

中国首届微商创业大赛聊城分赛13日开启,为期一个月 只需一部智能手机就能参赛

本报聊城12月9日讯(记者张超)“只需一部智能手机,一份创业热情,您就能如愿参与到本次赛事中。”9日,记者从中国首届公益励志类微商创业大赛聊城分赛新闻发布会上获悉,聊城区赛事将于本月13日下午在聊城电子商务产业园正式启动,为期一个月,无需缴纳任何费用,持续报名截至本月11日。

本次微商创业大赛“中国梦,创业梦”为主题,旨在帮助

和支持聊城网商创业者、大学生、弱势群体等借力移动互联网“梦想成真”,规范且引领行业发展,建立行业自律,推动聊城移动电商产业生态链健康有序成长;帮助更多渴望成功的创业者实现人生价值,推动聊城整个电子商务行业的发展。

参赛者不需要缴纳任何报名费和培训费,经电商资深专家免费培训指导后,通过操作优质可信货源参加比赛提升实际操作能力,参赛选手只要按

照所学知识和技巧,负责转发图文进行微信营销,不仅在实践操作中提高了能力,而且每次提交订单都有收入,有了成交订单,就交由后台进行仓储、配送等一条龙服务,大赛组委会根据交易记录进行评比,比赛中,还有电商专家进行跟踪指导运营。

大赛的主要参赛对象涵盖立志通过创业赢得人生的有梦青年,有创业欲望的当代大学生,希望靠自己双手改变命运

的弱势群体,相夫教子却梦想未泯的家庭主妇,进军移动互联网的新锐微商。

微商创业大赛聊城赛区将于2014年12月13日下午1:00——6:00在聊城电子商务产业园开启,届时,将邀请到中国V数据创始人凌教头,北京大学电子商务标准教材编委于玖贺等老师现场培训并作赛事推介。大赛为期1个月的时间,将于2015年1月15日结束。聊城赛区是首届微商创业大赛全国第11站,也

是山东唯一举办该赛事的地区,消息一经报道,就吸引大批市民关注,目前已累计报名超过500人。

据悉,聊城地区赛事由聊城经济技术开发区管委会、聊城市服务业管理办公室、聊城市人力资源和社会保障局、聊城市妇女联合会联合主办,聊城市公益活动策划协会、聊城电子商务产业园等承办。

报名方式:报名微信公众号lcwsds,报名电话4000921108

相关链接

大赛将推动聊城电商产业新发展

2013年中国移动电商成交额超过1300亿元,随着移动互联网快速发展,移动电子商务已成为未来电子商务发展的一个重要方向。2014年,被业内称为中国微商元年,在热闹的电商语境和趋势下,更多电商从业人员正努力尝试利用微信开店。

近年来越来越多的企业、个人加入到微商行列中,该赛事顺势而为,在全国掀起一股公益微商的热潮,旨在帮助和支持越来越多的网商创业者、大学生、弱势群体等借力移动互联网实现理想,推动移动电商产业生态链健康有序成长。对于聊城来说,电子商务作为新兴产业,具有巨大的市场潜力和发展空间,对带动经济转型升级和服务业快速发展具有积极推动力。加快制定电子商务发展规划和实施意见,完善保

障措施,落实扶持政策。推进产业集聚,引导实体企业向园区聚集,支持指导企业带动产业链向下游企业发展,推动第三方电子商务平台加快发展。

作为本次赛事的启动地点——聊城电子商务产业园于8月2日正式揭牌启动,作为“省级大学生创业示范园”,将成为开发区现代服务业又一重大增长极,推动聊城成为中原经济区电商信息产业高地。据悉,产业园位于聊城经济技术开发区济聊高速与东外环路交界处,占地面积约800亩,项目总投资约30亿元。园区以汇通智慧创新大厦为起步区,打造独具聊城区域特色的“电商谷”,自聊城电子商务产业园已正式启动运营以来,已签约企业60多个。

本报记者 张超

微信集赞被叫停 商家营销出新招

转发、关注替代集赞,微信促销方式更靠谱

本报记者 张召旭

“扫二维码加关注即可领精美礼品”、“朋友圈连续转发6天有礼物相赠”……随着微信的火爆,朋友圈成为商家网络促销的新地盘。今年6月份,由于过多虚假宣传、不实促销等行为过多,微信公众平台叫停微信集赞行为。随着集赞行为被叫停,微信营销的方式也更加多样化,而且相比以前更加规范。

众商家纷纷抢滩微信促销

“扫二维码加关注即可领精美礼品”、“朋友圈连续转发6天有礼物相赠”……记者走访城区各大卖场、女人街等商业街发现,服装、鞋类、包类、西点店的扫二维码成了店内一道独特风景。除了线下商家二维码铺天盖地,在线上高频刷朋友圈、玩公众号也能看出,微信促销正在聊城逐渐升温。在传统的零售商中,通过微信发布新品、开

展促销活动,也已成为风潮。

“其实微信就是精简版的商场,有啥好东西,商家都会推送到微信上,我划划手机就知道了。”消费者陈女士说,现在城区很多较大的店面都有自己的微信公众号,消费者只需加关注即可获知店内的各种活动。

记者了解到,除了正常的微信促销活动之外,一些商家还开通了微信会员卡

服务,点击关注就成了商家的微信会员,三秒钟时间就可领取一张终身有效的会员卡,享受专属的会员特权。

城区一眼镜店工作人员表示,他们店里也有微信公众号,用公众号定期或不定期发布一些优惠措施,吸引了很多市民到店内消费,特别是一些年轻人,这样的营销方式十分简单,而且能带来客户,这一点很重要。



现在越来越多的商家利用微信来搞促销活动。(资料片)
本报记者 张召旭 摄

转发、关注替代微信集赞

从去年开始,微信集赞成为很多商家营销的方式之一,不过也有市民反映集赞容易领奖难,大多数的点赞活动都沦为了商家宣传的噱头。更甚至个别商家宣传自己的产品时,留下的都是无效联系方式。为此,今年6月9日微信公众平台开始采用技术加人工举报的方式对集赞行为进行全平台清理和规范。对于违反微信用户协议和公众平台用户协议的公众号,微信出台了详细处理机

制:累计发现一次集赞行为、封号7天,累计发现二次、封号15天,三次封号30天,均不可提前解封;累计发现四次,永久封号,不可解封。

随着集赞被叫停,商家为了更好地宣传自己,不得不转变思路,而且更加注重规范营销。“原来集赞不容易兑换礼品,现在很多商家改了方式。”市民小刘是一名“低头族”,经常从微信朋友圈里买东西,她说,现在很多商家改变了原来的营销

模式,由原来的集赞转变成了连续在朋友圈转发促销信息,或者关注微信公众号就能领取礼品。

“前几天一家卖场搞活动,引来很多市民领礼物,虽然排了很长的队伍,但礼物都领到了。”小刘说,相比原来的微信集赞促销,现在商家用微信促销的方式更加靠谱,虽然有些商家给出的礼物有限,但也都表明了准备礼物的数量和领取所需的条件。

线上促销线下体验优势明显

有业内人士认为,微信营销利用了移动互联网最大的优势,不受环境的限制,消费者不会带着笔记本电脑逛商场购物,但他们一定会随身携带手机。

其次,消费者主动关注在先,商家发送信息在后,不同于短信营销的“强行推送”,微信推送相当于在消费者心中取得了“许可证”。商家只要发布的内容不要太垃圾、发送频次不太高,用户不会反感。

城区一家开通微信公众号

的店铺经理表示,微信传播属于圈子传播,传播过程具有精准化、社交化、交互性等特征。利用微信展开营销更利于找准“目标”,促使消费结果产生,对传统销售业来说“微信营销”起到了锦上添花的作用。微信促销将线上的便利性和线下的互动体验功能进行了很好的融合,将互联网的技术应用与零售核心能力进行充分对接,形成可持续发展的商业模式。