

谷歌行业营销论坛2007在京开幕 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/260/2021_2022__E8_B0_B7_E6_AD_8C_E8_A1_8C_E4_c41_260209.htm 谷歌(Google)主办的“链接成功品牌智胜谷歌行业营销论坛2007”今天在北京举行。本次大会围绕互联网时代行业营销所面临的市场挑战和互联网上的企业品牌营销模式等热门话题展开，着重探讨各个行业企业如何在高速发展的中国互联网环境中开展网络营销。作为其首次在华举办的行业营销高峰论坛，谷歌为各大行业企业提供了一个深入探讨与经验交流的平台。来自快速消费品、科技、汽车、金融、旅游、教育、零售、游戏、本地商业等众多行业的数百位国内外知名公司的首席营销官和市场总监出席了论坛，国际权威调研机构AC尼尔森公司和艾瑞市场调研公司负责人也参加了会议。进入中国以来，谷歌不断创新，推出了越来越多贴近中国本地用户的产品与服务。在行业网络营销方面，谷歌专门设立了面向大企业的专业服务团队，为其量身订制跨平台的整合行业营销解决方案。论坛上，不同行业的案例分享生动地再现了谷歌行业营销解决方案的深度、精准度和可评估性。本次论坛由谷歌全球副总裁兼大中华区总裁李开复博士主持，谷歌负责亚太和拉美地区业务的全球副总裁Sukhinder Singh Cassidy女士发表了主题演讲，她指出在过去的十年里，互联网作为推动社会发展和商业变革的重要驱动力，它的普及和技术创新不仅将数以亿计的用户连接起来，更为便捷地获得并分享信息，它的出现也为全球不同类型、不同规模的企业开拓了全新的市场营销手段，带来了无限的商机。网络营销不仅成为企业开拓

市场和挖掘消费者的重要渠道，也成为企业塑造品牌的重要手段。来自全球知名市场调研机构AC尼尔森的Rene Bos在论坛上发表了关于市场挑战，企业与消费者需求之关联互动的调研与分析报告；来自谷歌澳大利亚广告代理商关系资深负责人Guy Gibbs发表了关于谷歌的品牌营销解决方案的主题演讲；欧莱雅国际高档化妆品部亚洲区客户营销总监Martin S. J. Husar就如何将谷歌整合进总体营销策略进行了深入的探讨与分析；谷歌中国团队的技术总监和广告产品部门负责人向与会嘉宾详细介绍了谷歌针对行业营销设计的产品及解决方案。在分论坛中，来自国内外众多行业领袖企业的重量级嘉宾分别就所在行业在市场营销中面对的机遇和挑战、网络营销的实践与未来发展等热点领域展开了深入的探讨和研究。作为所在行业的领头羊，携程、兰蔻、阿迪达斯、花旗银行、上海大众等企业的市场部门负责人分享了企业成功运用谷歌平台进行网络营销所取得的成绩和经验，而来自软银、蓝山资本等风险投资机构的嘉宾则就网络营销发展趋势进行了深入的分析。中国经济的蓬勃发展为中国企业实现突破性增长创造了良机。互联网营销作为一种低成本、高回报的市场推广模式正逐渐成为中国企业发展的有力支柱。谷歌将其全球化的网络营销平台、国际成功经验与强大的本地服务能力充分结合，优势转化，助力中国企业的成功。未来，谷歌公司将通过更多形式为本地企业提供高水准的、本地化的营销产品和服务

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com