

# 世纪联华 营销创新 引爆销售再创新高

## 营销创新 打造精彩生活

2002年,它在郑州零售业竞争最激烈的时候拼杀进来;它通过最具特色的经营模式,一开始就显示出慑人的勇气和彻底的与众不同;2006年实现了7.46亿元的销售业绩,会员50余万……一串串耐人寻味的数字,彰显了世纪联华在郑州零售业内所创造的一个个奇迹。带着崭新的现代意识观念与经营方式,世纪联华无疑成了郑州商圈内最富创造意识和具有代表性的超市品牌!

公司职员刘女士是世纪联华营销活动的受益者,在刚刚结束的五一节抽大奖活动中,早想拥有一辆爱车的她意外地中了头彩——奇瑞QQ汽车,幸运地实现了自己的有车梦想。

每年,像刘女士这样在世纪联华的营销活动中得到实惠的市民不计其数,而一贯以“营销创新”在业内著称的世纪联华,每年都在营销活动中投入大量的精力。从最初抽取“电动车”到“笔记本电脑”、从“空调彩电”再到“家用汽车”,每一次活动的推出都在郑州零售业掀起了不小的轰动。

进入2007年以来,世纪联华一直在不断地寻求创新,努力在自己原有的经营风格上寻求突破。据悉,为了给市民营造一个浓郁的卖场气氛,让顾客尽享购物乐趣,世纪联华做足了“绿色营销”“整合营销”的文章,一方面使卖场陈列布置更加美观、

更加人性化,一方面努力让消费者感受到世纪联华的精细化管理,不放过任何一个细节,以细节管理作为立足之本,营销创新,打早市民精彩生活是世纪联华一贯的作风。

## 销售业绩 强劲攀升

据世纪联华营销部负责人介绍,进入2007年以来,世纪联华销售一路飙升,出现强劲攀升势头,总体销售与去年同期对比增幅20%,客单、客流也都有显著提升,为世纪联华下半年的运营以及全年销售任务的完成打下了良好而坚实的基础。

据业内人士透露,2007年世纪联华销售额的大幅上涨,与世纪联华内部管理的调整、提升以及对商品销售工作的细化管理有着密不可分的关系。2007年世纪联华营销部积极将商品资源、营销资源以及市场动态信息进行有机整合,使商品销售工作更具目的性、计划性、创新性和可操作性。他们在不断完善商品结构的同时,更是把商品销售及挖掘



图为户外活动现场

顾客潜在需求放在重中之重,现在的DM不但设计新颖、精美而且期期增加了人性化的生活小常识,从而有效带动了销售。

不仅如此,世纪联华2007年的商品促销工作也呈现出新颖、季节性强、整体氛围浓郁的特点,尤其在季节性商品促销中,世纪联华走在了业界前头。今年的夏季商品

(凉席、空调、电扇)促销不仅上市时间早,品种丰富,更是采用了国内最时尚的陈列及装饰手段。早在5月中旬世纪联华就开始提前一个多月筹划端午节商品促销事宜。“周末低价风暴”又是今年世纪联华的一大亮点。同时,世纪联华目前拥有会员已突破50万人,适时对会员积分奖品进行调整,提高奖品的应季性、

新颖性、实用性是他们选择会员奖品的原则。

回首前进道路上的每一个脚印,世纪联华员工都付出了艰辛的努力。一个经过高度思想整合、深深扎根于零售领域的世纪联华将一如既往地让更多的实惠和精彩奉献给广大顾客,让顾客真正地感受到“更多精彩,尽在世纪联华”。

