

物流案例分析：探寻定制T恤的网络营销新模式 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E7_89_A9_E6_B5_81_E6_A1_88_E4_c31_645687.htm T恤要营销，更要“营心”，需要重视T恤的体验价值。用互联网做定制T恤的营销，就像早上八、九点钟的太阳。布丁网(创办于2007年)联合创始人张继翔充满朝气地说，布丁网正在打造一个全球华人领域受用户欢迎的个性化创意产品的订制、分享和交易的平台，而个性化订制T恤是布丁网一个重要的业务领域。“通过互联网营销T恤，寻找满足用户需要和顺应市场趋势的网络营销新模式，是布丁网正在努力拓展的方向性努力。”他说，来布丁网订制T恤的，主要有两类客户，一类是团队客户，一类是零售客户.针对团队客户，布丁网提供的是项目式全程服务，专门派项目经理全程跟踪，从设计到生产、供货等环节.按顾客提出的需要、设计理念和预算提供产品。现在，北京航空航天大学研究生会、北师大的新生T恤，还有旅游卫视的一个生活娱乐类节目，都给布丁网下过团体订单。零售客户可以上布丁网，按专门的订制设计步骤自己设计，自己体验设计过程的快乐.客户付款后，通过物流公司，在京的订单，3天内到货，京外的，4天内到货。张继翔说，布丁网上有“原创达人”的版块，有设计才华的用户，可以提交自己的原创设计，既满足自己的T恤需要，同时又给其他用户提供选择，如果用户的原创设计被别的用户购买了，原创用户可以得到每件T恤20元的设计加价。所以，用户可以实现创意，分享创意以及将创意进行交易.草根设计师还可以形成小群体，找到粉丝，互相交流和切磋，谈心得体会，增加生活乐趣，

找到心理成就感和被他人关注与认可的感觉。总体而言，集中做个性化创意产品，实现创意，分享创意和交易创意，这就是布丁网的定位特色，为订制T恤拓展了网络营销新途径。

体验经济时代，人们开始越来越多地追求个性化，呼唤崭新的营销模式。在新理念下，人们购买T恤时已经从单纯追求理性价值上升到对理性价值和感性价值的双重需求，他们更希望设计师通过T恤设计为他们带来情感和文化的体验。体验T恤设计通过商业服务体验的手段将服装与顾客的生活方式相连，在诸如感知、感觉、思维、行动等多方面触动顾客的感受，影响其消费行为。通过T恤的“外观”设计吸引并引发顾客的“感受”和“思考”，并创造顾客同T恤订制情感上的联系，最终激发顾客对定制品牌的忠诚。实际上，前两年，美国《时代》周刊把“你”选为了年度的世界风云人物，在互联网与现实世界中，“你”的力量都在前所未有的地凸显。信息由“你”提供，规则由“你”制定，“你”是创新者、传播者、挖掘者，“你”的创意与兴趣得到了空前的施展。订制T恤正是这股“你”潮流的具体表现。在美国，DIY行业的龙头企业zazzle在全球范围内第一家提供了网上订制的服务，并占领了DIY美国市场的50%的份额。2008年初，zazzle被crunchies评为最佳商业模式。成立于2005年的zazzle因为google的最早一批投资人之一多尔投入1600万美元而风声水起，经营T恤等有创意的商品。zazzle.com，作为提供产品定制服务的网站，可以让顾客在全球网友上传的成千上万张图片中选择用来印制自己的T恤等各种生活用品。它正是“个人订制”风潮的一个缩影：也许我们还无法影响别人，但至少我们可以先讨好自己。正是高效率的社会分工与数字化管理

，让“个人订制经济”成为了现实。我们应该把这视为一个庞大商业模式的开端这不仅是一手交钱一手交货的简单生意。你享受的每一次订制服务，都会给商家提供一个富于商业价值的有效信息：“你是谁?你喜欢什么?你讨厌什么?你住在哪里?你的电话号码和邮箱是什么?”传统营销最大的目标是让人知道。互联网营销很大的不同，让人知道固然很重要，但让人知道仅仅是营销的开始，开始以后呢?用网络粘住用户，这是功能和内容导向的，比如IM、社区、门户，从流量中，从PR中获得附加值。有三个方法可以去拓展相关服务。第一，变偶发为频发。提供个性化的T恤，偶发事件就能在一定程度上转化成频发事件。美国相似的网站有非常多：cafepress、zazzle、spreadshirt...它们都发展得非常好，一个重要因素就是产品线非常丰富，spreadshirt光服饰类的个性化打印就有50多种。一个在国外非常成功的网站模式，在国内有个再创造的过程，因为，文化不同，光学皮毛还不行。第二，频繁的出镜。请更多的博客来协助推广，跟几十上百个网站合作等等。第一是让用户总能看到你，第二是当用户搜索相关服务的时候，几乎总是第一个搜索到你。第三，创造粘性。所谓创造粘性，就是你提供附加功能性或者内容性服务。比如布丁网，可以提供在线图片处理功能，让大家喜欢离不开，就不会轻易忘记，帮助用户把那些漂亮的相片转化成可以更方便传播的Flash，提供原创平台等方法。布丁网、zazzle顺应了WEB2.0提倡的突出个性，以客户为中心的新经济潮流。Zazzle的在线商店类似于集中定制的概念，比如，人们对将要购买的商品，可以加入自己的想法，并为自己量身定做。相对于传统人为界定的有限选择，这种无限制性的选择更侧

重于从客户的需求出发，注重客户的体验。商品完成之后，Zazzle会直接帮你送到家门口，如果不喜欢则无条件全额退费。创造个性化价值 随着经济的不断发展,人们不再普遍满足于单调的、风格单一的大众化式的产品和服务,而追求独特的、个人专属的消费体验。有效地收集、管理顾客数据和需求信息,从而满足他们的个性化需求,始终是大规模订制营销的难点之一。顾客一方面对订制产品有强烈需求,另一反面也许并不愿意花大量时间接受企业有关需求的调查。因此,如何借助于信息技术的发展,在原有研究的基础上,全自动或半自动地收集并整理顾客数据,并将数据解读成对企业有用的信息,又要让消费者的购买过程轻松、愉快,同时充分满足其独特需求,是T恤企业需要重视的问题。让客户满意，体验过程就是增值过程。zazzle公司定位于eBay拍卖商和个人电脑生产商戴尔的交汇点，提供的服务包括有关个性化订制印刷品、服饰、及礼品等。公司偏重于个性化的T恤制作同时也可以自己制作艺术品、海报以及其他印刷品。推出线上订制服务，利用一些简单的编辑接口，消费者可以自行上传图片、任意编辑，做出最独特的商品。这样自己就可以动手做个性化礼物，再也不必担心朋友生日时不知道要送什么了，只要连上Zazzle.com，点几下鼠标就可以。无论是国外的zazzle.com，还是国内杭州的卡当，北京的突马网和艺酷网，浙江的中国秀客网等等，都在做着这种生意，即基本上依托网络，提供一种创作过程的体验，相当于将传统生产模式中的设计环节独立出来，利用互联网这个平台聚合广大网友的奇思妙想，生产出具有个性气质的产品，而创意、个性，正是这个时代具有潜力的商业元素。 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