

## 个案研究：EAGLE-TRIBUNE 出版公司

Eagle-Tribune 出版公司借助 MapInfo Location Intelligence 解决方案实现了发行量和广告收入的增长目标。



“MapInfo 让我们的视角变得更加敏锐，帮助我们取得了成功。它让我们能以全新的方式更深入、直观地了解客户和前景。”

*Daniel J. Griffin, Eagle-Tribune  
出版公司营销副总裁*

### 挑战

在日趋动态和分割的媒体市场上，拥有百年历史的报纸出版商在寻求接触、培养和留住订户及广告客户的新途径。

### 解决方案

MapInfo 的 Location Intelligence 系列产品帮助 Eagle-Tribune 出版公司了解其核心读者群，发现具有长期潜力的新客户。公司继续使用 MapInfo 软件为其重要的战略决策提供信息支持。

### 概述

#### 公司

一个多世纪以来，曾荣获普利策奖的报纸出版商 Eagle-Tribune 出版公司 (ETPC) 每天为北波士顿的 105,000 多个家庭订户提供服务——它的成功方略建立在读者的密切社区联系之上。

#### 挑战

报业的一切都不离开联络。为了持续吸引读者了解更多的消息，精明的出版商始终能够敏锐地洞察哪些事情可以引起现有和潜在读者的兴趣。

“在联系紧密的城市社区和附近的郊区城镇，大家彼此都不陌生，”ETPC 营销副总裁 Dan Griffin 解释说：“我们报纸的发展和成功只不过因为一直在体现和报道这种紧密的联系。即使在今天，如果有报纸定期刊登关于你的朋友、邻居和班上同事的消息，你也希望了解更多这方面的报道。”

Griffin 说：“但是在今天，建立和保持与读者之间的重要纽带面临更大的考验——家庭之间已经没有我们一度想当然的那种传统社区联系。”在一个小环境中我们仍然有价值观的联系——但是，我们的联系形式越来越不同于以往。“现在，”Griffin 说：“重要的不是你认识谁，而是你们拥有哪些共同的东西。”

为了保证吸引已有的和潜在的读者持续了解更多的消息，ETPC 认识到需要对每天的读者群和潜在读者进行全面的、在日趋动态的北波士顿市场上吸引新的客户。

#### 成效

购买了基本的 MapInfo Professional 软件后，在 ETPC 研究主管 Forbes Durey 的指导下于 2003 年开始了这项研究工作。“事先我们怀疑这是个迅速变化的市场——迁过来的许多人不一定跟已经在这里生活了 30、40 或 50 年人属于同一类，”Durey 说：“MapInfo 使我们能够对市场结构有直观的认识，了解我们的整个读者群与作为一个整体的市场之间有多密切的联系。”

随着研究工作的开展，ETPC 加强了与 MapInfo 的联系，将 TargetPro 和 PSYTE 分区系统以及企业和消费者支出数据加入了市场分析工具当中。

接下来，Durey 借助 MapInfo 的报业调查力量，对最可能订阅这份报纸的人口结构特点进行研究。“报纸不再是一种大众媒介，”Durey 说：“我们发现，读者越来越具有共同的人口结构特点。MapInfo 帮助我们调查整个北波士顿市场，重点是具备这些特点的潜在订户的喜好。”

## MapInfo 的优势



MapInfo 能赢得 Eagle-Tribune 出版公司的信任，是因为它对品质、灵活性和售前售后完善支持的专注。“MapInfo 的产品物有所值，明显好于竞争对手的产品，” Durey 说：“除此以外，MapInfo 在帮助客户购买适合特定需要的产品方面，它的灵活性和适应性享有当之无愧的声誉——这跟一些竞争对手采取的“现货策略”形成对比。”

MapInfo 北亚区代表处  
北京市朝阳区工体北路甲 2 号  
盈科中心 IBM 大厦 14 层  
Tel: +86 10 65391021  
www.mapinfo.com.cn



**“MapInfo 使我们能够考察整个市场，只选择具有特定人口特征的潜在读者，帮助我们节省了邮递和印刷费用，同时增加了高额回报的前景。”**

*Eagle-Tribune 出版公司研究主任 Forbes Durey*

TargetPro 和 PSYTE 为 ETPC 提供了必需的关键分析工具，用于描述现有订户的特征，瞄准“新迁入人员”以及最可能成为报纸读者的潜在社区，最终实现营销收益的最大化。Durey 说：“我们可以用 MapInfo 工具表明原来我们认为很相似的客户实际上可能存在很大差别。”

“从根本讲，MapInfo 让我们的视角变得更加敏锐，帮助我们取得了成功，” Griffin 补充道：“我们仍然在做我们报纸一百多年来一直在做的事情——尽可能多了解我们的客户，以及如何加强与他们的联系。”

“但是现在，MapInfo 让我们能以全新的方式更深入、直观地了解客户和前景，”他总结说：“如果我们知道他们生活的地点和方式，我们不仅能更好地招徕他们，还能开发本地的新闻产品，吸引他们每天了解更多消息。”

更深入地了解整个北波士顿读报人群的结构后，ETPC 与本地的零售企业而非赢利组织合作，提供更具吸引力的广告服务和刊载内容。最近的举措包括：

- 与保护这一地区最原始的海滩和野生动物保护区的保护协会 (TTOR) 合作，瞄准热爱户外活动的潜在读报人群。这项措施使北波士顿最优质的订户和作为 TTOR 成员的几百个家庭加入 ETPC 读者群。“MapInfo 的瞄准软件成就了这次宣传活动，” Durey 说：“MapInfo 使我们能够考察整个市场，只选择具有特定人口结构特征的潜在读者，帮助我们节省了邮递和印刷费用，同时增加了高额回报的前景。”

- 针对最可能到附近西蒙购物中心购物的读报家庭的订阅宣传活动。ETPC 的北波士顿市场有两处西蒙购物中心——包括新英格兰地区最大的购物中心。同时举行的直邮广告和电话推销活动为成为新订户的购物人员提供了价值可观的购物中心赠品。“MapInfo 又一次使我们能够准确迎合最可能是购物中心顾客的家庭的需要，” Durey 解释说：“既然“不要打电话”规则极大地限制了我们的潜在客户进行电话推销的能力，但有重点的招揽和价值可观的赠品甚至更重要。MapInfo 给了我们这种力量。”

- 以本地不断增长的创新经济为重点的广告促销活动。作为小企业孵化器的 Salem (马萨诸塞) 州立学院企业中心寻求 ETPC 的帮助对本地的创新经济进行评估时，最终交给本地企业领袖和政府官员的综合报告将公司视为北波士顿经济和人口发展趋势信息的最大提供者。Durey 解释说：“利用 MapInfo 的产品，我们向重要决策者说明了本地区创新型企业在哪里，它们是如何在新的和没有发现的机会中联系在一起的，以及如何利用 ETPC 的产品和服务开创新的领域。”

MapInfo 使 Eagle-Tribune 出版公司能够把它的营销活动重点放到最有可能订阅和做广告的潜在对象——正如 ETPC 出版商 Richard M. Franks 所说的做到“有的放矢。”

© MapInfo 公司 2005 年版权所有。保留一切权利。

MapInfo、MapInfo EasiMaps、MapInfo Encounter、MapInfo Exponare、MapInfo Professional 和 MapInfo 子午线符号是 MapInfo 公司和/或其附属机构的商标。