



**既支持传统销售业务
也为转型提供产品基础**

塑造阅读服务形象 打造阅读服务体系

“区域化”成一线营销重要推手

拉动内部全面整合 “外研契约”是方向

目前,这种以地域为出发点进行一线营销的做法被赋予了新的期望。2014年,外研社正式启动上海、南京、成都三个本地化试点,全面推进地方资源对接、业务开拓和模式探索,在贴近终端的战略意图实施中,成为解决方案的落地执行机构。2015年,基础教育事业群,将通过“市场区域化布局”的设计和试点,促进市场渗透,发掘需求机会,拉动服务转型。这支一线市场队伍将积极承担起地方资源对接、业务开拓和模式探索等重任,落实外研社贴近终端的战略意图,成为解决方案的落地执行机构。同时,外研社已经形成了在产品、销售、服务、财务等体系的中后端平台,尽全力为一线完整的后方支撑。(刘海颖)

●新形态营销

接下来,除了电商常规的营销手段之外,加强线上与线下的融合,在电商平台上开自己的旗舰店等都在未来营销计划之内。 (刘海颖)

以针对性营销推进电商业务