

新關鍵詞營銷 風、馬、牛可以相及

互聯網是一個創造新概念、新詞彙的沃土，這麼多年來，每年都會產生大量的新詞彙、新說法，其中有些是自然產生的，但是更多的卻是背後的推手團隊“製造”出來的。

5月16日，鼎暉創投基金創始人王功權在新浪微博上高調發出“私奔”宣言，瞬間就被轉發了數萬條，“私奔”成為這一天微博上最火的“關鍵詞”。接著，新浪微博上圍繞“私奔”衍生出的話題層出不窮。

5月19日，第一個中國旅遊日在浙江天台山舉辦活動，這兩件看似不相干的事情卻在幾天內演化成令人意想不到的化學反應：天台山很快成了中國十大“私奔”聖地之首，甚至目前在團購網站上出現了“中國第一私奔團”，團購去天台山旅遊。

這顯然不是巧合，天台山私奔事件正是DM網絡整合營銷機構公司為自己的客戶天台山策劃的營銷事件，因為快速而巧妙地借用了“私奔”這個熱點關鍵詞，引起公眾的高度關注，將並不是很有名的天台山立即炒作一個備受關注的新旅遊聖地。

天台山旅遊局的宣傳曾用過多種方式，但哪一次也沒有“私奔”這次好。網絡化、社區化媒體崛起後，越來越風靡的“新關鍵詞”營銷，幫助企業避開了“關鍵詞”競爭激烈的紅海，洞開了大片想像的藍海。

此關鍵詞非彼關鍵詞
搜索營銷時代，關鍵詞就是搜索營銷的核心，企業要想獲得最好的搜索效果，就必須圍繞產品購買相

關的關鍵詞，例如清揚洗發水應該選擇“洗發水”、“去屑”等關鍵詞，草珊瑚牙膏應該選擇“中草藥牙膏”、“藥物牙膏”等關鍵詞。

“在搜索營銷中，關鍵詞的選擇以產品名稱和產品功能為主，關鍵詞產品屬性的相關度比較高，所以會比較精準。”IWOM口碑互動營銷策劃總裁楊飛說。

以SNS、微博為代表的社會化媒體的崛起，讓網民可以更加互動和自發地參與互聯網的信息傳播，在每個擁有大量粉絲的個體都可以成為一個有影響力的“自媒體”，一個有趣的事情經過一個個體裂變式的傳播就會迅速成為熱點。在這些熱點背後，有的企業正在參與和製造其中的熱點，有的則借助這些熱點和關鍵詞，策劃事件，借勢營銷。

新關鍵詞營銷的“嫁接點”

中國國務院把第一個中國旅遊日定於5月19日，天台山中國旅遊日宣傳恰逢王功權微博私奔發出的前幾天。私奔事件曝出後，策劃機構及時幫助浙江天台山旅遊局把握機遇，疾速發出“中國天台山，佛國仙山。神仙眷侶私奔好去處……景點3天免費，奔完了，記得回家。”的微博，借助王功權私奔社會話題的強大影響力，增加天山的曝光度，吸引更多情侶奔赴天台山體驗“私奔”的樂趣。

“在做關鍵詞推廣中，必須要強化關鍵詞和產品的關聯度，最起碼要做到品類關聯，最好是可以做到品牌關聯。如果通過這個關鍵詞可以直接關聯到品牌，傳播效果是最好的。”清華大學總裁班網絡營

銷專家劉東明說。傑士邦的案例中用安全套太陽，品類關聯度比較高，而去天台山“私奔”的話題則更進了一步，天台山和私奔建立了一定的關聯。

像“私奔”這樣的關鍵詞和話題，本身也偏負面一些，但是在如今的微博環境中卻無意中被異化出娛樂的氣息，很多人都在拿私奔體自嘲和戲謔，相比之下，天台山借“私奔”的負面印象就大大減低了。

除了在微博上形成小小的熱點，5月19日天台山還與團購網可購可樂網合作推出“中國第一私奔團”的大型團購活動，以免費的方式吸引遊客組團去天台山“私奔”，5月20日~5月21日兩天免費暢遊，面向全國征集52名帥哥靚女。加入動漫紅星PP豬浙江天台山私奔群，結果很短時間內就報名結束。

造詞是更高的境界

互聯網是一個創造新概念、新詞彙的沃土，這麼多年來，每年都會產生大量的新詞彙、新說法，其中有些是自然產生的，但是更多的卻是背後的推手團隊“製造”出來的，例如芙蓉姐姐、天仙妹妹、奔奔族、上網本等。

陳墨互動傳媒 CEO 陳墨把關鍵詞營銷分為借詞和造詞兩種。在陳墨看來，借詞相對更容易操作一些，只要抓住當前的熱門關鍵詞和熱點話題及時地將產品和品類帶出，是比較容易借勢獲得一定的關注的。“借詞對於新品類、新產品有一定的價值，但是這種方式很難在消費者心目中建立起持久的印象，往往因為這個熱點的降溫會被迅速遺忘。”

相對而言，造詞更像是概念營銷的範疇，運作的好可以建立一個單獨的品類甚至是屬於自己的獨特概念，例如當年華碩電腦推出低端筆記本電腦的時候，並沒有在價格上做文章，而是製造出“上網本”這樣一個新的概念，儘管價格低廉，但卻帶來新的消費時尚，一時間，華碩占據了“上網本”這樣一個熱點概念。

淘寶是一個善於製造概念和造詞的高手，去年淘寶聚劃算推出的團購奔馳 smart 汽車的活動，創造了1分鐘團購200輛奔馳 smart 的紀錄，從而也讓“秒殺”這個概念不脛而走，擅長炒作和推廣的淘寶很快就將“秒殺”炒作成為一個網絡熱詞，從此，秒殺就成為淘寶平台上重要的網絡促銷方式。如今，秒殺在淘寶平台上無處不在，很多皇冠店鋪會經常使用“秒殺”來吸引消費者光顧。

陳墨覺得造詞帶給企業的商業價值往往更持久，消費者的記憶度也更高，持續的時間也更長。但能夠成功造詞，首先是產品具有一獨特概念和符合市場需求，例如蘋果公司的 iPhone4、Ipad2，這些熱詞背後的产品本身就引領了市場，由此才引發人們對這些詞彙的追捧。其次，在營銷傳播過程中，要善於抖包袱，保持一定的神秘性。“關鍵詞營銷畢竟源於搜索引擎，還是不能忽視搜索的人口作用，做好搜索優化和排行等技術工作，可以提高關鍵詞營銷的效果。”陳墨強調。

源自：中國經營報



行銷智慧：如果賣東西的手法脫離不了消費者的預期範圍，那你行銷的手段需要更多的創意

行銷 3.0：荒郊野外的一碗麵

【本報特稿】根據我擔任行銷管理顧問所得到的經驗，做產品行銷要“小事當大事做、集中火力做、按部就班做”，切忌“沒事找事做、什麼都想做、做到沒事做”。

大部分做行銷的人都把行銷想的太簡單又太複雜，太簡單的部份是“事情似乎就會自然發生”，花很多時間談了許多行銷策略與行銷企劃案，好像執行力好不好，執行的徹底與否不重要，目標與 KPI 自然會達到。想的太複雜的部分是“事情似乎永遠做不夠”，不斷地想、用力的想、抓大家一起想、發散的想，似乎一定要把事情利用窮舉法全部羅列出來，才可以開始動手去執行的樣子。

當行銷管理顧問不見得什麼產業都做過，但是至少看的很多，關於產品行銷這件事情，基本上觀念都是差不多的，甚至於連行銷技巧與手法都大同小異。如果硬是要套 80-20 法則的話，可以說只要花 20% 的時間去執行那些“老梗”的行銷手法，至少就可以獲得 80% 績效。但是如果硬要花 80% 的時間去想那 20% 的花招與創意，那可能就只能獲得 20% 的績效。

行銷管理三要的部份：

1. 小事當大事做：99% 的人都會犯這種“理所當然”的錯誤，當我們去問每個老闆他們公司的產品有哪些特性時，他一定都能侃侃而談，但是若要把每個特點都單獨拿出來放大宣傳的時候就不見得有這種功力了。小事當大事做，才能把特點變成賣點，不然再好的產品若被平凡地宣傳，就只能變成平凡的弱點了。

2. 集中火力做：行銷宣傳面當然是能鋪的越廣越好，但是企業永遠有資源方面的限制，不管是人力、財力、時間，再大的企業都沒辦法做到真正全面的行銷。但是行銷宣傳就跟打拳一樣，集中一點用力打的效果一定比亂槍打鳥來的有效，所以當行銷企劃案出爐之後，建議先根據企劃的影響力排列好，然後挑重要的通路去宣傳，立竿見影不僅可以確保資源花在刀口上，也可以因為看到成效讓執行者與管理者放心，快速成功不也是對內部行銷的一個手法嗎？總不會有人期待一開始就失敗或永遠等待成功。

3. 按部就班做：很多人都會問

超級業務員“你怎麼擁有那麼多客戶”，其實我認為更好的問題應該是“你怎麼擁有第一個客戶”，然後才會去問“你如何累積每個客戶”。行銷如果真的那麼簡單，只要有 Input 就會有 Output，那就不会有那麼多人生意失敗了，關鍵都在於還不知道怎麼站穩，就開始想著如何成功？有夢想很好，但是沒有方法很不好。所以在想如何創造大業績的時候，先想想第一筆生意由哪邊來。

行銷管理三忌的部份：

1. 沒事找事做：行銷不是一定要很忙才叫做努力，實際上行銷宣傳是比較靠智慧的事情，不像業務人員比較需要靠勞力與時間，所以能什麼都不做就行銷出去才是上策，各位應該分辨“做網路行銷”與“被網路行銷”的差別，如果自己不做網路行銷就可以在網路上被行銷，那何必去做網路行銷呢？所以行銷管理第一忌諱沒事找事做，簡單講就是喜歡整天坐在電腦前面很忙碌的樣子，但是明明就是在開心農場種菜的那種心態。

2. 什麼都想做：做行銷跟談戀愛有點類似，要專情才會開花結果，那些心猿意馬、一心多用、見風轉舵的，多半撐不到成功的那一天，再好的企劃也是需要執行時間的，什麼都想做的人很容易在一個企劃沒執行完畢之前，就把執行力量分散到其他的企劃，那不僅容易失敗，而且失敗的原因都是自己。

3. 做到沒事做：事情做完了在行銷管理上不見得是好事，作者江互松，因為有時候目標與 KPI 還沒達到就沒有企劃案可以執行，很多人會因此而慌亂。所以我常常建議創業者或行銷企劃人員，在腦筋還清楚的時候，一次把一年份的行銷計畫做出來，這樣才不會到業績不好的時候還要面對沒有創意的問題。

做行銷真的很難也很簡單，但是如果可以把創意發揮在企劃力，把時間花在執行力，並且多掌握這三忌三要，至少會有 80% 以上的成功機率。

作者：本報專欄作家江互松，創業與行銷管理顧問，台灣網路通科技有限公司負責人，中華軟協網路行銷顧問師

天津舉辦會展經濟論壇 研討天津的辦展環境以及會展業的國際化進程

【本報天津專訊】6月28日，承辦過夏季達沃斯論壇的天津梅江會展中心成立一周年，展館運營商天津濱騰會展管理有限公司為業界同仁搭建交流平臺，在當日舉辦了天津會展經濟論壇。

天津會展經濟論壇以研討天津的辦展環境以及會展業的國際化進程為主題，邀請會展行業精英、官員學者、展覽主辦方、會展運營商及服務商共同解析當前天津辦展環境及國內外會展業發展趨勢，探索持續高效的展館運營、展會運作模式以及會展業的國際化進程將如何開展。

論壇上發布了《天津市促進會展業發展辦法》意見徵求稿，並期望通過場館與業內主流媒體及各行

業精英團隊，尤其是會展行業的各聯盟協會通力合作，提升天津會展業的知名度和影響，從而推行支持天津本辦展及引進優秀展會的最新政策。

會展業內多位專家就天津的會展環境和會展發展前景進行了分析和展望。中國會展經濟研究會常務副會長陳澤炎在論壇上稱，天津會展業起步不算晚，發展不夠快，轉變很及時，前景很看好。他說改革開放後，天津就舉辦了很多不錯的展覽，隨著時間推移，全國各地的會展業發展迅速，但是天津的會展業相對遲緩下來。

一些與會專家學者也提出天津的會展業特色不足，亮點不夠，同北京、上海相比，天津會展業存



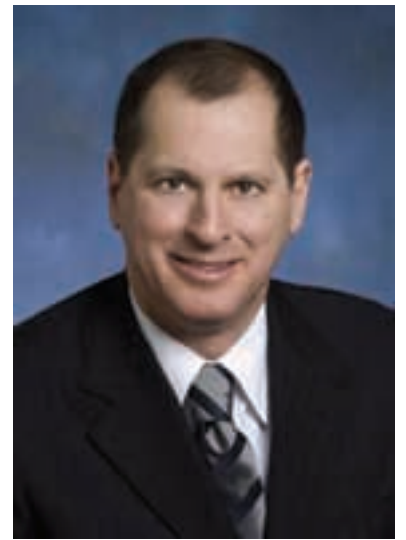
在著規模不大、數量不多、層次不高，缺乏統籌規劃和管理，運行機制不夠健全等問題，因此對全國乃至世界上知名的會展吸引力不足。國家會議中心總經理劉海瑩也認為天津會展業在北京會展大光環的籠罩下，沒有充分發揮出來它應有的作用，天津的會展業發展與它的城市地位不相稱。

但是劉海瑩也同樣表示，天津有優秀的場館，再加上政府下決心

支持會展業，這些對天津會展業的發展是很有前途的。他指出，天津要落實發展會展業的決心，需要中間溝通的渠道，並且要從多個方面切實落實。

陳澤炎則表示，“通過這兩年的及時轉變，包括夏季達沃斯的重點會議項目進入，天津市會展業的發展明顯加快。目前，又公布了一系列促進鼓勵辦法，天津市的會展業前景很被看好。”

2012 CES 將設“尤裡卡”展區 展示創新創業企業和企業家



【本報訊】美國消費電子協會(CEA)6月27日宣布將2012年國際消費電子展(CES)正式推出的“尤裡卡”展區，專門用於展示創新創業企業和企業家。目前已經有28家公司簽署了參展“尤裡卡”，美國國家科學基金會和全球著名互聯網媒體集團CNET對這一展區提供贊助。

“創新和企業家精神推動我們的經濟向前發展，這個專門展區的推出將進一步證明了國際消費電子展是全球科技創新的重要平台，可以幫助成長性公司把新技術、新產品推向市場。”美國消費電子協會(CEA)總裁兼 CEO 蓋瑞·夏培

羅說，“這些參展的創新公司也將創造就業機會，並通過他們提供的產品和服務促進經濟的繁榮。我們很高興地歡迎這些公司來到國際消費電子展，並期待著看到他們的尖端創新成果。”

美國消費電子協會主辦的國際消費電子展是世界上最大的消費技術貿易展，2012年國際消費電子展將於2012年1月10日至13日在拉斯維加斯舉行。

尤裡卡展區的設立目的是造福初露頭角的企業家、羽翼未豐的初創企業、家庭和小企業，幫助他們在消費電子行業取得立足點，並通過創新尋求發展機會。該展區將設

在位於拉斯維加斯威斯商人大酒店(The Venetian)，總共設有20個行業的特定技術展區，涵蓋廣泛的產品類別，其中包括如寬帶服務、安全駕駛和可持續技術等。屆時還安排相關主題演講和創新設計與工程展示，將會吸引大批關注技術熱點的創業資本家、投資者、媒體和業內專業人士。

如欲了解詳情，請聯繫 Kristen Stake，電子郵件：kstake@CE.org，電話 703-907-7648。2012 年國際消費電子展將於今年 7 月 5 日開始登記，欲了解更多資訊，請訪問 CESweb.org。



Digital Ink Pad 美國全方位科技有限公司

真跡數位筆記達人手寫繪圖板 = 數位筆記本 + 手寫繪圖板 + 錄音功能

全美代理熱線：949-588-8929 (Paul Liu)
E-mail: paul@tzusa.com Website: av-essential.com

商品特色

- 四合一手寫輸入裝置，除了利用墨水筆書寫數位筆記外，還有一般手寫板功能。
- 不須特殊紙張。
- 充足的32MB內建記憶體可記錄約100頁數位筆記，支援SD卡擴充。
- 適合商務人士會議與教育學習的場所。
- USB接上PC後可做數位筆記的編輯、辨識與電子郵件傳送。
- 支援手寫信件、微軟Office文件註解、電子簽章、MSN手寫即時訊息。

現凡零售購買均可獲得10%的優惠價格。訂購電話949-588-8929 (Paul Liu)

Graphics Tablet 繪圖板

無須透過電腦便能同步儲存所有您書寫和繪圖於一般紙張上的資料

Quiz Notes 隨堂筆記

可以輕鬆地在Windows中編輯與修改與整理

Memory Card 外插記憶卡

本身具有儲存能力的獨立裝置(32MB)可外接插卡擴充最大支援2GB記憶卡

Meeting Minutes 會議記錄

四合一手寫輸入裝置，結合墨水筆書寫數位筆記以及一般手寫板功能，即時註解的功能讓會議簡報更生動

不再錯過任何珍貴而重要的手寫文件