



R E M A R K

睿玛客

睿玛客，卓越营销者

REMARKABLE MARKETER

企业线上营销解决方案





Position 定位

营销—运营以推动销售

advertisement sign-ups revenue result sales analytics landing page leads traffic clicks conversion rate
digital marketing
email list google search engine optimization social media commission product
referrals targeting



致力于为**中小企业**提供**个性化定制线上营销解决方案**，从消费者具体需求出发，建立国内首个以**营销实际转化效果**为服务质量标准的营销机构。

You said hello to purple cow on the road,
你向路上紫色的奶牛打招呼，

Red giraffe visited your house,
红色的长颈鹿来到你家，

Green monkey cooked a delicious dinner,
绿色的猴子准备了一顿美妙的晚餐，

Yellow little elephant sang your baby to sleep,
黄色的小象哄孩子入睡，

.....

Reasonable, unexpected,
情理之中，意料之外

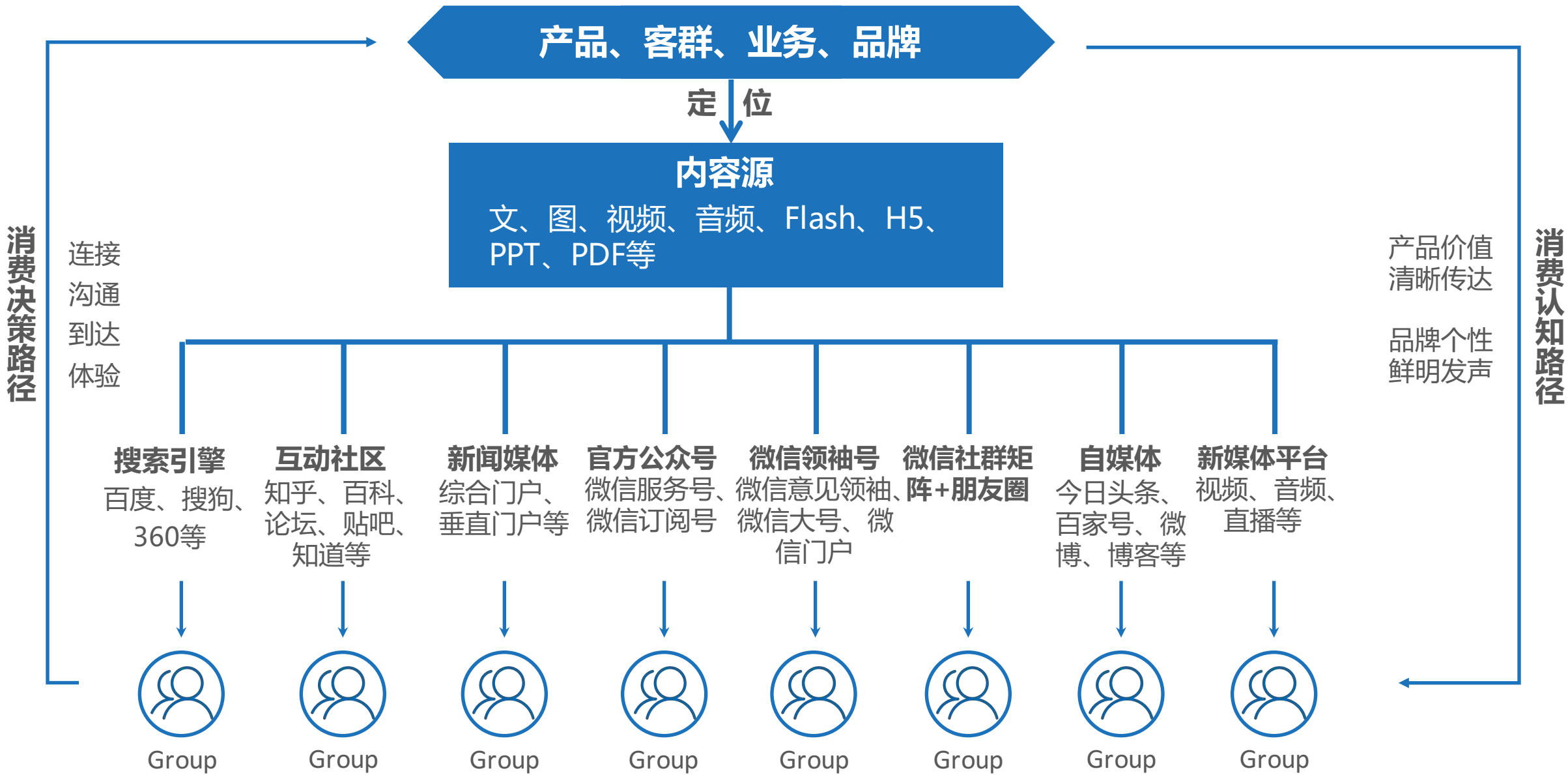
You are different, let 's make it remarkable.

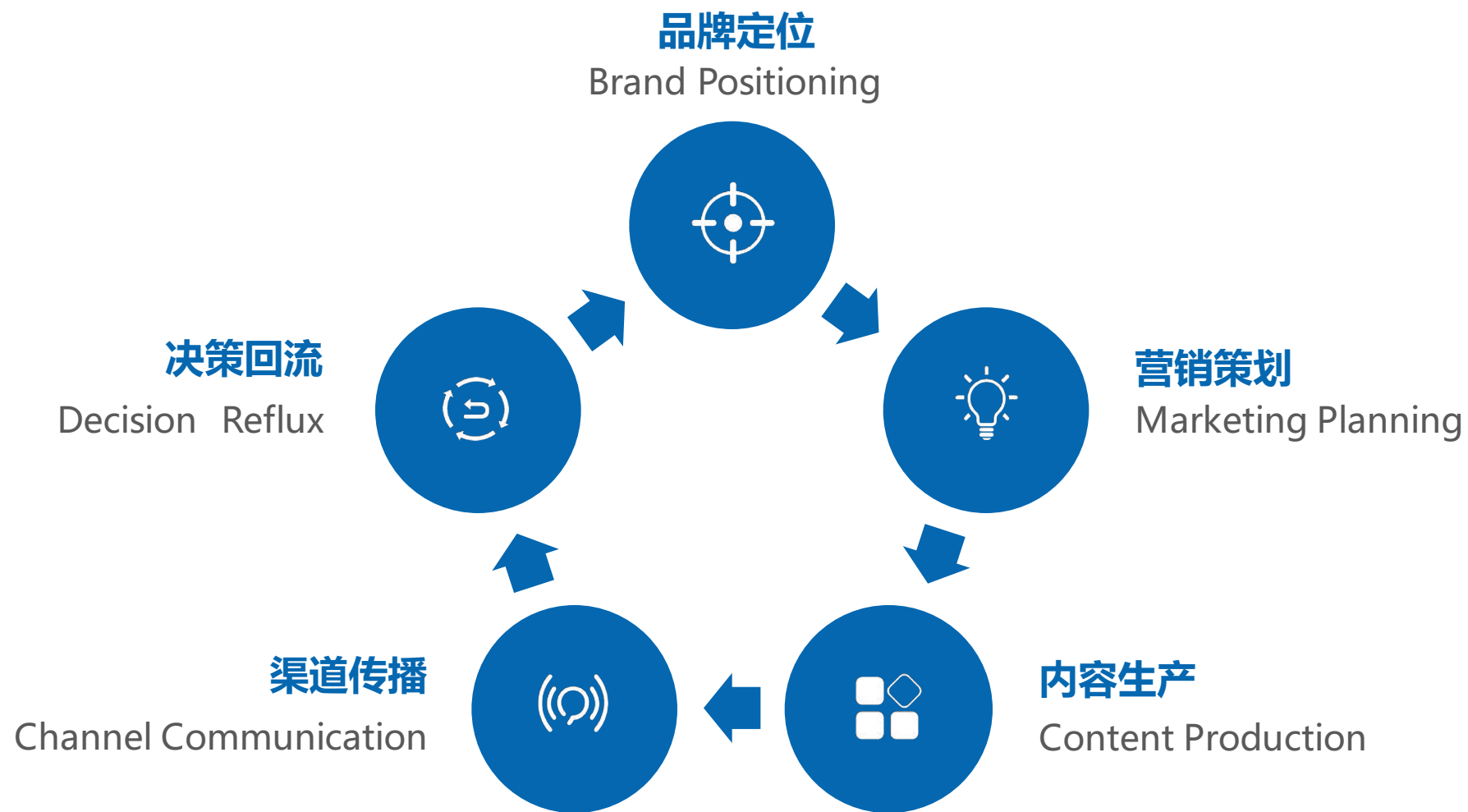
你生来**与众不同**，让我们使之**卓越非凡**。

Brand
Story

品牌故事









个性定位

企业品牌的人格化定位，企业调性及品牌个性的搭建



形象定位

企业形象定位，包括企业符号、产品视觉、吉祥物等



市场定位

企业及产品主要市场



人群定位

根据企业及品牌特性确定目标人群及潜在受众



价格定位

符合市场及受众预期的产品价格



地理定位

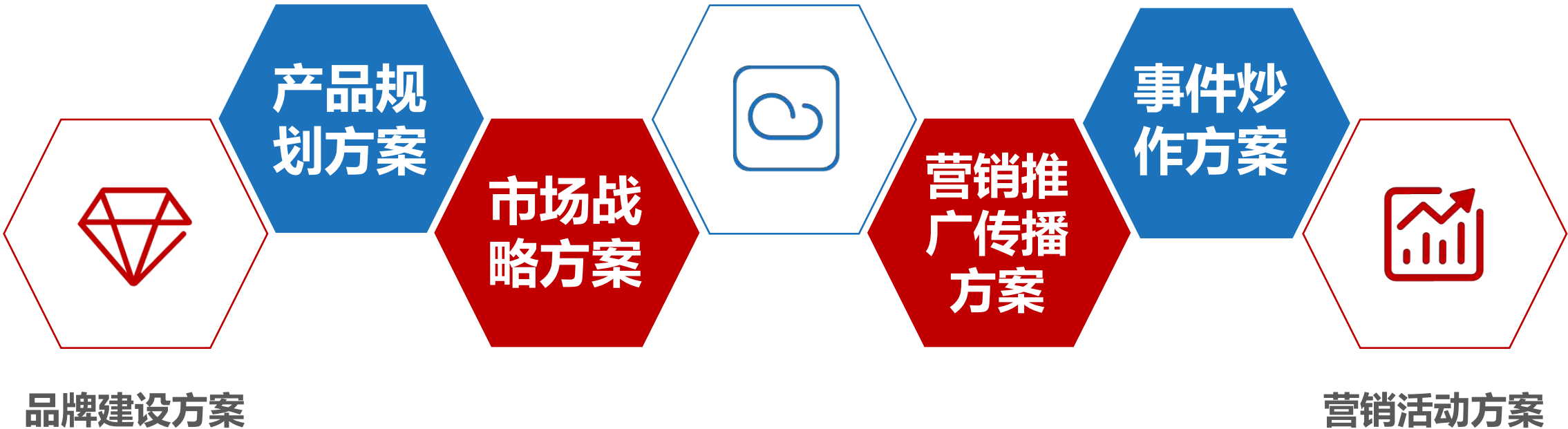
以地缘为主进行投放



渠道定位

以效果最大化为基准的投放渠道组合

线上平台建设方案



根据品牌及产品特性，产出有助于企业传播且符合各传播渠道特性的内容，帮助企业进行内容源完善及运营。



企业品牌形
象、内容建
设



企业产品视
觉、文化周
边建设



媒体品牌宣
导文、产品
软文



营销事件活
动文、图、
视频



互动社区内
容运营

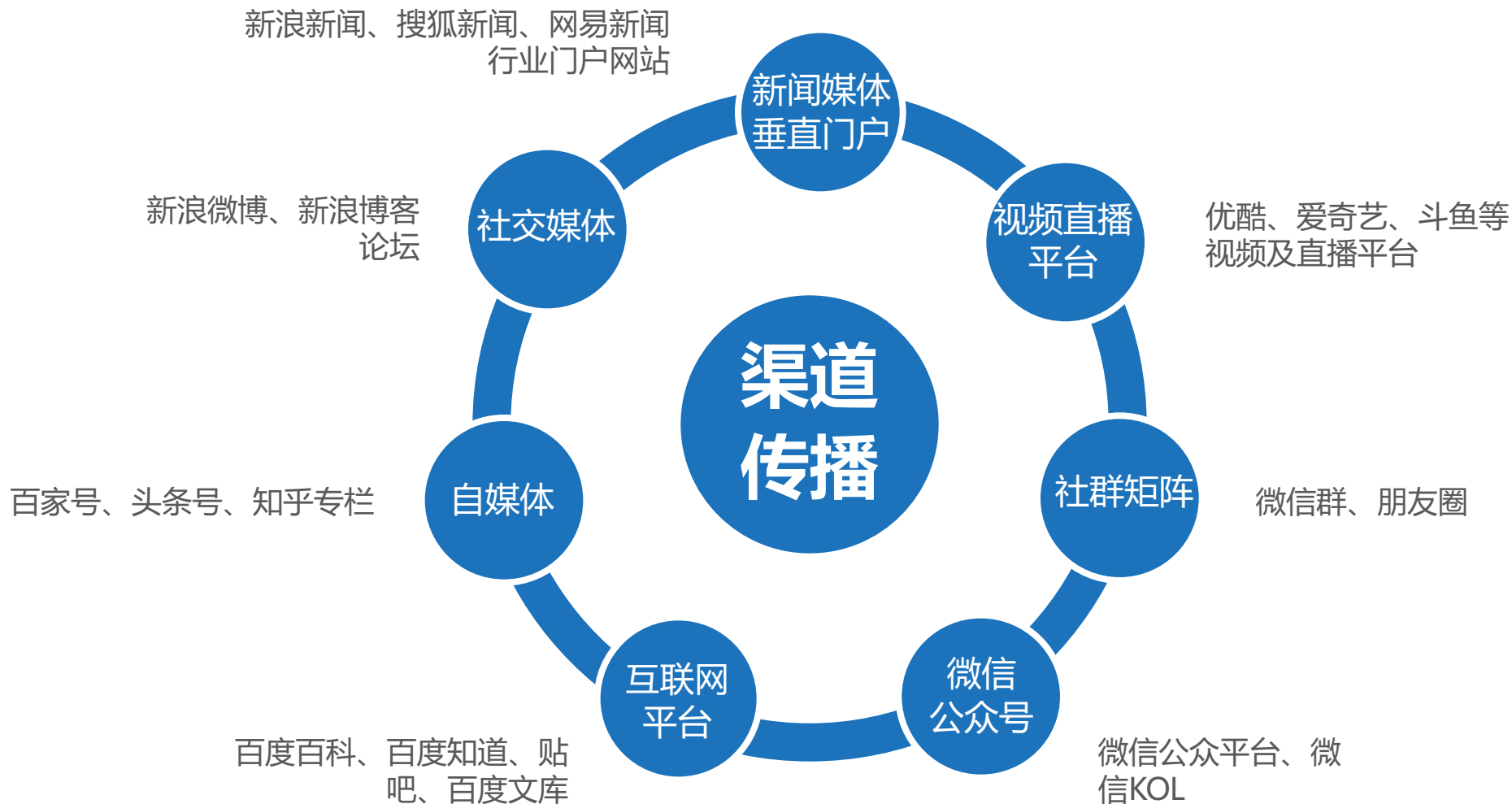


微信公众号
内容运营



自媒体、新
媒体内容运
营

根据品牌及产品特性，为其组合选择媒介渠道，选取合适的维度，实现传播效果最大化，综合社交媒体，实现短期内的大范围扩散。



决策回流

构建从消费认知到
决策的闭环，搭建
传播后群体接收及
回流体系，巩固消
费者决策，减少客
户流失



- 系列连接点规划
- 客服沟通体系
- 接待到达体验
- 场景体验营销
- 口碑传播建设
- 传播激励体系
- 留存活跃运营

三大核心产品



百度搜索引擎内容营销SECM
(Search Engine Content Marketing)



微信公众号内容运营OACO
(Official Accounts Content Operation)



品牌建设内容规划BCCP
(Brand Construction Content Planning)



百度搜索引擎内容营销（SECM）

产 品 介 绍

【基础期】品牌线上推广启动期1个月

产品定义

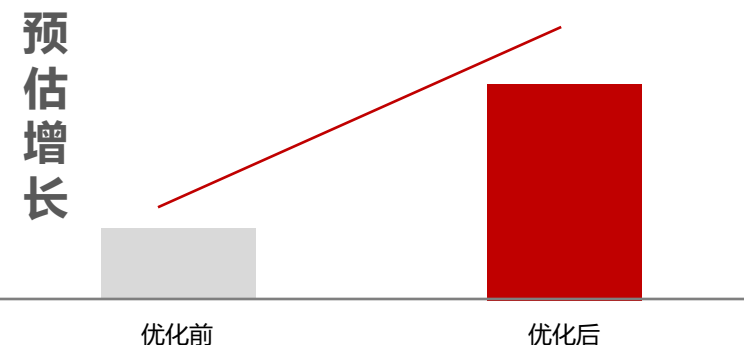
根据企业品牌、产品、客群定位，优选**1-3个关键词**，原创文、图、视频等内容源，结合新闻、门户、微博、博客、文库、贴吧、问答、百科、论坛、社区、空间、B2B、分类信息等渠道，实现百度搜索引擎内容营销。



示例：

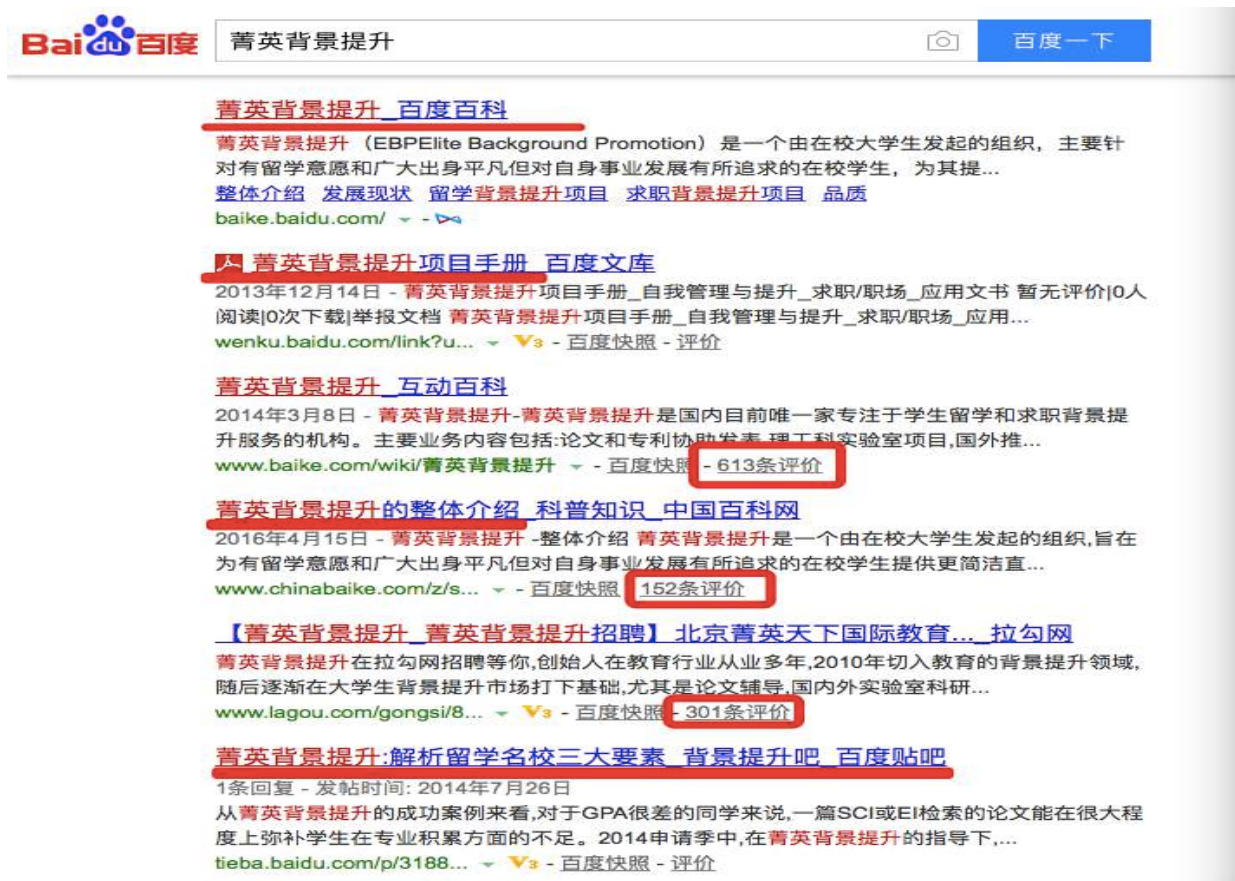
关键词—**菁英背景提升,背景提升**

一旦收录，永久保留，属一劳永逸的内容营销。



营销环节

搜索引擎营销（SEM）中的内容营销实现方案，消费者的最终购买决策路径中，需要根据百度搜索结果，通过众多第三方媒体渠道平台的内容参照，验证并确定自身的购买决策。



菁英背景提升为国内最早主做留学细分领域“背景提升”的留学服务机构。主营产品单价在万元以上。

客户来源：留学中介渠道，**百度自然搜索咨询**

决策流程：中介引荐→**百度搜索印证**→公司拜访咨询→成交确定

借助优质平台，传递品牌信息

- 每月选取**30-40家**媒体，涵盖综合类门户、行业权威站点、地方本地热门媒体等



微博、博客、文库、贴吧、问答、百科、论坛、社区、空间、B2B、分类信息等渠道内容铺设方案及指导推动

根据百度收录规则，进行媒体及相关渠道的组合排布优化，给予各渠道铺设的优化建议方案，并辅助推动

预估效果

百度搜索相关文章前十页覆盖率在**60%-80%**

Baidu 百度 古德体育  百度一下

网页 新闻 贴吧 知道 音乐 图片 视频 地图 文库 更多»

时间不限 所有网页和文件 站点内检索 收起工具

古德体育15期线上减脂营开始报名啦_清华大学吧_百度贴吧
古德体育15期线上减脂营开始报名啦...甩掉年后的脂肪,在家也能高效减脂,教的是方法,瘦的是身体,爽的是精神,春天减脂,只为完美一全年[大笑]
tieba.baidu.com/p/5039... V2 - 百度快照 - 评价

亚洲健身学院&古德体育战略联盟 致力传播体能训练体系_凤凰资讯
AFA亚洲健身学院 & GSSC古德体育 2016年8月5日 - 中新网8月5日电 5日,亚洲健身学院&古德体育战略联盟签约仪式在古德体育体能训练中心举行,亚洲健身学院院长程彤彤及古德体育创始人&CEO邵苏出席了本次...
news.ifeng.com/a/20160... V2 - 百度快照

古德体育引入体能训练:只因我们更懂专业互联网健身_科学中国
2016年3月31日 - 古德健身的出现或许是一个绝佳的契机。专业健身完美诠释,线上公众平台+线下体能训练中心 古德体育是以前国家队体能教练邵苏为代表的专业教练团队创办的...
science.china.com.cn/2... V2 - 百度快照 - 评价

古德体育受大众喜爱消费的越来越多_投资中国-彩票频道|彩票分析预测
2017年5月11日 - 2017年上半年,互联网体育产业投融资产生了60起,主要集中于跑步、健身、赛事运营等领域。相比其他的产业,体育产业投资受到资本寒冬的影响较小,但是整个...
invest.china.com.cn/ca... V2 - 百度快照 - 86%好评

古德体育独创金字塔体能训练体系 要成为中国的EXOS|界面新闻·
2017年4月26日 - 古德体育的发展目标与别家不同,他们更多的是面向健身房、运动队的教练进行培训,并协助他们进行职业规划。古德体育希望可以像EXOS系统一样具有“工业生产”...
www.jiemian.com/articl... V2 - 百度快照 - 195条评价

古德体育获500万投资,北体人邵苏:体育人创业,创造的是人生-百家号
2016年10月29日 - 融资500万,古德体育摒弃互联网+模式“我们需要的不是互联网,是产品本身

上海英弘教育  百度一下

谁知道上海英弘教育什么情况?今年暑假还有听说班,就学费有5500呢!...
2016年7月23日 - 谁知道上海英弘教育什么情况?今年暑假还有听说班,就学费有5500呢!好贵啊,到底值不值得? 显示全部 关注者 7 被浏览 937 添加评论 分享邀请回答 关注问...
www.zhuhu.com/question... V2 - 百度快照 - 1574条评价

上海英弘教育:英弘教育Jessica老师深情演绎 she is gone-...
【视频】时长: 1分钟
2016年7月6日 - 上海英弘教育: 英弘教育Jessica老师深情演绎 she is gone
www.iqiyi.com/w_19rso6i... V2 - 百度快照

上海英弘教育-热门标签-高清视频在线观看-爱奇艺
热门上海英弘教育相关视频在线观看,主要为爱奇艺用户自制原创,凭借内容最全、速度最快、用户最多等优势,爱奇艺致力于为原创爱好者提供最好的原创视频...
www.iqiyi.com/tags/wge... V2 - 百度快照

上海英弘教育:Jessica老师深情演绎 在线观看 - 酷6视频
【视频】时长: 1分钟
上海英弘教育: Jessica老师深情演绎视频
v.ku6.com/show/7W9wP4t-w... V2 - 百度快照

上海英弘教育郭明轩-原创-高清视频-爱奇艺
【视频】时长: 2分钟
2016年12月6日 - 上海英弘教育郭明轩是原创类高清视频,画面清晰,播放流畅,发布时间:2016-12-06。视频简介:。
www.iqiyi.com/w_19rjdgc... V2 - 百度快照

海德拉投资  百度一下

北京海德拉投资基金招聘市场运营_北京实习招聘
2016年11月11日 - 北京海德拉投资基金招聘市场运营。发信人:between(between),信区:Intern 标题:北京海德拉投资基金招聘市场运营发信站:天地人大(FriNov1110:18:192016)...
www.yingjiesheng.com/j... V2 - 百度快照 - 302条评价

天风证券IPO前与海德拉投资启动“海风计划”-深..._中国经济新闻网
2016年4月15日 - 近日,海德拉投资启动“海风计划”,宣布与即将IPO的天风证券签订战略合作协议,开启券商、资管合作新模式。海德拉投资董事合伙人李鹏远向记者介绍了与...
www.cet.com.cn/itpd/sd... V2 - 百度快照 - 85%好评

北京海德拉投资管理有限公司2017校园招聘_北京校园招聘
2016年11月21日 - 北京海德拉投资管理有限公司2017校园招聘招聘。就业信息 | 招聘信息 (2017)【校园招聘】北京海德拉投资管理有限公司分享到: &nb.....
www.yingjiesheng.com/j... V2 - 百度快照 - 302条评价

北京海德拉投资管理有限公司获“中国中小企业诚信示范..._网易新闻
2016年12月23日 - 北京海德拉投资管理有限公司获“中国中小企业诚信示范单位”,京海 德拉 示范单位
news.163.com/16/1223/1... V2 - 百度快照 - 1072条评价

财经20170517 大健康产业最近很火啊-搜狐
6天前 - 海德拉投资 2017-05-17 07:17:36 阅读(0) 评论(0) 声明:本文由入驻搜狐公众平台的作者撰写,除搜狐官方账号外,观点仅代表作者本人,不代表搜狐立场。...
mt.sohu.com/20170517/n... V2 - 百度快照 - 1806条评价

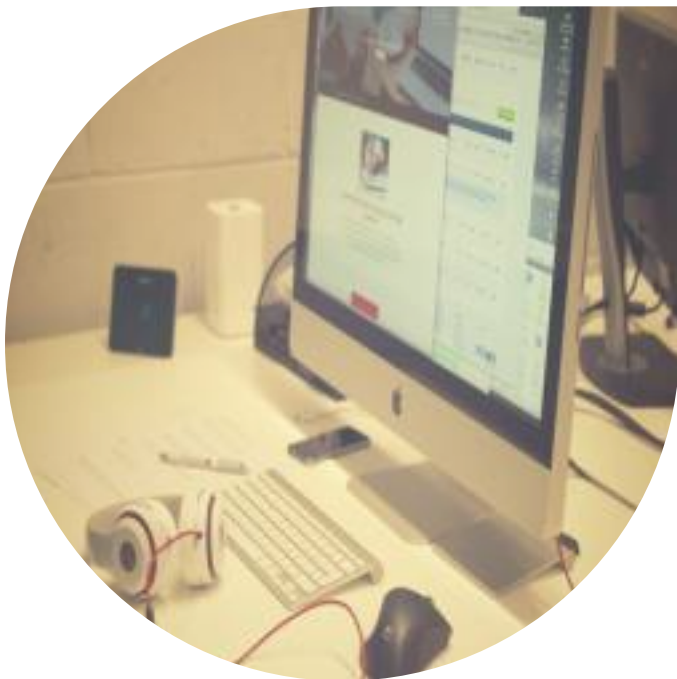
天风证券IPO前与海德拉投资合作:“海风计划”布局全球互联网金融...
2016年4月14日 - 近日,海德拉投资启动“海风计划”,宣布与即将IPO的天风证券签订战略合作协议,开启券商、资管合作新模式。借力天风证券,“海风计划”必将开启海德拉投...
finance.21cn.com/newsd... V2 - 百度快照 - 74%好评

真相“浮出水面”海德拉张济钢终于出声:传福丽特取消主力市值申购
2016年5月31日 - 业内:海德拉总经理车思佳谈券商模式 海德拉将推生态券商3.0 在2016海德拉投资代理商大会上,海德拉总经理兼市场部总监车思佳指出,券商2.0模式有利有弊;...
xianhuo.hexun.com/2016... V2 - 百度快照 - 82条评价

百度PC媒体列表 (以教育为例)

分类	综合门户	行业门户	地方门户
A类	中国网	新浪（新闻、教育）	京华网
	光明网	网易（新闻、教育、商讯）	北青网
	人民网	搜狐（新闻、教育、资讯）	上海热线
	凤凰网	21CN（教育、生活、财经）	东方网
	中国广播网（央广）	南方网（教育）	东方财富网
	中国日报网	金融界（财经）	金羊网
B类	中国新闻网	北方网（教育）	北京晚报网
	中国青年网	东北新闻网（教育）	北京经济导报网
	中国经济网	中金在线（财经）	北晨网
	中国网络电视台（央视网）	证券之星（财经）	扬子晚报
	中华网	TOM（新闻、消费）	全景网
	中青在线	中华教育网	解放牛网
	和讯	财经新闻网	上海都市网

注：因编辑不确定，若变动则替换同等类别媒体，在保证投放效果的基础上，以实际投放为准



微信公众号内容运营（OACO）

产 品 介 绍

【基础期】品牌线上推广启动期1个月

产品定义



定义

• 微信公众号内容运营-**OACO (Official Accounts Content Operation)**，根据企业品牌、产品、客群定位，制定官方微信公众号运营方案，实现官方微信公众号内容营销。



内容

- 微信公众号定位、类型、个性咨询规划；一级、二级菜单基础搭建，自定义菜单规划、常规内容栏目规划；
- 原创文、图、视频、H5等形式内容源制作



形式

- 日常运营，根据内容运营方案保证日常高质更新和维护
- 跨界合作，以同型同质客群为主体，协助开拓对接渠道
- 创意活动，结合营销事件和热点，规划创意活动方案

微信运营方案



2、提升粘着度 内容栏目建议

栏目类型	栏目名称	内容细类	内容说明	每月篇数 (平均)
资讯类	兔宝宝资讯	品牌新闻稿	品牌线上线下活动公关新闻稿	8
		品牌装修案例	兔宝宝往期装修案例、图库、装修日记	4
产品类	爆款推荐	兔宝宝店	以小确的身份，深入到线下经销商门店，对其进行现场说明，包括里面的服务、产品、周边配套娱乐等	1
		板材	内容主要以品牌的搭配为主，少量关于生产、原材料采购等文章	4
		衣柜		4
		木门		4
装修 / 家居类	居家技巧	地板	非品牌型装修案例推荐，以图片形式进行包装和展现	4
		装修案例推荐 / 图库		6
		装修攻略 / 装修日记	非品牌型装修案例，以文案加图片形式整理展现	5
		家具保养	对家居中的家具保养提供技巧	5
		搭配技巧	对家居装修上的搭配知识	5
		创意家居设计	家居产品设计的介绍欣赏	5
生活百科	兔宝宝故事	健康养生	一些生活健康知识	4
		定期重要故事	兔宝宝形象在漫画上的运用	1
		兔宝宝周边，如头像、十二星座等小互动	兔宝宝形象周边的运用	1
		节点互动	节点上的互动信息	1
活动类	互动活动	品牌活动互动	线上品牌类、产品类、促销类等以品牌为主的互动推广配文	1
		家居行业类	与家居相关行业最新资讯及消息的解读	1
		广告、公关相关解读类	与品牌营销、自媒体平台、公关等相关类型的解读	1
		品牌相关解读类	与品牌元素相关的最新资讯解读，如：房价、国家政策解读	3
其他	热文推荐			

根据客户品牌及产品特性确定微信公众号定位及个性符号，确定微信公众号运营方案。

- 目标客户群体分析

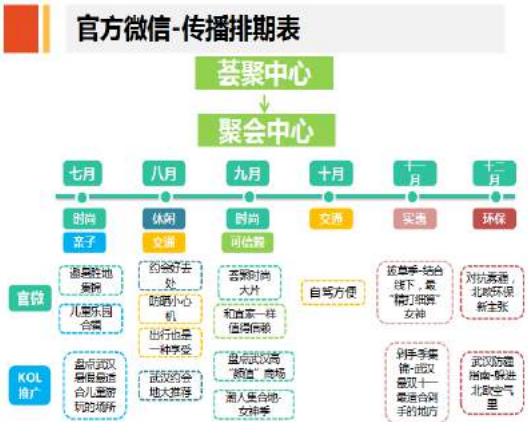
● 自定义菜单设置

● 公众号推送频率规划
- 微信公众号定位

● 日常内容栏目规划

● 已有公众号运营状况分析

内容规划



月度内容规划方案

根据排期，确定本月发布的精品图文及日常图文主题。

日常内容规划

根据客户产品、品牌确定文章角度、主旨、内容概述。

时尚-“颜值”最高商场

官微-#荟聚时尚大片#

微信：

最美的荟聚时刻

文案内容：

总有一些时刻，一些角度，荟聚美得不得了！

清晨的荟聚——晨光中的荟聚，和早晨的印记。
夕阳中的荟聚——夕阳下的荟聚，和金色的光芒。
雨后的荟聚——愈加明亮清晰。
俯瞰荟聚——俯瞰荟聚的造型是“武昌鱼”，你看出来了么？

(不同角度、不同时刻下的荟聚照片)



官方微信-内容传播

交通

话题点2：出行也是一种享受

微信：

旅途并不漫长，每一段都是一种享受。

文章内容：

通过将各种出行方式所需的时间进行换算，比如，坐地铁从某一站出发，到达荟聚的过程中可以看几段视频、听几首歌，无形中时间就这样过去，非但不是无聊的时间，更是一种享受。

也可以通过过去荟聚的人群的年龄进行分层，带小孩的家长可以在这个过程中给小孩讲1个故事，年轻的情侣可以看武汉风景，白领可以通过这段时间充实自己。

(图片仅供参考)



精品图文内容规划

具有一定创意性的文章角度及表现形式，包括文章主题、角度、表现形式。

营销环节



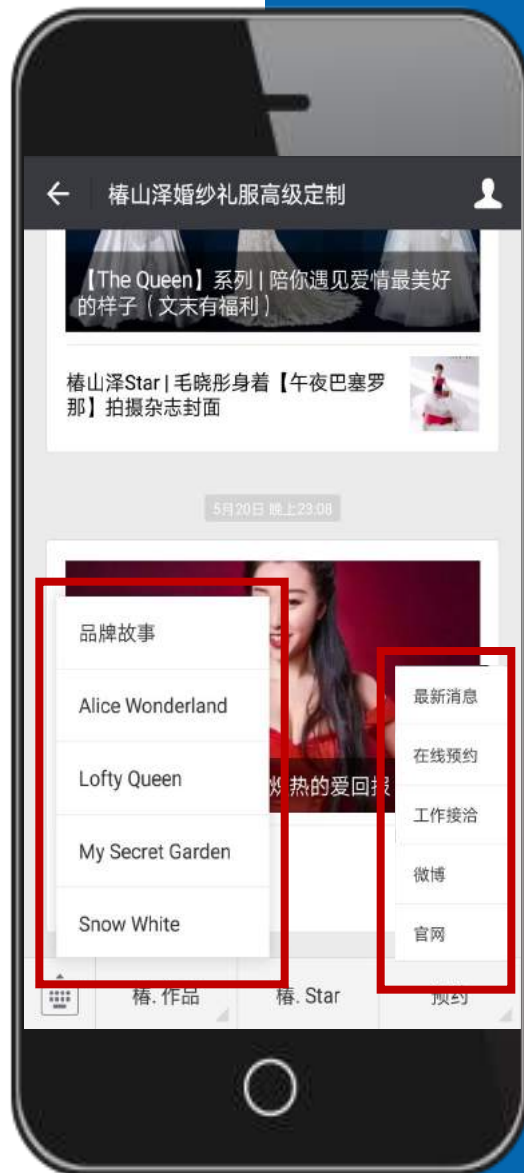
通过微信公众号内容运营中的微信平台内容运营实现方案，实现对客户已有客户的维护及潜在相似客户群体的挖掘，实现营销目的。

基础搭建



微信公众号定位

根据产品和业务情况及规划进行官方公众号定位或重定位，确立公众号的品牌个性及特色



根据公众号定位及品牌个性符号确定自定义菜单栏预设，同时进行基础框架内容搭建及规划。

菜单设计及搭建 :三

方案规划

官方公众号内容运营规划方案（按季度、半年度、年度），包括文章内容定位、方向等

官方公众号内容微信平台推广周期性规划方案，包括但不限于微信群、朋友圈互动推广方案等



内容排期

内容栏目制定

内容方向产出

内容运营

日常 内容



根据客户品牌及公众号定位分析，规律性内容发布，制定适宜的内容规划，包括原创行业文章。

精品 内容



创意性内容，以海报、动图等形式植入品牌，精细化内容产出，包括但不限于品牌产品深度文章、具有品牌个性的动图视频、节假日线上活动。

热点 内容



结合专属营销事件、时事热点、行业新闻的实效性，进行定制化内容创意规划，及文章的撰写发布。

日常内容

周末拒绝宅在家？这里有唤醒你活力的正确方式

2017-03-16 旅行百事通

又是一年春好处，你是否见过魔都最美的风景？
阳光明媚的周末，宅在家里未免太过可惜，不如出去走走，和大家一起相约在春风里~
别说你还不知道，现在全魔都最潮爆的人都在骑行~



活动信息

魔都520最新甜蜜套路 TOP 10，如果爱，请走完！

2017-05-19 520要来 上海大悦城

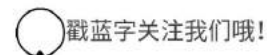


520一定是个缠绵悱恻，值得记录的日子，
我们整理了酷炫套路TOP 10，
每一个套路都可以玩出新花样！

节日热点

【The Queen】系列 | 陪你遇见爱情最美好的样子（文末有福利）

2017-04-24 椿山泽婚纱礼服高级定制



云想衣裳花想容，春风拂槛露华浓。
美人如玉，对镜花黄。
春光旖旎，浓情蜜意。

爱意的萌芽或许只是一刹那
但爱情的意义却要用一生来诠释
椿山泽【The Queen】系列作品
用精致的细节镌刻你的爱情瞬间
为你见证此刻的蜕变和美好



ps.文末有文艺青年挚爱好礼~

产品信息

精品内容



海报



“ 建筑面积25万平方米的无锡荟聚，相当于5/7个无锡三国城。



“ 说起来，只有爸爸才有这体力带你逛遍荟聚，也是在这个时候，爸爸力爆棚的他们看起来格外帅气！

创意内容产出



独家头条

深受人民喜爱的荟聚2周岁
生日大趴开幕在即



在这次生日大趴上，荟聚为大家奉上了丰富多彩的生日大礼包，届时将派送巨大的福利，还会有更多惊喜等着人们一探究竟。



财经视点

打造欢乐乐园 荟聚出台新政

热点内容

《欢乐颂》：都什么年代了，还把处女膜当勋章？

2017-05-23 斑马 傅踢踢

《欢乐颂》迎来了一波小高潮。应勤请五美吃饭，曲筱绡一句无心的玩笑揭开了邱莹莹并非处女的事实，应勤愤而离席。像“处女情结”这样的话题，按说是老生常谈。可应勤的“极品”反应，仍然激起千层浪。邱莹莹的由衷认同，也令很多反对直男癌的人深感怒其不争。

今天想和大家聊聊“处女情结”，作者是踢踢的好朋友斑马。首发于微信公众号“油炸绿番茄”（ID：tomato2050）。



社会热点

隆诗婚礼“预算无上限”？筹备婚礼的你预算究竟该怎么算？！

原创 2016-12-08 喜结网 婚礼素材收集者

不算不知道，其实一场婚礼的花销是很大的，一不小心，一套房子的首付就用出去了.....



所以素材君看到wuli四爷在婚礼前宣布这场婚礼“预算无上限”!!! 真是满满的嫉妒羡慕恨!



新闻热点



节日热点

案例分析

内容产出

日常运营

精品图文

互动展示

企业官微定位，受众群体锁定，制定日常运营策略以盘活带动拉新；微信公众号大号推广专栏约稿。

“太子妃升职记”

网剧热播期联动多

大号传播，行业深

度内容生产，最高

阅读量**22000+**



回望2015年，自制剧持续了一整年的狂欢，视频盛宴一场接着一场，激烈的竞争实现了自制剧品质的飞跃，对行业而言，虽是夹缝中求生纯属被逼无奈，但自制剧水平的全线提升着实值得庆贺。

自制剧愈发多样和丰富，不仅喂“饱”了受众，也喂“挑”了受众。带着一身“乡土气息”效仿FBI

案例分析

内容产出

日常运营

精品图文

互动展示

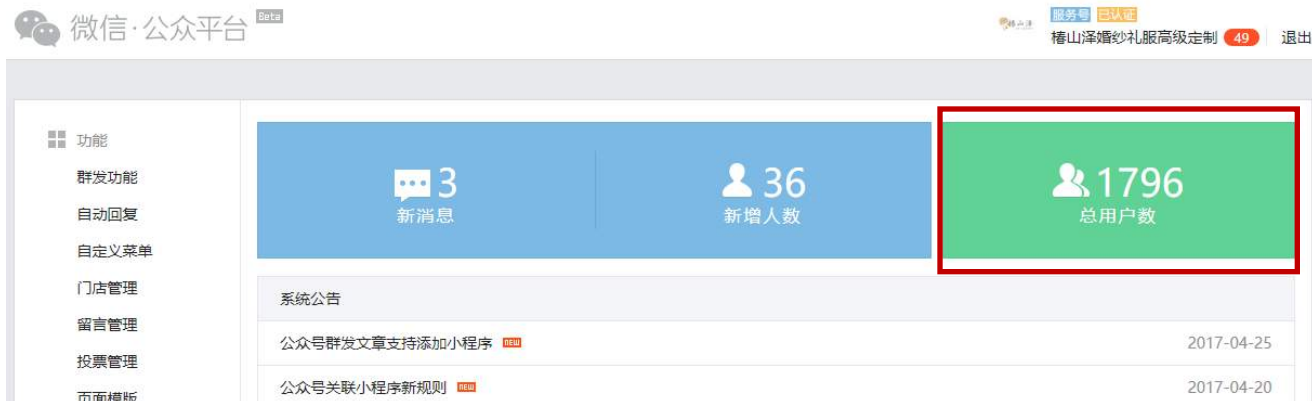
根据公众号定位及内容规划，为品牌官方微信提供日常运营规划及方向。

椿山泽婚纱礼服高级定制

根据客户品牌调性及产品特点定制菜单搭建及内容规划。

自运营以来，3个月内新增粉丝**1500**余人，且多数为具有一定购买力和消费意向的活跃粉丝。

单篇文章阅读数平均维持在**970**，阅读回复率提升至**28%-35%**，粉丝活跃度不断提升。



【The Queen】系列 | 陪你遇见爱情最美好的样子（文末有福利）

2017-04-24 椿山泽婚纱礼服高级定制

戳蓝字关注我们哦！

云想衣裳花想容，春风拂槛露华浓。
美人如玉，对镜花黄。
春光旖旎，浓情蜜意。

爱意的萌芽或许只是一刹那
但爱情的意义却要用一生来诠释
椿山泽【The Queen】系列作品
用精致的细节镌刻你的爱情瞬间
为你见证此刻的蜕变和美好

ps.文末有文艺青年挚爱好礼~

案例分析

内容产出

日常运营

精品图文

互动展示

挖掘产品特性，定制与品牌或产品相关的高质量内容，并进行精心设计，形式包括：漫画、海报、精细化排版等。

结合“奥运”“周年庆”“父亲节”为客户定制的精品图文内容，均获得当月最高阅读量，平均自然阅读量维持在**8000+**，打开率维持在**15%**。

▽ 站在一层，我脑中的画面是这样的



▽ 走到三层，我又看到巨人腾空而起



案例分析

内容产出

日常运营

精品图文

互动展示

针对品牌需求，策划互动类创意，向消费者展现个性化服务页面，达到传播的目的。

互动展示——以信息展示为主，通过简单的点击、翻页浏览，常见的有邀请函、贺卡、报告、调研等。

根据客户需求定制的展示类行业峰会邀请函，平均PV保持在**1500**，成功在苏州建材行业人群中大范围传播。



案例分析

内容产出

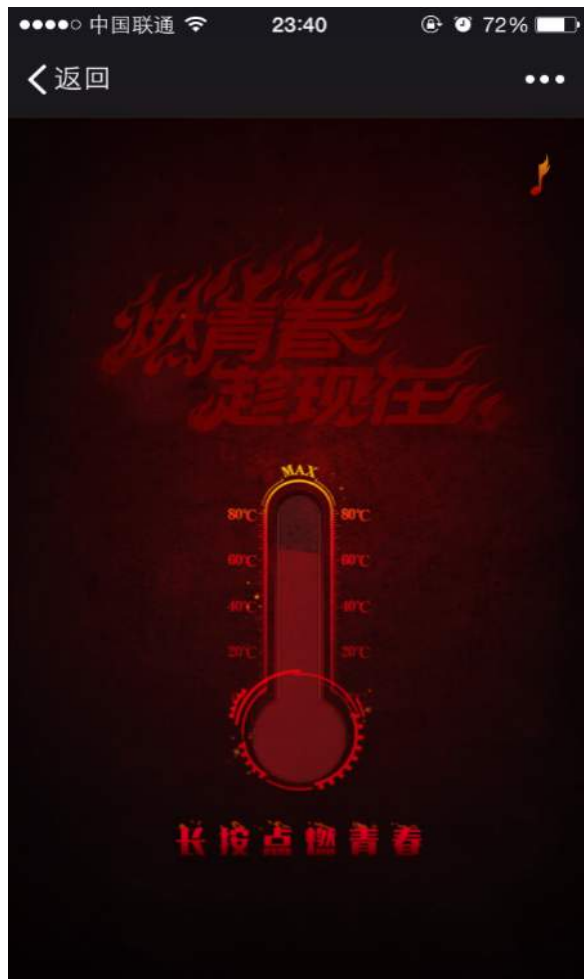
日常运营

精品图文

互动展示

针对品牌需求，策划互动类创意，向消费者展现个性化服务页面，达到传播的目的。

游戏互动——简单、创新、病毒式传播，能够短期内快速增加参与，沉淀用户





品牌建设内容规划（BCCP）

产 品 介 绍

【基础期】品牌线上推广启动期1个月

品牌定位

根据产品和业务情况及规划进行品牌定位或重定位，确立品牌个性及特色，明确企业核心竞争力，精准市场及客群

个性定位

形象定位

市场定位

人群定位

价格定位

地理定位

渠道定位

提升品牌知名度及品牌热度，突出产品特点，帮助消费者迅速了解品牌

品牌内容建设

包括但不限于品牌定位、名称、slogan、品牌故事、企业画册（PPT、H5、纸质册形式等）、官方网站等。



官方网站



品牌故事



企业画册

品牌内容建设

包括但不限于品牌定位、名称、slogan、品牌故事、企业画册（PPT、H5、纸质册形式等）、官方网站等。

依据客户资料，制作的企业画册应包括以下内容：

- 品牌定位
- 发展背景
- 产品特性
- 服务模式
- 企业性质
- 发展前景
- 产品优势
- 企业文化



企业画册

品牌内容建设

包括但不限于品牌定位、名称、slogan、品牌故事、企业画册（PPT、H5、纸质册形式等）、官方网站等。

互动展示—易企秀H5制作

以易企秀模板为主制作简单展示类H5，包括：

- 企业介绍
- 产品介绍
- 邀请函
- 新品发布
- 会议介绍
- 招商/活动

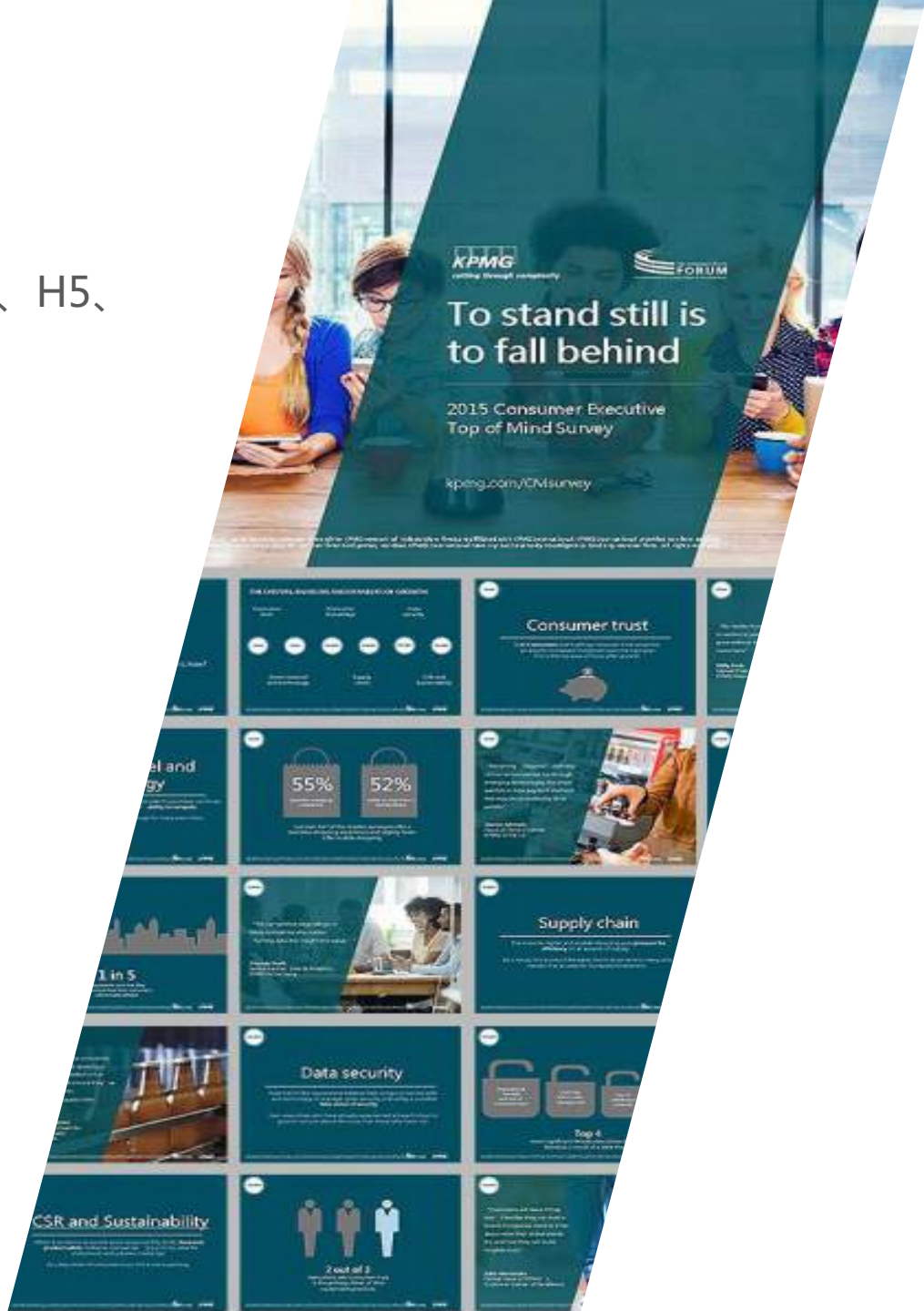


品牌内容建设

包括但不限于品牌定位、名称、slogan、品牌故事、企业画册（PPT、H5、纸质册形式等）、官方网站等。

根据客户要求制作的其他类型PPT，如：

- 产品说明类PPT
- 企业融资BP
- 活动策划类PPT
- 微信运营效果反馈
- 项目结案报告



营销环节

在企业初期搭建阶段，必须**明确品牌个性及产品定位**，核心竞争力，精准市场及客群，完成品牌及产品内容源的体系建设。

确立品牌定位，从品牌个性符号、
产品视觉等方面完善企业形象，
帮助消费者认知品牌



依托互动社区、社交媒体、网络平台等不同渠道，完成品牌内容产出，通过内容运营帮助消费者强化品牌印象

预估效果

一切内容源体系服务于让消费者真正记住品牌定位、名称、slogan，并区别于竞争对手。



德芙
纵享丝滑



王老吉
怕上火喝王老吉



农夫山泉
农夫山泉有点甜

通过系列营销活动，使消费者对品牌产生强认知，包括对品牌定位、品牌特点、品牌slogan的认知。

预估效果

通过内容源服务体系，一年后打通至少**三大领域群体口碑**。当消费者反复在生活场景中通过不同群体接触到某一品牌信息，将有更大几率帮助他们认知品牌，做出消费决策。

以血缘为纽带的群体关系，多为亲属之间的传播，在消费者决策场景中占据重要部分

同

同好

基于共同的兴趣爱好自发形成的一种群体关系，拥有共同的话题，在消费偏好上较为接近，具有重要参考价值

群体
口碑

偏重于消费者社会属性凝结而成的群体关系，消费群体最易接触并受到传播影响的群体

同事

同窗

消费者的同学群体，与消费者关系紧密，且可覆盖不同地区不同职业群体

核心竞争力

- **以营销目标为导向**—重实际转化（真实用户、有效触达、建立口碑、推动销售），杜绝光鲜虚假表面工程！
- **专业科学营销路径**—专业到线上推广每一个渠道的每一个细节
- **高质量营销手艺人**—从营销策划，到内容运营，到渠道组合，由各领域高质量手艺人分工输出



运营团队

策划智囊团

腾讯系、4A广告公司、500强企业，品牌部负责人

文案

搜狐、乐视、蓝标等营销策划师

设计

蓝标、奥美、万科、龙湖等顶级设计师

H5

链家、中青旅、京东、斗鱼等核心研发团队

软文

新浪、网易、凤凰、虎嗅等资深编辑

百度SEO

微软、360等企业的长期服务商

百科、地图

内部审核团队

视频

(中小企业) 北京最大的中小商户平台人人贷制作团队

(大型企业) 加多宝、东鹏特饮、戛纳电影节制作团队

线上渠道

PC媒体+网媒+新媒体+社交媒体，全部一手资源



+ 团队背景

互联网营销黄埔军校——北京邮电大学市场营销专业、南京邮电大学广告学专业

互联网领军企业经验——腾讯集团、平安集团、搜房集团、天极传媒集团、4A广告公司5-8年市场营销从业经验

亮点案例

健怡智能马桶—中国的智能马桶，梳理产品定位及竞争优势，市场及竞品分析，成功获得天使轮融资**500万**



亮点案例

立信国际话题炒作——微博、微信、网媒三大阵营分批联动，盘活现有家长群体，迅速拉新，推广期咨询量有**45%**以上的提升

立信国际财经学院媒体炒作思路

- 传播第一阵营：**新浪微博**（注：立信国际官微及论坛不及学而思成熟）
 - （1）热门话题榜**#18岁男孩掷百万现金进哈佛#**，引发热议
 - （2）找3-5个微博大V互动（留学、教育、高考、自媒体人、家长身份的名人等），关注点引至@“立信国际”
 - （注：此阵营传播也可选择其他从真实场景提取的话题，关注基于传播效果的大V选择，互动操作步骤，互动的整体思路创意）



周大福小心意活动方案——产品再定位，核心优势提炼，线上互动活动创意，推广期新增粉丝**3650+**，去年同比拉动销售额**12%**以上

线上活动及传播渠道



1.趣味H5

构想：“女王节心意贺卡——送给陪你一同青春的她”

- 流程：
- a.文案（情感引导）
 - b.在四款小心意中选择你最想送给闺蜜的一款
 - c.在四款花朵中选择一款（不花艺品牌合作）
 - d.生成专属的电子心意贺卡（与属编号用于线下活动抽奖）
 - e.分享
 - f.跳转线下活动报名页

所有报名者都可获“心意保养”一份，并可在活动当天打印实体贺卡

传播渠道：

周大福华东区微信公众号
周大福天猫/京东/官网
活动城市本地类KOL
合作品牌微信公众号

亮点案例



[滚动新闻](#) [资讯排行](#) [RSS订阅](#) [留言板](#)

您的位置：环球网 > 科技 > 移动互联网 > 正文

卓大师：重新定义移动生态圈中的手机回收

[我有话说](#)

字号：T T

2014-06-23 15:15:00

来源：中国站长站

责任编辑：李文瑶

手机回收早已不是一个新词，自2008年11月张晓真的锐锋网上线，即开启了 [中国](#) 手机回收 C2B时代。然而6年过去了，如今的锐锋网已低调转型为电子垃圾环保处理平台。相较而言，[美国](#) 的手机翻新公司ReCellular早在2011年的营收就突破了6600万美元，并以每年将近50%的速度继续增长。当年市场咨询公司Yankee Group对全球二手手机市场的估计就已达几亿，特别是经苹果、三星等智能机新巨头推动波澜后的几何式增长，现今的规模可想而知。可以说，宏观市场环境必定是一片大好，但为何手机回收平台在中国的表现却与美国大相径庭，曾陆续涌现出的企业也都不幸相继夭折，究竟是什么造成了中国手机回收众平台昙花一现的悲剧？

中国手机回收市场的盲点

早年做手机回收平台的企业仅着眼于报废手机的零部件价值，例如手机中金、银、铜等贵金属的提炼。但企业毕竟不是慈善机构，只做手机回收后的环保处理，不能保本不说，很多时候甚至要赔着钱做。久而久之，银子的进账越来越少，而成千上万的电子垃圾包裹却源源不断地涌进仓库。于是，企业便不得不通过转型或关闭平台去尽可能多地挽回损失。这一切都源于最初废品回收的错误定位，未看清二手手机市场的真正受众，直到企业财务不堪重负时，才知道，自己卖错了对象。

当众企业幡然醒悟后，又一问题出现了：二手手机交易的信任机制遭到质疑。手机回收平台乱

卓大师

深度稿件，站长之家、Donews（IT行业权威站点）自动收录，推广期“手机回收”关键词收录热点，部分IT科技门户首页推荐



[首页](#)>[经济频道](#)>[经营快讯](#)

留学市场龙争虎斗 菁英背景提升巧避竞争突围

2014-07-25 12:21

来源：21CN

[我有话说](#)

新东方这两天发布了截至今年5月31日第四季财报，该财季，净营收达2.875亿美元，同比增长了20%，其中归属于新东方的净利润为4290万美元，同比增长52.2%。

相比于各种中国科技股过山车似的震荡，新东方这只教育科技股超过五成的利润增长着实让人羡慕不已。第四财季延续了上一财季语言培训和考试辅导课程注册学生的增长，学生更倾向于费用较高的课程，其中，与留学相关的考试课程，如托福、雅思、GRE/GMAT应试辅导等更是营收贡献的主力军。一个新东方就足以代表留学市场的如日中天，由于高消费受众的特殊性，可想而知，有多少企业想打赢这场市场争夺战。

龙争虎斗：更高分!更全面!

除去中教国际、中留服和嘉华世达三家教育部直系“亲属”，首先便是第一梯队新东方、金吉列、澳际、启德四大巨头的渠道之战，无论是90年代初起步的新东方和澳际，还是90年代末起步的金吉列和启德，都用了十几年的时间铺设全国渠道以达到迅速扩张的目的。截至目前，每家均拥有超过30家地方分公司，新东方和金吉列的覆盖面甚至达到了40余家之多。如果说渠道战铺垫的是基数，那么接下来的就是以广告为主要形式的品牌和价格战。“我们的分数更高!我们的服务更全面!”，围绕该中心思想下的广告遍地开花，于是，地铁、公交、站牌、主流报刊杂志、学校视窗等无孔不入，媒体投放真可谓是不惜血本、生怕

菁英背景提升

零基础百度铺稿，抢先2年占据“背景提升”关键词前十页将近**70%**的覆盖

当前位置：[首页](#)>[新闻](#)>[滚动](#)

字号：大 中 小

古德体育：专注体能训练，而后互联网健身

发布时间：2016-03-18 12:39:42 | 来源：中国网 | 作者： | 责任编辑：科学频道

健身，人鱼线，马甲线，仿佛就在一夜之间，成为了大众关注的关键词。每天面临高压的工作压力以及动辄数十小时的久坐让越来越多的都市人群意识到了健康的重要性。如同绝大多数发达国家所经历的那样，充裕的物质基础带来了更多的健康问题，例如每年不断攀升的肥胖人群数量。从某种程度而言，肥胖和健身存在着必然的联系，人们对肥胖所带来的一系列对身体健康的损害驱使着人们对健身领域的关注，消费观念和消费能力的升级让更多的人选择走进健身房。

然而对于大多数健身“小白”来说，初次的健身房体验很难说得上友好，面对形形色色的健身器械，首先掏出手机进行检索可能是他们茫然后的下意识动作，甚至很多人还不清楚什么叫体脂率。再者，健身专业教育稀缺，缺少专业从业人员，现代人繁重的工作时间都成为健身行业寻求发展时亟需解决的痛点。

从这个角度来看，拥有千万亿市值却尚未发展成熟的健身行业无疑可以称得上是一支巨大的潜力股。也正是如此，在资本寒冬的当下，互联网健身行业却始终如火如荼地发展着，吸引了大量资本和巨头的涌入。

就当下市场而言，互联网健身大致可以分为以下几种类型：以全城热恋、小熊快跑为代表的渠道平台，该模式将线下的场馆聚合起来，采用更灵活的付款及预约方式，用户每月支付一定款项，即可在合作场馆中任意挑选，这种模式看起来极大提高了人们的自主性，实际上，由于健身房往往承担着高昂的场地及器械费，而小熊快跑这类APP通过出售单次低价健身体验的方式并不能使健身房资金尽快回笼，因此很可能受到健身房的抵制，而若是失去了健身馆的支持，用户体验的下降很可能导致用户的大量流失。此前迅速发展的Keep则代表了互联网健身的另一种类型——以线上社区为主，带动线下发展，相较于单一整合线下场馆，Keep采取的方法是“红人+小白”的用户生态，具备基础健身知识的健身达人自主产生内容，吸引普通粉丝转化为平台用户，并通过社区运营将这种关系沉淀下来，与此类类似的还有知乎大V斌卡创办的硬

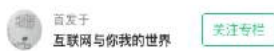
古德体育

品牌稿件媒体推送，今日头条自动转载，当日精准推送至投资人，并获得反馈

亮点案例

8848钛金手机

钛金价值危机公关事件，阐明钛金价值公关文，知乎文阅读**5000+**，回复**120+**



探秘高端产品使用太空金属的原因



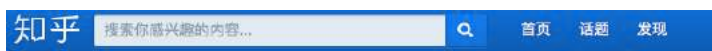
人体的骨骼可以被打印出来了！最近首例3D打印多孔型钛金属植入假体治疗在西安市红十字会医院顺利完成。而武汉一位医生近日成功利用3D技术打印了一块新的钛金属左肩胛骨，帮助一位肿瘤患者的左肩获得“重生”。这是全球第二例3D打印肩胛骨重建手术。根据观察及恢复情况，植入的假体与保留的肩胛骨完全吻合，关节功能基本恢复。



此次手术中的肩胛骨材质钛，实际上是被广泛应用于航空航天领域的材料（厉害了，试想身体里的一部分跟飞机的零部件是同款……）。

容联云通讯

VoIP国营民营争议，深度解析文，分不同账号拆解并引发热议



互联网 电信运营商 VoIP 网络电话 通信行业

最近中国移动推出企业飞信，VoIP技术的合法性再引热议，除了运营商，第三方企业能否开展VoIP业务？

添加评论 分享

21 个回答

默认排序



首先，最早接触VoIP名词还是在留学的时候：VoIP = Voice over IP；也即在IP协议上来传输语音。当时记得我们课上的非裔教授还说它和传统运营商的电话网络的区别是：VoIP基于互联网的包来进行传递，而传统电话网络则是分配专属的信道。或者通俗地说，voip走的是流量。常见的voip应用是：微信语音，Skype，Facebook Messenger，游戏里的YY语音等等；另外Google还开源了自己的webRTC，来方便第三方公司开发自己的voip应用。

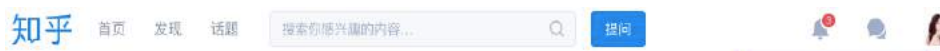
关于VoIP的合法性，我一下子想起来读书的时候讨论的VoIP推广中的各种坎均：当时对于这个话题还做了无数的资料查询，写成一篇总结性的论文当微期末大作业。各位可能会好奇：voip技术这么好用，而且Internet肯定以后是网络发展的未来，为什么国家或者运营商还要排斥voip和限定其合法性呢？

其实在美国和世界其他国家，voip遭到各种的挑战。主要因为这么几点：

1. 在十年前，手机运营商（比如美国的Verizon、AT&T，中国的移动和联通）主要营收来源于手机通话费，而互联网宽带则是走的电信或者闭路电视渠道。所以为了保护自身利益，运营商进行了各种游说，来夸大voip的缺乏监管和其不合法性。
2. voip刚出来的时候，的确有一定的局限性。比如无法支持免费的911求救，无法按照联邦政府的要求来存档录音和记录通话双方的信息。这让美国反歧视和执法无法有效得到保证，而之前的电话通

奥迪

知乎回答品牌植入，塑造奥迪车主创新、进取的精英形象，浏览量**百万人次**以上



生活 汽车 生活经历

你与车最难忘的经历是什么？

比如在旅途中遇到的姑娘。

7 条评论 分享 邀请回答 举报

关注者 4324 被浏览 3063003

关注问题 写回答

查看全部 819 个回答

匿名用户

4 人赞同了该回答

茶话会的时候，老杨读了自己给老韩写的故事，在他的强烈要求下替他贴在这里。长者文风诸位不喜勿喷。

用他的话说，男人对于车的情感，是女人永远无法理解的。

认识老韩也不久，刚过而立之年，不算是光芒四射，也并非帅气惊人。在他平易近人的面容中深埋着一种悠长的气韵。说不明白。就像收藏了很多年的红酒，酒香悄无声息，释放地很缓，很轻，很慢。这是一个在地产业有分量的人。

老韩开朗幽默起来，让你根本无法想象他领导百人营销团队那意气风发的模样。作为一个在五年来，从某全国顶尖房产行业的一个默默无闻的业务小兵，一路拼杀到万人瞩目的营销副总的男人。他总是用左手肘撑着桌子，捏着烟头，用平静的眼神告诉你，那些过去的所谓传奇，其实无足轻重。

重要的是坚持。



关于作者

匿名用户

相关问题

客户版图



2014年运营至今，运营团队达百人以上，重点客户50多家，业务覆盖北京、上海、深圳、苏州等城市





R E M A R K

睿玛客

睿玛客，卓越营销者

REMARKABLE MARKETER

期待与您的合作

苏州睿玛客营销策划有限公司

地址：苏州工业园区星湖街乐嘉大厦2314室

电话：0512-68765398

网址：www.remarktop.com

