



苏宁二七广场 3C+旗舰店将按照 5S 服务标准, 全力保障 6 月 21 日开业期间的服务质量。河南苏宁电器总经理李志刚在接受记者采访时表示, 苏宁电器二七广场 3C+旗舰店的开业是一场重要的比赛, 服务则是前台销售的后勤支撑, 苏宁电器全城千名服务人员已经做好准备, 全力备战“店王”开业。

晚报记者 吴绍超

苏宁四大终端服务席卷二七商圈

备战“店王”开业

短短的 3 年中, 河南苏宁电器在中原市场从无到有, 从零散门店到规模化经营, 使我们不但看到了河南苏宁电器零售额的不断增长, 同时更有其服务水平日益提高, 服务制度的不断完善, 服务手段的不断优化和管理架构的逐渐清晰。

苏宁电器是家电连锁领域唯一坚持自营服务的商家, 并且也是唯一拥有国家授权家电维修资质认证资格的企业。河南苏宁电器总经理李志刚强调, 作为中国家电连锁领域内唯一以服务作为核心竞争力的企业, 苏宁电器倡导“全民全员全过程”式服务, 每年都会投入巨额资金来提升自身服务软硬件条件, 将对消费者的服务改善落到实处。李志刚表示, 河南苏宁电器四大服务部门的负责任在苏宁电器二七广场 3C+旗舰店的开业前, 将充分发挥苏宁服务的优势, 服务全面升级, 为消费者带来不一样的服务体验。

苏宁立足二七商圈不仅仅依靠产品价格, 服务也是苏宁手握的另一张王牌, 是苏宁在二七商圈的竞争力利器。苏宁拥有业内唯一一支全自营的服务队伍, 率先在业内上线

全国呼叫中心, 包括 SAP 系统服务模块的开发, 这些软件、硬件优势都是其他同行所不可比拟的。河南苏宁电器有限公司总经理李志刚说: 与苏宁相比, 目前国内家电行业的售后服务还是参差不齐, 使用外包售后人员, 缺乏管理和监督, 是一种对消费者利益不负责任的态度, 而服务也是做表面文章, 没有抓住服务的根本!”

苏宁二七广场店完全按照 3C+旗舰店的标准进行打造, 服务也是其中的一项重要指示, 全部符合 5S 服务的各项最高标准, 即 Selection (优选精选)、Saving (省心省钱)、Sevice (售后无忧)、Solution (整体解决) 和 Satisfaction (满意体验) 五个层面。李志刚告诉记者, 苏宁二七广场 3C+旗舰店拥有超过 10 万件商品的出样、全开架展示、SAP 信息系统优化成本拥有低廉销售价格、VIP 接待区使消费者感受到了最贴心的服务!

据悉, 苏宁一贯坚持的全自营服务模式以及 5S 服务标准, 苏宁电器此次在开业前夕对服务人员进行系统规范的培训, 提升了郑州家电行业整体的售后服务水平, 也为规范行业服务标准作出了示范。

倾听四大终端服务之声

连锁店管理部经理助理张骞:

“苏宁二七广场 3C+旗舰店 21 日将盛大开业, 苏宁 500 名销售人员以及增援的 100 多名销售突击队员已经全部到位。我们专门挑选了 100 多名销售精英担任开业 VIP 导购工程师, 负责开业期间 VIP 消费者的全程导购。同时, 拥有近百平方米的 VIP 接待区将在开业当天落成, 承担 VIP 顾客的接待, 其中设置有全高清平板电视、直接连接互联网的液晶电脑、空调、饮水机一应俱全, 同时采用国内最高档的塑胶地板, 这个 VIP 接待区不但是中原各大家电卖场中第一个, 也是装修最豪华、配套最齐全的一个!”

客服管理部部长李红梅:

“作为苏宁服务体系中承担顾客满意度回访以及自身服务质量监管的部门, 苏宁服务热线 4008365365 全天 24 小时开通, 我们将详细解答消费者的咨询。同时, 我们将全程跟踪服务质量, 为消费者提供更加完善的服务, 注重服务细节, 满足不同消费者的需求。”

物流配送管理部部长王伟伟:

“目前, 苏宁物流中心为了满足开业巨大配送量, 从各地紧急增调 100 多台配送车辆增援郑州开业, 满足开业期间井喷的配送量。苏宁电器目前已经拥有 200 多台配送车辆, 完全可以实现市区范围及时的商品配送任务, 使消费者在最短时间内用上购买的家电。”

售后服务管理部部长陈波:

“连日来, 郑州持续晴热高温, 空调安装量陡增, 苏宁拥有 18 年专业空调服务经验, 受到了广大市民的信赖。苏宁对郑州近千名自有售后安装员工进行了系统的培训, 重点针对服务规范、安全施工等方面内容进行了重点考核。同时, 面对开业激增的空调安装量, 苏宁已经全面做好应对准备, 已经有数十个售后网点、200 多个作业组全面处于待命状态。”

满足名牌消费需求 超低折扣吸引客流 建文新世界商厦首推品牌折扣广场

□晚报记者 冯刘克 丁佳

“在其他地方要几百块钱的名牌衣服, 在这里几十块钱都能买到。”正在建文新世界商厦三楼品牌折扣广场购物的崔女士一连买了几件衣服, 直呼便宜。郑州建文新世界商厦有限公司副总经理张粉霞介绍说: “像崔女士这样一连买几件衣服的顾客不在少数, 最为典型的一位女士曾一次买了十几件衣服。这位女士喜欢名牌, 经常到高档商场购物, 在我们这里见到同样品牌款式的衣服, 价格却这么便宜, 所以就一下子买了这么多。”

近日, 建文新世界商厦在三楼推出了品牌折扣广场。该品牌折扣广场采用了“奥特莱斯”的经营模式, 即“名品+折扣”的销售方式。在这里, 顾客以很低的折扣价格就能买到名牌的正品牌服装。经过一段时间的“试水”经营, 这种创新经营模式已经开始受到消费者的认可和欢迎, 同时也引起了业界的关注。

品牌折扣广场 挑战价格底线

对于品牌折扣广场经营的产品, 张粉霞介绍说: “目前, 建文新世界商厦的品牌折扣广场汇聚了杭派、温派、苏派、汉派、粤派、闽派、海派、京派八大流派的服装品牌, 将语轩、梵非等国内著名的品牌折扣店纳入其中, 涵盖了近百个男女

服装品牌, 这些品牌除国际平价时装之外, 多是国内二线、三线流行品牌, 在市场上有着无可比拟的知名度。品牌折扣广场无疑为郑州消费者提供了一个低价购买名牌服饰的好去处。”

有效组织品牌折扣商品的货源是品牌折扣广场赖以生存的根本。建文新世界加强与生产厂家的关系, 并推出多项措施保证稳定的货源, 建立通畅的供应商通路。建文新世界品牌折扣广场业务经理周雨萍说: “较低的服装进价使我们能够进行低成本运营。这些品牌服装的原价大多在 300~2000 元, 而折扣商品的价格却低了很多, 且折扣商品与正价商品的上市时间最短仅隔 20 天。相比之下, 折扣商品物美价廉, 具有强大的竞争优势。”

适应市场需求 辐射周边地市

“目前郑州的品牌消费者不过几万人, 而品牌追求者却有几十万人。这些人在追求高品质的同时更渴望能够以相对较低的价格满足自己的品牌梦想。对于品牌追求者而言, 高品质、低价格的服装才是他们期望的商品。”周雨萍对郑州的消费市场进行了分析。

一位业内人士认为, 时尚消费可分为多个层面, 而每一个层面都会有一定的消费群体。大部分消费者都倾向于品牌, 但其中一部分中低收入的消费者在品牌的需求和消费承受能力之

间出现了矛盾, 由此便产生了对折扣品牌的需求。据其介绍, 国内第一家品牌折扣店——北京燕莎奥特莱斯 2002 年开业以来取得了巨大成功。这种模式在上海、杭州、南京及国内其他一些区域也逐步发展起来。

张粉霞表示, 这种对品牌折扣服装的需求在河南的其他地市也十分明显。随着各地级市经济的发展, 人民收入水平的提高, 地市市场也开始显现出品牌消费的巨大潜力, 这为建文新世界商厦品牌折扣广场创造了一个介入地市市场的好时机。凭借自身掌握的优势资源和郑州优良的地理位置, 辐射全省, 最终建成批发和零售兼营的品牌折扣服装集散地。

相关链接

“奥特莱斯”是英文 OUTLETS 的中文直译。其英文原意是“出口、出路”的意思, 在零售商业中专指由销售名牌过季、下架、断码商品的商店组成的购物中心, 因此也被称为“品牌直销购物中心”。在欧美当代商业社会中, OUTLETS 是最为流行的一种商业业态。自 2002 年进入中国以来, 奥特莱斯在国内逐渐形成了一股热潮。据统计, 国内目前以奥特莱斯为旗号的商家已有近 200 家。



央视 08 欧洲杯转播选用海尔宝蓝高清电视



足球盛宴 2008 欧洲杯已于端午“小长假”期间激情开赛, 本届盛宴因为有海尔为央视提供的宝蓝高清流媒体电视、IPS 触摸屏“点播”系统、直播期间不间断的服务, 央视实现了 2008 欧洲杯赛事直播的“高清智能升级”, 主持人可以直接通过智能化的高清触摸显示系统“点播”欧洲杯, 在单一的看着与讲解间增加更丰富的内容, 呈现给观众更加立体的节目, 增强了节目的互动性与丰富性。

据了解, 加速国际化的品牌形象, 领先的运动高清、IPS 触摸屏点播、追时可录流媒体、护眼防眩光等技术, 环保时尚的外观是海尔彩电“捧得”央视欧洲杯赛事转播的重要原因, 同时这次“预演”过后, 海尔宝蓝还将承担起高清奥运转播显示的重任, 成为 2008 年“央视奥运报道指定产品”; 而借助海尔的高清触摸“点播”系统, 央视实现了 2008 高清赛事转播向“智能高清”时代的转变。

海尔宝蓝高清流媒体电视在改变了体育播报方式的同时, 也为广大消费者构建了一种全新的生活方式, 消费者在享受顶级运动高清、健康护眼画面的同时, 通过追时可录流媒体功能实现随看随录。在商场, 海尔宝蓝高清流媒体电视播放的欧洲杯画面高清护眼、清晰稳定, 吸引了数目最多的消费者, 同时取得了单型号销量第一的业绩。

晚报记者 李红卫