

场景营销+送装一体 新奇乐+秒健康 卖场多样化服务更贴心

家电卖场 让购物乐在其中

累了在影视休息区用电视产品观看大片,或来一场现场VR冒险;让孩子在儿童游乐区尽情玩耍一番;周末一家人带上宝宝在卖场烹饪区体验一下亲子烹饪之旅……一个单纯的家电购买平台正逐渐变成集休闲、学习、交流等功能于一体的商品应用场景化家电卖场。

随着家电线下中高端消费的增长,越来越多的消费者重视线下体验。河南苏宁、河南国美以及五星电器等都争相打出“体验服务”牌,消费者除了可以现场体验家电用品,还能

够近距离接触无人机、VR体感设备、智能机器人等诸多新潮商品。

河南苏宁在德化云店设立了餐饮课堂、摄影课堂、苏宁金融等特色模块,消费者在德化云店可参与丰富多彩的美食DIY活动。在洛阳即将营业的京东&五星电器无界零售体验店,可利用人脸识别系统分析顾客年龄、性别、表情、喜好和进店次数,对顾客进行精准分析,进而对店内产品进行备货指导。

除了这些服务外,家电卖场也更注重物流配送等售后服务。据河南

苏宁相关负责人介绍,随着马寨物流基地的运行投产,苏宁在郑州主城区实现物流配送半日达的同时,也实现了河南全省零售的全面提速和覆盖,打通了市县镇村“最后一公里”的配送能力。同时,在售后方面,河南苏宁积极探索送装一体模式,河南苏宁总经理更是主动深入一线送货安装,力争将售后服务做到完美。

从前端体验营销到后端配送安装,家电卖场的创新型服务做到了全程贴心服务。

手机卖场 充满时尚元素

去年,郑州手机卖场迎来转型风潮,以全新的经营理念,配合场景化、数字化和服务化的门店,改变了消费者的购买“姿势”。

河南乐语在新开门店中加入健康、新奇乐、快闪等概念,并利用大数据分析附近人群,大大增强了服务能力和人气聚集能力。

在健康概念上,通过门店内的秒健康大数据平台,不仅可以为顾客提供个性化的健康解决方案和健康风险评估,还可以免费为顾客提供

身体健康评估检查,包含循环系统、消化系统、呼吸系统、内分泌和生殖系统等九大项目。在新奇乐概念上,河南乐语新增Brookstone系列产品,既包含斗牛犬蓝牙音响、双球滚轮波光美容仪等中青年人青睐的产品,也涵盖大可爱儿童书包、AR地球仪等儿童喜欢的产品,而快闪是河南乐语新的零售效率体系,可全面提升供应段与消费互动效率,具备响应速度快、内容连接效率高、定制效率高三大优势。

迪信通也在去年推出新品牌D.PHONE UP+零售门店,探索“手机零

售+智能体验馆”的全新模式,使门店更具场景化、数字化和服务化。同样的,D.PHONE UP+也立足年轻消费者对“新、奇、特”产品的喜好,汇聚当下新潮的智能设备。同时,迪信通还将线上、线下的购买体验、优质服务等硬件进行整合,做到了边体验边购物。

业内人士表示:“手机卖场打造的诸多场景和增添的新奇潮品延长了消费者在店内的停留时间,将不同个性、不同购物需求、不同消费方式的人聚在一起,在做好顾客服务的同时,无疑也提升了销量。”

海尔家电节:为用户定制美好生活

近日,由河南省商务厅、经信委、家电协会联合主办的河南省首届海尔家电消费节在郑州正式启动。本届家电节以“时代品牌 引领时代”为主题,通过10年包修、以旧换新等5大权益,为河南消费者提供涵盖衣食住娱的家居生活解决方案,带领用户进入全场景定制时代。 李冬生



立足用户需求,提供全场景定制化智慧成套解决方案

随着生活水平的不断提高,用户对美好生活的需求不断变化,海尔从为用户提供高质量产品,不断迭代地为用户提供全场景定制化智慧成套解决方案。

20世纪八九十年代,在国内家电尚未普及时,海尔在1988年12月获得了第一枚质量金牌。90年代末,海尔聚焦技术创新、产品创新、服务创新,成为中国家电自主创牌代言人。如今,海尔产品已经覆盖全球160多个国家

和地区。

进入21世纪,随着物联网、人工智能等技术的高速发展,海尔积极构建涵盖用户、企业等各方资源的生态圈,在智慧厨房、智慧浴室等4大持续迭代升级的物理空间内,带来了用水、洗护、安防等七大全屋解决方案,为用户提供200多个智慧生活场景,并依托顺逛平台、COSMOPlat平台和U+平台,带领用户进入智慧生活的全场景定制时代。

家电节五大权益集体发力,为用户定制美好生活

在本次家电节中,海尔从传统“卖产品”模式向“卖方案”模式转变,通过5大权益为消费者提供全场景定制化智慧成套解决方案。

提起购买家电,许多消费者遇到过这样的问题:买了A品牌的电视、B品牌的冰箱、C品牌的空调、D品牌的水热水器……不仅在送装时需要多次预约安装,而且在产品出现故障时,还需要挨个联系商家解决。

对此,海尔依托全品类黑白家电阵容

体系,围绕衣食住娱等生活场景为用户提供全场景定制化智慧成套方案,以成套设计、成套销售、成套服务三大成套能力,让用户充分享受“美好生活一站购”的全屋成套服务。

从6月8日至18日,海尔家电节还为消费者带来衣食住娱专业解决方案、全屋家居方案一步到位、以旧换新补贴、售后服务10年无忧五大权益等系列服务,满足用户对美好生活日益增长的需求。

数码相机如何选? 我们来支招

近年来,数码相机的更新速度越来越快,各种新概念和技术名词层出不穷。作为家庭必备品的数码相机,部分消费者在认识上的一些误区,影响了对数码相机性能的正确判断,从而对选购产生了困扰。那么,数码相机该如何选择呢? 李冬生

不要被高变焦倍率迷惑

变焦作为数码相机的一个重要技术指标,被许多消费者所看重。不少消费者认为,数码相机的变焦倍数越大越好,以便能够在远距离拍摄时保证照片质量。然而,虽然变焦倍数对照片质量的影响很大,但对于这一技术指标也应该具体看待,不能简单论之。

事实上,数码相机的变焦分为两种,

不要盲目追求高像素

很多消费者在购买数码相机时把像素作为重要的挑选指标,其实这也是认识上的误区。首先,数码相机的像素有插值像素、总像素、有效像素之分,有些厂商利用消费者对专业知识的不了解,故意混淆概念,误导消费者,以达到促销的目的。比如有些数码相机厂商宣称,其产品高达千万像素,并且售价相对低廉。但仔细研究说明书后,消费者不难

不要遗忘电池类型

购买相机时,电池类型也需要弄明白。一般来说,使用专用锂电池、镍氢电池的数码相机不光能为使用者节省下大量金钱,还能大大延长拍摄时间。

目前市场上数码相机几乎都是使用镍氢充电电池和智能锂电池两种类型。镍氢充电电池的优点是价格相对便宜,使用时间较长,对使用环境要求

即光学变焦和数码变焦。而真正能提高拍摄效果的是光学变焦,它能够通过镜头的变化将拍摄景物拉近。数码变焦则只是简单地像素点扩大,因此在实际拍摄中,数码变焦对拍摄效果的提升作用不大。消费者在选购数码相机时,应分清其标示的变焦倍数到底是光学变焦,还是数码变焦。

发现,其实所谓的千万像素仅是通过硬件插值获得的。另外,数码相机并非像素越高越好,其成像质量还与感光元件大小、镜头质量等因素有关。所以消费者在选购数码相机时,应根据自己的实际需求来选择相机像素。其实,200万像素的数码相机拍出的照片,完全可以非常清晰地显示在5×7英寸的相纸上展现图像的每一个细微之处。