

2006商业盛典

李国友 北京华联商厦企划部经理

凭借个人敏锐的市场洞察能力和前沿的时尚嗅觉,在营销活动上,坚持顾客第一的时尚主义,实行的返券、满赠、折扣多样联合促销模式以及丰富多彩的消费者参与性活动,实现促销的互动性和趣味性,使得北京华联成为郑州最具活力、最具人气的商场之一。目前,北京华联已成为众多中原消费者首选购物、休闲、娱乐的场所。

王海军 紫荆山百货大楼总经理助理、业务营销处处长

顺应市场、体现企业特色、追求实效的营销思路,十多年业务工作积累了丰富的营销管理经验,形成了顺应市场、体现企业特色、追求实效的营销思路。在塑造“男性消费,礼品百货”名品名店形象同时,把节假日营销与日常营销相结合,大楼统一营销与厂家营销相结合,带动企业销售逐年增长15%以上,大楼员工收入增长了3-4倍。

刘博 正弘国际名店企划部主管

正弘国际名店企划部主管刘博于2002年加入正弘团队,始终以创新、超越、引导时尚的经营理念为工作航向标,同时,坚持积极进取、开拓创新的工作态度,刘博针对正弘国际名店独特的市场定位,使其运作的活动形成了商业促销与文化概念有机结合、地区或行业强强联合、高规格大范围的事件营销等特点,辅助独特的广告创意,使正弘国际名店的活动效果尊贵不失个性、推广核心内涵新颖,并不断的创造正弘国际名店促销活动销售业绩的新高。如“卢浮魅影·六月正弘行”、“尚品族盟约”、“2006正弘秋装上市”、“礼在正弘”等活动,成功地为消费者展现了一个极具特色的正弘国际名店。

杜恒波 世纪联华营销策划部经理

虽然刚而立之年,但已有近10年的百货从业经验。2005年7月加盟世纪联华,现任世纪联华营销策划部经理。他不折不扣的执行和推广公司的营销策略,2005年世纪联华在整个郑州超市行业内掀起了“一分钱”工程和“天天抽奖”活动,声势浩大,对郑州零售业产生了不小的影响,他在整个营销策略的执行和推广中功不可没。他有着超强的适应能力和对市场敏锐洞察力。他有一句话:“我宁愿自己永远都是新兵,只有这样,我才有一颗永远向上的心!”

党玉玲 大商郑州新玛特购物广场有限公司营销部长

现任大商郑州新玛特购物广场有限公司营销部长。立足营销创新,善于学习吸纳时尚营销理念,与大商营销团队一起开创性地为郑州引进了商品营销、联盟营销、服务营销等一系列营销新举措。

崇尚对营销活动细节的落实,通过郑州新玛特开业半年来的历次营销活动,带领其营销团队形成了求新、严谨、周密的工作特点,充足营销准备提前量,每一个细节的尽善尽美,为郑州新玛特的营销活动增色不少。

先后参与策划了“抢鲜第一夜”、“十重惊喜大放送,真诚答谢中原情”、“魅力新动庆双节”、“华美圣诞”、“新年新运新玛特”等营销活动,新颖的营销策划带动了人气,使大商新玛特金博大店的销售业绩稳中有升。



李国友



王永君

一个营销精英的造就就需要各个环节的历练,可谓是“十年磨一剑”。他们熟悉、精通市场规则,通过市场来合理有效地组织、利用资源,结合自己丰富的营销经验,形成了顺应市场、体现企业特色、追求实效的营销思路,在展示出企业综合实力与应对风云变幻的市场能力的同时,对中原商业快速稳健的发展起到积极的推动作用。

王永君 中原商贸城营销副总

凭借多年商业经验,结合碧沙商圈景况,提出“流行百货,贴心乐园”的定位和“租赁联营1+1”经营模式。借助主流媒体“复兴碧沙,打造城市客厅”等系列报道影响力,积极打造全国性“中原之星丽人大赛”、“拯救七夕情人节”、“端午节万人签名”等造势活动,便有了碧沙商圈里中原商贸城在短短时间内成功立足与发展。这些经营思路和创新、奇特的活动有效地带动中原商贸城人气,提高了销售、提升了中原商贸城商业品位,使中原商贸城成功立足碧沙商圈,在郑州商界知名度、美誉度得到全面提高。

王松 丹尼斯大卖场研发中心经理

1996年,成为了丹尼斯第一批员工。加入丹尼斯后,他认真学习商业业态、经营模式和先进的销售理念,从理念到技能得到了提升。在花园店担任店长期间,他不仅关注店里的每一个管理细节,还拿出了一套更加有效的现代量贩店的销售模式,迅速地提升了该店的关注率、进店率、成交率,连续多次成为公司大卖场单店销售业绩第一名。进入公司工作十年来,善于学习,熟知品牌型企业的市场运作模式,对商品的运营有着丰富的实战经验,对销售数据信息化分析处理有极高的敏锐度,善于通过数据准确判断和解决营销中的问题。现在丹尼斯负责量贩事业部营销企划、新店开发、规划、筹备等工作。运用自身在卖场一线积累的营业知识,使企划活动能够更加符合营业需要,更好地为营业服务,为企业创造更高的商业业绩。

张清红 郑州百货大楼总经理助理、营销处处长

积极推行“主题服饰百货,大众时尚生活”的经营定位,筹划、组织了羽绒服反季销售、六一儿童节绘画比赛、购物抽奖旅游、元宵节灯谜等多项有影响的大型商业促销活动。组织策划的“真情50,辉煌50”郑百五十年店庆大型促销活动,不仅推动了企业经营形象的稳步确立,也使得企业经营由复苏走向繁荣,迈出了实质性的一步。

申勇 北京华联河南综合超市有限公司企划部经理

2002年任北京华联河南公司企划部经理。以民族文化为底蕴,以“新、奇、特”为营销策划理念,不断探索营销策划模式和活动形式,多元化的开展各类促销活动,让消费者在购物中得到享受,在享受中愉快购物,为市民带来了更多的实惠。希望以一名合格的营销策划人的资格为社会创造更大的价值。

关超 家世界郑州区域营销策划部经理

2004年家世界进驻郑州之时即担任家世界郑州区域营销策划部经理,亲身参与家世界南阳路店、嵩山路店、经三路店、航海路店、安阳人民路店、洛阳纱厂路店的筹备及开业,见证着家世界在郑州一步一个脚印的成长与发展。大力推动整合营销,在郑州的商界率先尝试DM刊促销档期与店面美陈标识相配合的促销方式,大大提升整体促销效果及店面美观度。2006年度推出的母亲节、世界杯、家世界9周年系列大型促销活动方式新颖,效果明显。开拓安阳、洛阳、三门峡、新乡的二级市场,将家世界的品牌传递给更多的河南消费者。

本版文字 冯刘克
(排名不分先后)

2006年度十大营销精英



王海军



王松



刘博



张清红



杜恒波



申勇



党玉玲



关超