

广告、促销和CRM



➤ 广告

- 爷爷说，好比用渔网抓鱼，我花了很大代价，捕到了许许多多鱼，然后把所有的鱼都卖了。

➤ 促销

- 爷爷说，好比是钓鱼，我用了最好的鱼饵，钓到了许多鱼，然后把所有的鱼都卖了。

➤ CRM

- 爷爷说，好比是在鱼最多的地方去钓鱼，我用了最好的鱼饵，钓到了许多鱼。接着用高科技手段，把钓到的鱼克隆一份，再把钓到的鱼都卖了。克隆的鱼，分别按照大鱼和小鱼放进不同池塘。让小鱼变成大鱼。让大鱼去生小鱼。

CRM与传统渠道的优劣势比较

渠道名称	渠道性质	营销方式	优势	劣势
电子商务	现代营销	凝聚目标消费者到网站，在品牌俱乐部，社区和论坛开展统一广告宣传、促销、互动活动及口碑营销。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 相对传统渠道，成本低，风险小，利润高。 2. 全中国覆盖，弥补网店不足问题，购物方便。 3. 有效整合渠道，以售后服务提供增值服务，实体店的作为库存点。 4. 合理利用销售网络和第三方物流，减少资金占用，优化物流和资金流。 5. 白领阶层因为工作需要离不开网络，年龄在18—38岁之间，正是网购产品消费的生力军。 6. 相同质量，价格最低；相同价格，质量最好。 7. 包装标注的防伪密码，登网站可直接查询真伪及做积分兑换。 8. 直接接触更多新用户，提供7×24小时的服务。 9. 产品种类齐全，全方位的品牌互动体验。 10. 大量的流媒体呈现动感的品牌广告，吸引目标消费群。 11. 实时掌握零售进销存信息，以销定产。 12. 建立消费者数据库，通过样品派发，动态了解消费者偏好，研发新产品。 	<p>现代营销对企业营销工具和能力有巨大挑战：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 必须具备电子商务平台构建和维护能力。 2. 具备网站转化率跟踪分析工具，分析功能及优化能力。 3. 具备与网站社区和俱乐部互动营销能力。 4. 具备互联网口碑营销能力。
电子商务+CRM	现代营销	同上，开展客户一对一营销，拉动再次购买。	<p>同上，还具备以下优势：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 会员制积分奖励：把活动信息传达给目标消费者，及时迅速地为客户提供更周到地个性化产品和服务。会员制大大提高了消费者的归属感。 2. 多渠道销售，为消费者购买提供便利性：采用网络销售、电话销售、目录销售为主的模式运行。 3. 强供应链：高效运转的供应链体系，保证有效的库存控制，及供货及时准确，服务到位。 4. 立体营销：充分利用产品电视广告、报纸广告、车身广告等宣传方式，迅速让消费者了解产品。 	<p>同上，</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 必须收集现有客户的email，手机，家庭电话，地址等联系方式。 2. 具备对客户RFM模型，客户细分，促销响应模型数据挖掘能力。 3. 具备对客户积分RFM分析和促销能力。 4. CRM工具，效果跟踪和优化能力。