

手机卖场 促销启动

节假日对于商家来说,绝对是一个大好的促销机会,黄金周、元旦、春节等假期促销已经成为商家的惯例,消费者的购买欲望也越来越向节假日靠拢。今年的情人节赶在春节前,这也给年关促销增添了一道浪漫的风光。

□晚报记者 冯刘克 毛华/文 吴琳/图

手机销售季节性明显

黄金周及其他节假日已渐成手机销售高峰期,据忆通八方手机连锁企划部经理王建华透露,在今年元旦促销中,忆通八方元旦当天销量就比去年超出了不少。

郑州迪信通手机电子有限公司副总经理赵金华表示,迪信通手机连锁将选择在春节期间大幅度让利,这从表面上看是一场价格战,而实质上是想倡导整个行业真正进入品牌营销时代。

王建华说,与平时促销不太一样的春节促销的礼品、奖品更为突出过年的



喜庆气氛,甚至一些促销会直接送年货。

为优惠寻求供应商支持

春节期间是手机销售的一个旺季,为了促销竞争中拥有更多的筹码,手机卖场纷纷寻求生产厂家的支持。

记者日前从迪信通手机连锁、长远手机连锁、中州通讯手机连锁、新亚手机连锁、忆通八方手机连锁等处获悉,郑州的零售者们正在加

强和供应商之间的联系,以期取得手机生产厂家的更多直供资源和优惠政策,从而建立自己的商品在市场上的价格优势和竞争优势。

据新亚手机连锁总经理刘军岭介绍,手机卖场与供应商签署直供协议,双方在此基础上实现深度合作,实现产销强强联合,这对手机卖场、供应商和消费者都是十分有利的,与供应商直供协议的签订,使手机卖

场在激烈的市场角逐中更具竞争力和挑战力,也进一步助升了手机卖场的企业和品牌实力,从而直供合作将出现“三赢”的局面:首先,消费者从中获取更多的实惠;其次,借手机卖场的平台优势,供应商产品的市场份额将进一步提升;再次,手机卖场的品牌知名度和社会影响力也将跃升到更高的领域和层次。

[卖场快讯]

过年,卖场优惠可真不少

迪信通 春节推出“价保政策”

临近春节,迪信通已经作好了全国 660 家店总动员的工作,并且制定“手机年货大集,新春疯狂让利”新春促销方案。迪信通市场部的徐丹表示,春节期间将推出“价保政策”,即 1 个月内保证所售出手机价格不会下降。

从去年开始,迪信通在全国推行“迪信锋尚”会员俱乐部,现在已经发展了近 300 万的会员。迪信通实施的会员制最大的特点在于对消费者不设任何门槛,只要在迪信通购物的顾客均可获赠会员卡,用来积累积分,同时可以享受会员专享的特惠商品,积分换礼,免费清洗和检测手机等服务。

另外,迪信通焦作五星电器店和迪信通巩义店



将在 2 月 10 日开业,50 个手机品牌或公司,以及迪信通全国的 660 家连锁店对此进行恭贺。这两家店开业期间,迪信通将推出相应的促销活动。

冯刘克/文 吴琳/图

侨兴 度身定制差异化手机

面对春节手机销售旺季的到来,侨兴多款新机在 12 月份齐齐亮相,争夺春节手机市场份额。

侨兴的每一款手机都具备度身订造的差异化卖点,无论是之前推出的商务功能强大、影音播放流畅的手写智能王 CS512,还是刚刚上市的外观采用纯正 iPod 经典设计、配备最新光电导航按键的 COSUN 8288,都体现出差异化的特色。另外,当前消费者热捧的“MP4 影音播放”、“高像素照相功能”等都配置到自己的产品上。

侨兴一直把狠抓技术与研发作为立足市场的头

等大事。侨兴目前在北京、上海、惠州、深圳设立了 5000 多平方米的通信终端产品研发中心,同时与国内多所高校建立研发基地,拥有大批高科技人才,手机研发中心目前已经具备国际研发水平。

面对变幻莫测的手机市场,侨兴已领先一步,将目标瞄准到了广阔的 3G 未来。据透露,侨兴与业内一家重量级 3G 芯片公司研发的合作,已进入实质阶段,侨兴预计将投入亿元巨资,启动视频编解码核心芯片开发、3G 移动流媒体手机整机方案设计的研发,已抢得在 3G 领域的竞争主动权。 黄彪



郑东建材 市场一路向东

“老 107 路将成为郑汴路建材商圈的一个分割线,分割线以西是传统的建材综合市场,分割线以东是新兴的专业建材市场。随着郑东新区入住人口的增加,整个建材市场的重心将会向东逐步过渡,越过老 107 道路,转向新兴专业市场群。”郑东建材家居城副总经理黄海军对建材市场的竞争格局做了分析。

争取竞争有利地位

郑东建材家居城将与行业内实力较强的建材运

营商进行强强联合,扩大郑东建材家居城的影响力。黄海军说,2007 年将以商贸路为中心的建材商贸物流区建成建材市场的“二七商圈”,并使郑东建材家居城在其中处于核心地位。

提升管理服务水平

为了争取竞争中的有利地位,郑东建材家居城在管理方面,将打造一支具有最佳服务意识的团队,引入新的、先进的管理模式,持续提升管理团队的能力和水平。在服务方面,郑东建

材家居城将完善各项市场服务功能,建立金融、餐饮、生活配套等设施,提供物流、仓储、金融、信息等方面的便利。对于加强物流配送,黄海军认为,目前,郑东建材家居城的物流配送以短途和中途为主。短途较为重要,主要针对郑州市区。中途主要是对以郑州为中心的周边城市群的物流配送。这将使郑东建材家居城真正成为上游厂商和地市级经销商交流和信息交流的平台和快捷通道。

晚报记者 冯刘克 师红涛



百脑汇 每天都在进步

随着 IT 数码类产品的日渐大众化,IT 卖场间的竞争也越来越激烈。如何练好内功,吸引越来越多的商家和消费者的眼球,成了摆在各卖场管理者面前最现实的问题。

软硬兼施 细致服务

为了给消费者提供更好的服务,百脑汇郑州店总经理陈忠政提出了细致服务的理念。

陈忠政说,服务分硬件和软件两个方面,硬件方面的服务就是为顾客提供更好的购物环境和合理分配功能区域,让消费者能够享受到购物的愉悦和乐趣。据陈忠政介绍,百脑汇将进一

步明确各楼层的定位:一楼至三楼定位为 IT 数码产品的零售区域;四楼定位为 IT 数码产品的批发基地。为了完善百脑汇的卖场功能,负一楼将开设面积达 5000 平方米的美食广场等。

全员培训 提升管理

在陈忠政看来,对卖场的管理要从人员的培训着手,培训不仅面对卖场的管理人员和工作人员,还面向经销商的工作人员和促销人员。这样的培训除了具有提高人员素质、提升服务水平的作用外,还能达到信息共享、顺畅沟通的目的,保证各项活动分工明确,配合衔接丝丝入扣,顺利开展。

比如卖场做一次促销活动,除了卖场的管理人员要对促销内容十分清楚之外,也要求各个经销商的促销人员知悉情况,这样才能密切配合,做好活动。

推行和健全会员制是百脑汇 2007 年的工作重点之一,这是一项体现增值服务的工作。百脑汇将针对会员顾客定期举办活动,推出有价值的活动,提升百脑汇的影响力。另外,学生市场也是百脑汇十分看重的,更多校园活动将在 2007 年展开,充分调动学生客群的积极参与,树立百脑汇在学生中的优良形象,从而培养潜在消费客群。

陈忠政对 2007 年的工作



充满希望,他说:“我们用心在做,希望每天都在进步!”

晚报记者 冯刘克/文 吴琳/图

八方数码 畅销型号与新品同台 PK

八方数码新年伊始率先在今年第一个月推出“2007 数码普及风暴”系列主题活动,索尼、三星、奥林巴斯、JVC、佳能、尼康等全球知名品牌集体亮相,各自拿出多款畅销型号及刚刚上市的新品同台 PK,许多机型都比市场正常零售价低 200 到 500 元。

据八方销售经理介绍,本次大规模让利根据品牌不同制订了一系列促销方案。索尼全线产品成本价销

售,同时热销型号均赠送 512 或 1G 存储卡。佳能全线产品统一零售价下均全部直返现金 200-500 元。奥林巴斯 2007 新品河南区域八方率先上市。三星、尼康等均赠送厂家特供新年礼包。除了正常机型的让利,已上市一段时间的经典机型八方将以五至七折抛售。

八方数码还加大赠品投入,498 元的名牌无烟锅,幸运吉祥的金猪、时尚水壶等购物就送。 祁京

天荣家装团购大联盟 欢乐进行中

2 月 10 日,家装团购联盟走进“金色港湾”小区,与广大业主举办以团购为主题的联欢活动,再次掀起了建材团购的热潮,这也是家装团购大联盟自成立以来首次与小区物业携手为业主举行的团购活动。参加团购的品牌有茜茜卫浴、依梦卫浴、福龙建材、康洁集成家居、小白杨卫浴、橱柜、苏圣阳壁暖画等十余家名品建材厂商,作为家装团购大联盟支持品牌的一部分,他们的参与带给消费者实实在在的

的优惠和惊喜。由郑州晚报、天荣国际建材港、商都网家装频道、永乐生活电器、郑州工商联建材商会牵头组织的家装团购大联盟,根据家装过程中各个环节的特点,联合装饰、建材、家具、家电等行业的领军企业,以名品牌、低价格、一站式消费、一站式优惠为宗旨,解决家装中遇到的实际问题。活动中很多业主以下订单的方式选择了适合自己的建材商品。

冯刘克