

台湾Friday's的网络营销

佚名

通过MSN,让好友间彼此散发优惠券,这便是2008年台湾Friday's的营销策略。当年Friday's只投入了110万元的网络广告预算,却得到了300万元的利益,投资报酬率接近300%。

早在1996年,在很多人对“网络”这个名词还一知半解的时候,台湾Friday's就已经有自己的官方网页了;1999年台湾Friday's更是推出了答对问题就送网友优惠券的互动营销方案;2002~2003年,台湾Friday's又推出了“网络连连看”活动,只要连对就赠送大餐。这个活动使其业绩增长超过1000万元,增加来客数1万多人,但全部投入成本却只有20万元。这是台湾Friday's网络营销有史以来,打得最成功的一仗。由此可见网络广告并非只是放在首页的静态文字宣传,而是要和网友互动,让网友感到兴趣。很明显,网友越感兴趣,就越容易招来商机。

然而在2003~2006年间,台湾的网络广告商一改过去以优惠券交换广告的方式,要直接收费,使网络广告的成本升高,台湾Friday's便转向相对便宜的电视广告,效果却不尽理想。2006年后,台湾Friday's更新了官网,增加了声音和动画,网页看起来活泼,让消费者眼睛一亮。

今年台湾Friday's决定采用从未试过的新方法——以MSN实时通讯做为散发优惠券的平台。MSN做为社群管道,有两个好处:第一,MSN的族群多半是年轻人,符合Friday's从20岁到29岁的消费群;第二,运用MSN的好友名单,比电子邮件更能发挥集结社群的力量。这一方式果然奏效,Friday's在台湾获得了文章开篇的奇迹般成功。

台湾Friday's是如何运作这一营销

策略的呢?第一步用小游戏互动。通过设计一些寓教于乐的简单小游戏,让网友愿意在自己的网站逗留,加深印象。第二步打折要大方。透过社群的凝聚力,发送优惠券或促销通知,且折扣到位,吸引网友光顾。第三步善用小工具。使用MSN提供的IMshare服务,高效向好友传送信息。

台湾Friday's的网络营销是否也让您找到了灵感呢? ■

(摘自《SMART》智富月刊)



节省运费的一些窍门

净成

据最近统计,在货物出口成本中,运费占很大一部分。如果在运输环节上讲究一些技巧,可以节省出不少的费用。

订单搭配组合

运费的问题要在谈生意时就考虑。集装箱的收费是按箱来计算的,即使货物未装满,也要按整箱运费来计算。所以如果一单货物的数量经计算后装箱不满或超出,可改变订货数量,比如将两个订单合并成一单,使其刚好装一只整柜,或者将多余数量砍下来下次再发运。这样省下来的费用会相当可观。

巧妙设计包装

在装运前要对产品包装进行科学计算。具体做法就是参照集装箱的容积,根据订单中的货物数量来设计包装。要根据集装箱内箱尺码设计纸箱的尺码,研究出最佳装箱方案,使货物恰能装满

一个20英尺或40英尺集装箱货柜。

熟悉运输路线

对于经常做国际贸易的公司,了解远洋运输路线也很有必要。比如到欧洲港口,大多数船公司都有基本港和非基本港的区别,一般基本港会比非基本港便宜100~200美元,但不同船公司对二者的划分会有所差别,所以通过了解不同公司划分情况,可以争取到基本港的运价。再比如,美国东岸港口的运输方式有全水路和大陆桥两种方式,而二者之间的价格相差几百美元。如果不赶船期的话,可以向船公司要求较便宜的全水路方式。

善与运输公司配合

了解运输公司的操作流程,并与其密切配合,不但可以节省一些不必要的开支,还可以使货物尽快出运。第一,发货人应提早订舱,及时备货。一些没有经验的货主常会赶在船期的截关期前一两天下订单,自行送货到仓库或码头后再通知运输公司,这样使船公司很难安排,一旦不能及时装船,就会耽误发货时间,形成额外支出。第二,报关顺利与否直接关系到费用问题。这一点在深圳口岸特别明显。比如经陆路口岸如文锦渡或皇岗口岸出运到香港赶二程船期,报关当天没有通过的话,单是拖车公司收取的押车费就3000港元。如果拖车是赶香港二程船的截关期,由于报关延误而没有赶上船期的话,那么第二天送到码头赶下一班船,香港码头的超期存放费会也是一个不小的数目。 ■

(摘自《世贸人才网》)

