

省会媒体、全球通高端客户专场活动昨晚举行

大商新玛特郑州总店开业预购 火爆登场

□晚报记者 冯刘克/文 吴琳/图

昨晚,华灯初上,大商新玛特郑州总店门前灯火辉煌,众多省会媒体人士、郑州移动全球通高端客户开始潮涌般进入大商新玛特郑州总店,随着时间的推移,汇集在大商新玛特郑州总店的人群越聚越多。广场上办理会员卡的柜台前面排起了长长的队伍,由于人员众多,队伍不得不在广场上绕了几个弯。据了解,这些聚集的人群都是前来参加大商新玛特郑州总店针对省会媒体人士、全球通高端会员推出的专场活动。



真情回馈 力度空前



夜幕降临后的大商新玛特郑州总店成了一个不夜的欢乐港湾,灯火通明的商场迎来了3万多名左右消费者。大商新玛特郑州总店的宽敞的大厅在巨大的人流面前突然变得有些狭窄。尤其是一些国际名品的柜台前,更是聚集了众多的消费者。各个楼层的收银台成了人群拥挤的重要区域,交款的队伍排成了长龙,众多等待交款的人们露出了焦急的神情。

据了解,参加此次活动的消费者都可以凭有效证件办理白金会员卡一张。其中,全球通的高端客户有机会办理钻石会员卡,并获赠礼品,这吸引了众多的人流。

为配合本次活动,体现与消费者互动的宗旨,大商新玛特郑州总店针对邀请的消费者推出超低折扣的购物优惠,并对购物消费者赠送了一份精美礼品。在昨天晚上的活动中,促销活动组合丰富,包括知名品牌推出极低的折扣、秋季货品会员特惠日、知名品牌大型特卖、知名品牌特供单品、重磅品牌高倍积分、珠宝文化节和知名品牌独家购物赠礼等环节。其

中思普兰八点五折,阿玛施九折,威可多三至八折。这些活动刺激了现场消费者的购物欲望。

作为此次活动的压轴好戏,大商新玛特郑州总店还在当晚举行了国际名品秋冬新品发布会,包括Y-3、费雷、伯爵莱利、宝姿1961在内的一线国际名品发布了今秋今冬最新的世界服装流行趋势,推介最新款的男女时尚服饰。众多名模的到场使这一环节更加光彩照人,激起了现场消费者的极大兴趣。吸引了众多人群驻足观看。另外,奔驰车展、奢华饰品展、重点品牌低折扣、购物满额赠等活动都成了人们关注的重点,购物满1000元送110元抵值券和5—30倍高倍会员积分都吸引了众多消费者。

作为主办方之一,郑州移动也推出了自己的促销活动,与大商新玛特郑州总店的活动形成互动,取得了较好的效果。据介绍,现场购物满300元的全球通会员均到郑州移动抽奖台参加了抽奖活动,数名会员抽中了佳能IXUS70数码相机、Nokia N73手机或吸尘器奖品。

锁定会员 剑指高端

商场做生意自然都喜欢有回头客,所以会员制是现在几乎每个商场必出的一张牌,尤其对于新开业的商场。大商新玛特郑州总店虽然还未正式开业,但在会员建设方面已经显示出重视程度。昨天晚上的促销活动在很大意义上是一场发展会员顾客的专场活动。

“不追求大客流,我们注重的是20%的高端顾客,这20%的高端顾客能够占据整个商场消费量的80%左右,所以我们在高端顾客的吸引和维护方面下了很大工夫。”大商新玛特郑州总店总经理孙亚杰说,“将有限的人力、物力、财力集中在高端顾客身上,通过各种形式将这些高端顾客发展成我们的会员,为他们不遗余力地

提供周到细致的服务,培养他们对大商新玛特郑州总店的忠诚度。”

大商新玛特郑州总店在2楼重点打造了一个VIP会员中心。据孙亚杰介绍,这个会员中心面积较大,档次较高,在目前郑州商场中占据一流地位。会员中心提供的一系列服务也很有特色,与其它商场形成了差异化。孙亚杰描绘了这样一副场景:会员顾客准备开车到大商新玛特郑州总店消费,打个电话,地下停车场已经预留好车位。车辆抵达,有专人代客泊车。进入会员中心,会员顾客可以免费享用各种饮料、各色茶点。在品尝咖啡的同时,服务人员送上最新的产品信息,会员顾客可以在会员中心选定品牌,选定款式,服务人员会将指定商品送至会员顾客面前,确认购买后,会员中心



将提供移动POS机刷卡服务。也就是说,会员顾客坐在会员中心就可以完成整个购物过程。

“针对会员顾客,我们还将举行一系列的专属活动。沙龙和讲座活动每个月至少会有一次,内容将涉及经营管理、生活、美容、健康、子女教育等多个方面,满足不同人群的不同需求。”孙亚杰对大商新玛特郑州总店的会员服务推崇备至。

联盟促销 资源共享

现在郑州的商场众多,要想一开业就火也没那么容易。怎么办呢?在硬件服务搞上去的同时,商家开始不约而同争取会员。会员的发展需要长时间的积累,大商新玛特郑州总店在会员发展上走了一条捷径。

一位全球通用户赵先生说:“大商新玛特郑州总店在发展会员方面是比较聪明的,全球通用户在中国移动的用户中是相对高端的群体,一般具有很强的消费者能力,大商新玛特郑州总店就锁定了这一群体,通过今天的活动,可以在很短的时间内发展大批的有效会员顾客。”

另外一位全球通会员常女士表示:“其实会员营销对于商场来说,是一种比较有效的营销手段,这种营销方式,强调的是一种增值和个性化的服务。各商场各出奇招,有的搞讲座,有的做专场,各商场总是定期或不定期地想些点子笼络会员。但是会员也从中享受到了不少实惠,除了享受到专属服务之外,商场还会针对会员推出更大的折扣优



惠,另外积分兑换也算一种回报。这对于消费者来说,也是有好处的。”

孙亚杰对突击发展会员的说法并未否认,他说:“中国移动有着不可估量的品牌影响力,在会员管理和维护方面有着丰富的经验和很多成功的案例。中国移动重视会员,有着众多的高端客户,这是值得我们学习和借鉴的地方。现代经营讲究整合营销,不同行业的企业结合起来,拿出自身的优势,共享客户资源,吸引各自的目标顾客,这是一种非常便捷有效的营销方式。”孙亚杰接着说:“我们已经与郑州移动结成了友好联盟单位,通过这样的活动,我们用较低的折扣优惠回馈他们的客户,同时发展我们的会员,今后还将坚持举办下去。另外,我们在9月25日,还将推出与浦发银行联合举办的专场活动,与此次活动有着相同的意义。”

大商新玛特郑州总店另外一位相关负责人表示,发展会员,培养忠实顾客能达到“三赢”的目的,即商场赢利、供应商赢利、顾客满意。消费者现在消费时都表现得非常理性,发展会员并不意味着就能培养忠实顾客,还必须塑造一个不一样的商场氛围,给他们提供一个满意的消费环境,来吸引他们,培养他们成为商场的固定客户群。

活动仍在继续,当记者在负二停车场准备驾车离去时,发现负二层上千个车位依然是满满当当,尤其是宾利、宝马、沃尔沃等多品牌的高档轿车随处可见,这也再一次印证了圈内所谈到的该商圈属于高端商圈的评论。

