

小米手机营销策略和模式

文/苇丽华 庚淑荣

摘要:小米手机是北京小米科技有限责任公司研发的一款高性能发烧级智能手机,它能取得如此大的轰动,与其公关的营销策略,手机质量的有莫大关系。小米手机能否成为中国的“苹果”,继续它的辉煌之路,让我们拭目以待。

关键词:小米;手机;营销

中图分类号: F27

文献标识码: A

文章编号: 1006-4117(2011)12-0272-01

引言:小米手机使用了高通Snapdragon S3 MSM8260手机处理器,也是世界上首款双核1.5GHz的智能手机。并搭载Scorpion双核引擎,比其它单核1GHz处理器手机的性能提升了200%,和双核智能手机相比也提升了25%。配备了266MHz Adreno220 GPU图形处理器并搭配1G内存可以完美运行大型3D游戏以及播放1080P高清视频。

一、小米手机的特点

手机特点: 外观:简约内敛,直板加圆润的边角让其显得简单清爽;屏幕: 4英寸854×480分辨率,可兼顾上网、娱乐等多数人的握持感受;大电池: 1930mAh电池,可联网待机450小时,连续通话15个小时,播放歌曲45个小时,观看视频12小时,大型游戏6个小时; 手机信号: 支持GSM+WCDMA;支持美国GPS和俄罗斯GLONASS两套卫星定位系统,支持A-GPS;支持WiFi和蓝牙等;价格: 与其他产品双核CPU手机比,价格便宜2000左右;系统: 自主研发AndroidMIUI操作系统,优化改进功能近100处;应用: 符合中国用户的人性化应用;创新: 专为手机玩家,手机发烧友发布的一款极致智能手机。最有特色的是底部的“米键”,该键为自定义多功能键,可设置为拍照、返回桌面,甚至可以一键微博,这也很大程度上给予了用户更高的自由度。

服务保障政策: 小米手机售后服务承诺: 严格依据《消费者权益保护法》、《中华人民共和国产品质量法》及《移动电话机商品修理更换退货责任规定》实行售后三包服务,服务内容如下: 自购买收货后,在下列规定日期内出现《移动电话机商品性能故障表》所列性能故障的情况,经由小米售后服务中心检测确定: 1、7日内,免费办理退货、换货或者修理。2、8日-15日内,可免费进行换货或者修理。3、12个月内,可免费进行修理。4、电池、充电器、外接有线耳机、数据接口卡等手机附件,免费更换同品牌同型号同规格的附件,更换两次仍不能正常使用的,免费为您退货。电池保修时间6个月、充电器保修时间1年,外接有线耳机保修期3个月。5、办理退货、换货、保修服务时,小米公司免费安排上门取货。在不能安排上门取货的地区,小米公司提供邮资报销服务,最高限额15元/单。

二、小米手机营销策略解析

从产品端来看: 1、定位于发烧友手机,它的第一批用户应该是有两部手机,一贵一廉,小米作为那部廉价手机。2、产品的研发采用了“发烧”用户参与的模式,这样能够跟踪满足用户的需求。

从定价端来看: 手机定价1999元。无论从成本角度还是对苹果的膜拜角度,这个价格应该没有再降价的空间。让人疑虑的是小米不同于苹果,苹果是有足够强势品牌的,也是从ipod开始真正在大众中树立起自己形象的,而不是iphone。换言之,会给自己一定回旋的空间。当然,厂商对自己的产品有足够强的信心和市场分析,决策是有依据的。

从促销推广端来看: 采用苹果的习惯套路。至于传播手

段,在两周时间,小米手机在互联网中“如雷贯耳”!关于小米手机的新闻、评测、拆机等等报道层出不穷。小米手机的营销策略能否媲美苹果的饥饿营销?这里笔者作了一些分析:

1、高调发布。小米手机的创始人——雷军凭借其自身的名声号召力和一场酷似苹果的小米手机发布会于8月16日在北京召开。如此发布国产手机的企业,小米是第一个!不可否认,小米手机这招高调宣传发布会取得了众媒体与手机发烧友的关注;2、工程机先发实属第一例。小米手机的正式版尚未发布,确先预售了工程纪念版。而且小米手机工程机采用秒杀的形式出售,8月29-8月31日三天,每天200台限量600台,比正式版手机优惠300元。此消息一出,在网上搜索如何购买小米手机的新闻瞬间传遍网络。每个人需8月16日之前在小米论坛达到100积分以上的才有资格参与秒杀活动,这项规则想看究竟的“门外汉”挤在了外面,销售之前就已经关注小米手机的发烧友们,客户精准率非常高,且让人有种想买买不到的心情。小米手机这一规则的限制,让更多的人对小米手机充满了好奇,越来越多的人想买一台,貌似拥有一台小米手机就是身份的象征似的;3、制造媒体炒作的话题。近来,小米手机是偷来的这一传闻一直出现,如果小米手机的一些创意真的是偷来的,估计大家的热度会有所下降,可如果小米手机不是偷来的,会给小米手机加分。对于这个传闻,至今小米方面也没有官方澄清或者辟谣,这下就引起了米粉与魅族支持者的口水战,这样小米又出现在网民的视线之内,也给小米手机蒙上了一层“神秘”的色彩;4、消息半遮半露,让人猜测。小米手机工程机的秒杀告一段落,没有资格参与活动的米粉们憋足了劲等待着9月5号的预定。而且规定9月5号需要500积分的米粉才有资格预定。宁可信其有不可信其无,小米论坛里刷米的人都闹翻了天,错过了工程机,如果再预定不到正式版,估计会有大多米粉要吐血了。

小米手机的这个营销策略也非常酷似苹果的公关,消息总是遮一半露一半,让媒体跟着跑,让米粉跟着追,然后在万众瞩目下发布新产品。而且在新产品发布之后,总是会出现货源不足的情况,让人买不到心痒痒。关于小米负面的信息,主要集中在魅族w上。抛开是非,这对于小米的销售来说没什么大影响。这种业界的鸡零狗碎对于消费者而言,压根不关心。

结束语: 全线上售卖的方式,节约成本,很时尚感,这是可以加分的。小米未来还会走线下的传统手机销售方式,也一样会走运营商定制的方式。只是目前小米还是个初生者,渠道和运营商的谈判难度很大,没有那么快速达成合作。这两者也是要观望小米的实际销售状况。至于物流和库存是凡客支持,对于小米,这肯定是节约成本的。

作者单位: 中国联合网络有限公司舒兰市分公司

参考文献:

[1]谭庆华.浅析小米手机发展之路[J].集成电路应用.2011.09:16-17.

[2]潘欣.小米的营销策略[N].2011.08.