

整合营销, 助推赢利高峰

这些年,从“全媒体时代”,到“全媒体价值”,再到“全媒体实践”,三湘华声的营销工作始终以有理的行动,践行着融合创新这个永恒主题。

这些年,三湘华声打开了一扇窗,就是基于报网融合下的整合营销。在营销工作中,三湘华声将整合营销不断升级,淬炼出了三湘华声的营销方向。方向正确了,努力才有价值。在方向的指引下,在团队的协作下,三湘华声不断用充满惊喜的市场数据,验证着全媒体整合营销的巨大能量。



三湘华声管委会副主任、总经理石家友率队参加培训讲座。 记者 田超 摄

整合营销,全媒体的组合拳

在三湘华声全媒体融合创新的大势下,营销活动也有了新的模式,整合营销。三湘华声的全媒体整合营销可以概括为“一二三四”。一个意识,即品牌形象管理者意识。华声在线股份有限公司的定位是综合信息服务商,综合信息服务商的使命决定了三湘华声作为媒体营销者,不能仅卖冷冰冰的版面,还要把冷冰冰的版面变成鲜活的产品。

两个平台,三湘华声全媒体报纸和网络的融合经历了三个阶段,2009年谈互动,2010年讲融合,2011年说创新。媒体的融合,只有“合”才能放大生产力,只有“融合”才会产生化学反应。在营销上,始终强化在媒体融合形态下的新的广告形态。两个平台的贯通,就是不能孤立地就报纸谈营销,或是孤立地、简单的谈网络广告。

三个极限,即时间效率极限、增值服务极限、团队协同的极限。三湘都市报2008年总收入没有超过亿元,到2011年,三湘华声完成了近3亿元的收入。这既是全媒体营销强拼强打强逼的效果,也是诸多丰富多彩的套餐、异想天开的增值服务促成,更是“日保周,周保月,月保季,季保年”营销策略执行结果。

全媒体营销的四个结合,就是报网融合形态下的整合营销的产物,是必然也是必须的营销方式。传统媒体与新媒体的结合、线上与线下活动的结合、传统营销与创意营销、数据库营销的结合、内容与营销的结合,书写了三湘华声全媒体效益的传奇。

从“营销活动”到“活动营销”

在厮杀日益激烈的传媒界,怎样才能以最小的营销投入获得更大的收益?活动营销无疑是最好的路径。

随着互联网的迅猛发展,媒体的生态环境也有很大变化,进入了因媒体过剩而导致注意力稀缺的时代,传统媒体正面临强大的挑战。怎样才能提升自身品牌,在新媒体竞争中成功突围,活动营销是至关重要的途径。

三湘华声全媒体举办长沙社区文化节、金博会、车博会等活动营销品牌,通过大型活动达到打造品牌、整合资源、增加创收的功能。

在广告时代向公关时代转变的大趋势下,越来越多的企业青睐于活动营销,活动营销的领域也在不断拓展。作为全媒体要充分发挥自身优势,跨媒体整合平面、网络、互联网、户外媒体等资源,通过各种活动营销提升自身品牌建设。

好的创意有“四两拨千斤”、“以一当十”的奇效。活动创意是活动之根本。媒体竞争更多的是创意竞争,运用创意整合资源,就会赢得更多的企业客户。

2012年10月25日 星期四 编辑杨迪 图编言琼 美编叶海琳 校对汤吉

T08
三湘都市报



恭贺三湘都市报、华声在线 乔迁之喜

湖南省美津园粮油食品有限公司
HUNAN MEIJINYUAN CEREALS, OILS & FOODSTUFFS CO., LTD.

民以食为天 油选美津园



公司地址:长沙市雨花区万家丽路上河国际商业广场H座6A 电话:0731-82778608 传真:0731-82772958 网址:www.meijinyuan.com