化,没有自己的微博文化,甚至有的企业只是把微博当做广告发布平台,引起了粉丝反感而产生负面作用。笔者认为,微博庞大的用户群里蕴藏着数以千万计的消费者,蕴藏

着无限的商机,但仅靠企业的简单关注和参与是做不好微博营销的,家电企业想要抓住机遇,利用微博就必须做到以下几点:

建立健全微博品牌传播战略

微博营销虽然发展迅速,但是走势不明显。家电企业应该有自己的微博营销战略,尽量采取低成本运营微博的同时,进行用户粉丝的积累,为中后期的推广做好准备,并对营销人员进行深度培训,做好人才储备。

注重品牌软营销,杜绝急功近利行为

由于博主对于粉丝没有操控性,同时微博的传播还存在诸多的不成熟性和不确定性。企业想通过微博进行促销,大幅度带动销售增长是不现

实的。企业使用微博应该是作为品牌文化传播的软营销工具,要是急功近利反而会适得其反。

精心策划互动话题,规范发布内容

现在的互联网社会是互动的互联网。由于微博信息接受者的不可控性,不经过规划的发布很容易引起反感,而导致取消关注,从而破坏品牌在消费者当中的形象。微博发布内容应该经过专业团队的精心策划,通过话题互动、产品使用指南、家电保养指南等博得粉丝的好感,从而提升品牌形象,增强用户品牌忠诚度。

活动策划注意线上线下结合

线上线下是相辅相成的,不是相互孤立的。很多微博活动仅仅限于网上的互动,线下

活动没有充分发挥作用,致使活动在开展时声势浩大,活动后不久便销声匿迹。如果精心策划的线上互动再加上成功的线下推介活动,可以再来一轮又一轮的“病毒传播”,循环良性发展,从而树立企业良好形象,提升美誉度。由此可见线下活动的重要性,对于家电微博来讲,策划一个成功的线下配合活动,可以持续地聚集目标用户群,使用户与企业联系实现更近距离接触。这样不仅可以带来销售机会,也会引起用户的口碑传播,从而扩大影响。

微博用户群体巨大,且推广成本较低的特点使其成为家电企业关注的新的营销阵地。有人认为是微博会像开心、校内、全民偷菜一样,很快就会销声匿迹,但是微博的生命周期到底有多长不得而知。对于广大家电企业来讲,微博是一个机遇,应该在市场竞争日益激烈的今天,根据自身情况,选择合适的微博营销战略,抓住机会或许能促业绩飞速发展。(据人民网)

家电·通信 新闻部

负责人:孙道远

电话:0376-6190619

邮箱:wbsdy@189.cn

家电·通信投诉热线 0376-6190619

读者朋友,您是假冒家电产品的受害者吗?您还对通信运营商的收费感到不解吗?您在购买相关家电产品时被蒙骗过吗?您是否正为商家的售后服务态度冷漠而郁闷呢?欢迎拨打投诉热线,我们将竭诚为您服务。

工信部:3G用户超9400万

工信部26日公布的数据显示,8月份,全国电话用户净增959.1万户,其中固定电话用户减少65.7万户,移动电话用户净增1024.8万户。

数据显示,1月至8月,全国累计净增电话用户7553.8万户,总数达到12.29亿。其中,固定电话用户减少554.5万户,达到2.89亿户;移动电话用户增加8108.2万户,达到9.40亿户,其中3G移动电话用户达到9412.1万户。

1月至8月,基础电信企业互联网宽带接入用户净增2033.2万户,其中8月净增314.1万户,总数达到1.47亿。

1月至8月,固话业务持续衰

落,但移动业务继续快速发展。在电信主营业务收入中,移动通信业务收入累计完成4656.5亿元,比上年同期增长14.1%,其中移动话音业务收入增长9.7%;固定通信业务收入累计完成1820.8亿元,比上年同期增长1.1%,其中固定电话业务收入下降17.8%。

8月,全国电信业务总量完成1012.2亿元,电信业务收入完成882.7亿元。前8个月,全国电信业务总量累计完成7699.9亿元,比上年同期增长16.1%;电信业务收入累计完成6477.3亿元,比上年同期增长10.1%。(据人民网)



随着“十一”黄金周的到来,我市家电市场也迎来了又一个销售旺季,市内各大家电卖场纷纷开展打折、购物送现金等促销活动,吸引了众多消费者的眼球。图为市内某家电商场内,消费者正在挑选热水器。 叶向东 摄

家电行业增速急挫

国庆假期厂商欲打价格战

按照惯例,“十一”黄金周家电销量通常能占全年销售量的10%以上,甚至能达到15%左右,对于上半年销售疲软的家电企业和卖场来说,“十一”黄金周无疑是挽救全年业绩的救命稻草。

中怡康最新统计数据显示,今年上半年,全国家电市场销售规模达6123亿元,同比增长12.8%,增速同比下滑11.1个百分点,降幅高达五成。同时,家电产业各品类市场增速均呈放缓态势,白电从27.8%降至14.8%,小家电增速从19%降至

6.1%,黑电同比增速更由24.9%骤降至1.6%。家电行业人士坦言,在北京、上海等一线城市,很多家电连锁1月至8月同比销量下滑10%~20%,只能靠开店大规模维持业绩。

中国家电商业协会营销委员会副理事长洪仕斌表示,目前受全球经济的影响,市场整体需求下滑,这势必会导致更加激烈的市场竞争,价格战自然也就成了家电厂商不二的选择,在价格战的冲击下,预计下半年行业净利润会下降到2%~3%的水平。(汪小星)

中国移动“儿童手机”销售火爆

□本报记者 曹政

新学期开学近一个月了,一种全新的儿童手机也悄然在信阳市场热销:位置查询、一键拨打、紧急监听、低辐射……多功能的设计深得不少家长的青睐,开学前后销售异常火爆。

“孩子今年上小学一年级,上学路上的安全问题一直是我担心的事。是否准时到校,是否安全到家,下雨天是否带了伞……孩子放学时晚回了半个小时,真的很急人。”在某事业单位工作的姚先生告诉记者,今年开学前在信阳移动营业厅上买到的儿童手机就为他解决了上述烦恼。

“这种儿童手机对拨打电话进行了特别的限制,我女儿的手机就设定了四个号码,父母、爷爷和奶奶,别人的手机就打不了,非常实用。”

据移动营业厅工作人员介绍,前一阵正是各小学开学之际,又加上移动公司当前开展的有存话费送儿童机优惠,来他们这里办理儿童手机的家长不计其数,成为销量最火的机型之一。记者在移动营业厅看到,鲜艳的颜色,卡通式样的外表,使得儿童手机在众多成人化的手机中特别吸引眼球。“这些儿童手机基本都是小学低年级学生家长买走了。只需要预存320元话费就送,因此销售情况不错。”信阳移动建设路

营业厅的工作人员告诉记者,他们厅上周就卖出了70多部儿童手机。

李女士的儿子在浉河区某小学上学,今年刚一开学她便忙不迭地为儿子配了一台儿童手机,以便随时随地知道孩子在哪里、在做什么,“我们家只有这一个宝贝儿子,他的安全是我关心的头等大事,现在儿童手机的出现让我很省心。”

而与此同时,记者采访中了解到,也有些家长对儿童手机保持保留态度。尽管儿童手机功能“贴心”,可他们依旧担心手机辐射会影响孩子的身体健康。就儿童手机的辐射问题记者咨询了儿童手机售后服务人员。他们告诉记者,儿童手机在设计时就将辐射控制做为一项重要技术指标,正规厂家的儿童手机的辐射值是控制在足够安全的范围之内,确保不会对儿童的身体健康造成影响。

CSA 美的 Midea 中国国家标准队·游泳队主赞助商

贺美的变频空调销量荣登三连冠军 美的空调连续四年空调行业内外销总量冠军

买电器 屏住呼吸

天后,“惠”让您心动!

美的空调·美的冰箱·美的洗衣机

惊天钜惠 7折起

关爱提醒:即日起美的空调认购火爆启动,美的空调订金5倍翻,预订有好礼!因本次活动极其优惠,敬请提前对比价格和型号,火速预订,活动期间卖的将优先接待预订客户!

服务热线:400-8899315 原来生活可以更美的

OMRON 欧姆龙 My Healthcare Consultant

监测家人血压健康, 时时守护身旁

—欧姆龙血压计中国销量突破一千万台—

*从1994年至2010年欧姆龙血压计中国销量累计突破一千万台

HEM-7113 电子血压计

- 智能加压
- 血压偏高提示功能
- 可储存14组测量值
- 可外接电源适配器

HEA-230 血糖仪

HEA-231 血糖仪

促销活动进行中 (详情请垂询各大百货店及药店网站专营店)

美锐大药房、信阳市药品公司、淇河区新星大药房、羊山老百姓平价大药房、固始县百姓大药房、光山天乐天大药房、潢川诚信大药房

九州通 经销商

400-770-9988 周一至周四 8:45-17:45

http://www.omronhealthcare.com.cn