

大商新玛特郑州总店(国贸店)深耕文化营销

首届户外休闲文化节今天开幕

身处城市的你,是否拥有一颗时常躁动不安的心,向往到野外尽情舒展身体?从今天开始,来到大商新玛特郑州国贸总店,你就能体验到一系列野性十足的户外风情。你可以投身到刺激动感攀岩、郑开大道万人竞走、万人自行车野外骑行活动,也可以欣赏到户外活动摄影展,或者是为自己配备一套锐气炫目的户外装备。

经过一段时间的筹备,大商新玛特郑州国贸总店首届户外休闲文化节于今日开幕,整个活动将持续到11月2日。活动期间该店将举办多项大规模户外运动,同时将举办户外品牌新品主题秀,各种相关的促销活动也将登场,为顾客献上了一份健康快乐的户外休闲文化大餐。

大商新玛特郑州国贸总店与国际时尚接轨,定位于一站式高端精品消费,开业以来,以其巨大的体量、优良的环境、丰富的业态、高端的品牌吸引了众多的中高端消费群体,同时也增强了花园路商圈的消费凝聚力。许多消费者认为,这家店强大的功能优势和丰富的文化休闲活动相当于一个mall,其功能性、舒适度、影响力等均超越了一个传统意义上的商场。在营销和服务方面,大商新玛特郑州总店也表现不俗,强力锁定文化营销和会员服务,拉近与消费者之间的距离,提升自身的品牌形象。

晚报记者 冯刘克/文 吴琳/图



穿。另外,众多的户外品牌折扣销售、投掷飞镖赢大礼、消费满额6级赠、3个整点限时购物免单、大额购物满2万元起赠全套户外装备等丰富的活动也将同时展开。

“举办户外休闲文化节,可以增强商场与顾客之间的互动,向顾客传达了一种自然、健康的生活理念。”大商新玛特郑州总店的一位负责人表示,“通过这种文化营销活动,为顾客营造了一种‘品位与时尚’的氛围,使自身的品牌与顾客建立了一种联系,建立了一种情感上的认同,增加顾客对商场的好感,从而提升商场的品牌形象。”

会员服务 锁定高端客户

商场做生意自然都喜欢有回头客,所以培育忠诚顾客、实行会员制是现在几乎每个商家必出的一张牌,尤其对于新开业的商家来说。所以除了一系列的文化营销活动之外,“会员制”等互动式营销也被追求服务与营销创新的大商新玛特郑州总店所重视。“会员制”营销正在成为该商场锁定高端客户、提高消费者满意度和提升品牌服

务形象的重要手段。

会员是商场最为宝贵的客户资源,会员营销作为大商新玛特郑州总店销售当中的一场重头戏,不断深入挖掘“钱力”成为商场的规定动作。据大商新玛特郑州总店总经理孙亚杰透露,该店对会员服务的力度很大,以后将把每周五设立成为“会员日”,把会员营销固定下来。在“会员日”,商场推出会员专属的各种优惠和回馈活动,与会员展开进一步的互动,针对会员各自的独特需求,提供个性化的服务。

在大商新玛特郑州总店的会员构成方面,全球通中高端客户、浦发银行的中高端客户和消费能力达到一定高度的顾客是主要组成部分,也就是说这些会员顾客一般都是中高端客层,为商场贡献着较大比例的销售额。不断举办各种会员营销和定期回馈,稳定和发会员顾客对于定位高端的大商新玛特郑州总店就有着非同寻常的意义。在孙亚杰看来,运用好会员制也是精准营销的一种体现,以后还将出台更为精细的服务,为会员营造更为愉悦的购物消费体验。

贝邦开业 羽绒服商战愈演愈烈

近日,紫荆山百货和郑州百盛购物广场迎来新的联盟伙伴:贝邦公司租赁百盛负一楼3000平方米和紫荆山百货大楼六楼全部用来经营国内外各知名品牌羽绒服,10月1日,贝邦羽绒服广场百盛店亮丽开幕,10月18日,贝邦羽绒服广场紫百店盛装开业。

“忽如一夜冬风来”,著名服装品牌操盘手贝邦公司此次与全业态百货进行合作,一夜之间强势入驻两大知名百货商场,大手笔显示出大气魄,标志着今年羽绒服商战开始正式上场预演,在业界引起了不小的轰动。贝邦公司总经理魏璐对此表现出很大的信心:“选择与紫荆山百货和百盛的合作,也是属于强强联合的战略,即知名商场与专业单业态卖场的合作,优势互补会为双方达到共赢的效果。”

据悉,贝邦羽绒服在品牌的选择和确定上,采取的是“优选”的原则,即品牌是招商的前提条件,消费者的认可度和喜爱度是招商的重要条件,两者的结合也是优选的结果,针对目前羽绒服的时尚化趋势,贝邦的目标是把羽绒服打造成为冬季消费者最喜爱的时装。据贝邦公司企划部经理程浩介绍,根据公司的品牌确定原则,贝邦羽绒服广场现在既有波司登、雅鹿等几百个国内外知名品牌,也有艾尚雪、鸭宝宝、ODD等顶级时尚品牌,自开业以来,两者均受到了消费者的喜爱和欢迎。

在价格和服务方面,贝邦羽绒服广场的供应商多是厂家或省级总代,减少了中间商的环节,在价格方面自然占有优势。在服务方面,贝邦公司创立了“全员营销,全员服务”的理念,消费者可以高效率地享受各项售后服务。加上与全业态百货的合作,也增加了消费者购物的信心与信任感。

在购物环境与营销活动上,贝邦公司对所有入驻品牌均有严格的规定,对专柜的装修,卖场的陈列布置等均有严格的要求,很多专柜均为郑州市的品牌形象店,在两店开业之际,贝邦公司特别推出了购买满额赠,购100送100等超大力度折扣优惠活动,实实在在为消费者提供了让利和实惠。

晚报记者 张瑞 樊无敌

文化营销 提升商场品位

继顶级服装品牌国际模特秀、名车展等活动之后,大商新玛特郑州国贸总店又推出了首届户外休闲文化节,有机地将户外休闲文化与商场营销活动结合起来。在此次户外休闲文化节上,攀岩运动被搬到商场进行,消费者可以亲身体验并可参与比赛。据了解,攀岩比赛分为速度和难度两种类型,参与比赛并获胜的消费者可以获得丰厚礼品。同时还陆续组织万人竞走郑开大道、万人自行车野外骑行等大型户外运动以及户外活动摄影展等。为了配合此次活动,Columbia、LAFUMA、探路者等国际知名户外品牌也将举办主题展示秀,对户外用品的优良性能和科技含量进行现场讲解,有兴趣的消费者还可以进行试

正道中环4年“唱亮”时尚戏

10月24日,是正道中环百货4岁生日。从2004年到今天,正道中环靠着坚持流行时尚百货的定位,赢得了一大批的忠实消费者。

晚报记者 谢宽 韩新宝

认准流行时尚百货定位

“今年,花园路商圈不断有新的竞争者加入,未来机遇与挑战并存,正道中环百货将更重视错位化经营。”正道中环百货负责人说。

从2004年开业开始,正道中环就定位于流行时尚百货。它希望将自己打造成一个品牌中

高档、价格适中、物超所值的大众时尚购物场所。按照这个思路,正道中环不断对自身品牌进行调整,2006年就引进新品牌219个,2007年又再次调整引进了131个,2008年上半年又引进了60多个品牌。

“我们追求很好的性价比。这种定位的商场在花园路商圈还没有,这也将是正道中环今后的定位和发展方向。”正道中环百货负责人说。面对花园路商圈日益激烈的竞争,正道中环百货的反应很冷静。“花园路商圈紧邻金水行政区,是一个很有发展潜力的商圈,商家的

竞争越来越激烈,也共同盘大了整个花园商圈。”区别于花园路商圈其他几大商家的定位,正道中环的流行时尚百货定位将让它在商圈中抢占应有的位置。

4周年店庆好礼惠客

“这次正道中环举行4周年店庆,活动力度非常大,很多都是独家折扣。”正道中环百货工作人员介绍,闭关“修炼”多日重新开业的正道花园,也将参与此次店庆活动。

每年,商家有两次活动折扣力度最大,一次

是周年店庆,一次是卡友夜。周年店庆的促销力度,一般都远超过国庆等假日的活动力度,商家都会推出多个品牌独家折扣来回馈消费者。

据悉,从10月24日到11月2日,正道中环各种服饰、鞋类等商品都是全场5折起。凡当日购物满300元,就可以参加刮奖活动,中奖率为100%。会员购买指定品牌,还有机会享受独家折扣,同时还可以参加折后满返活动。

“正道中环百货执着与努力,也终于在其四周岁的时候赢得越来越多消费者和会员的青睐和眷顾,而且会员对正道中环的忠诚度也非常让人感动。”正道中环百货工作人员介绍说,此次4周年店庆,正道中环百货专门对会员开辟有店庆会员专属礼活动,让会员享受至尊宠爱。

迎来首个“会员日”

据了解,在本周五首个全国会员日当天,苏宁诚邀各地会员前往苏宁各大门店进行积分兑换电子购物券,旨在活跃

会员“积分”变“现金”

苏宁电器推行家电购物基金,凡是苏宁正式会员卡的持卡者在苏宁电器消费均可进行积分,积分可兑换电子券。第一次来苏宁电器购物的顾客,可在消费后,凭临

二七店团购专场25日晚开幕

苏宁电器郑州大区营销经理贺小斌告诉记者,为了满足广大消费者对家装电器的需求,定于10月25日下午5点开始,在二七广场店举办一场以“家装电器”为主题的团购专场。

针对25日晚家电团购专场优惠细节,贺经理还进行了专门解释。首先,10月25日的团购专场专门配置了专业“数字工程师”全程导购和60天免费存活统购分装的服务项目;其次,单件商品享受优惠和赠礼

各会员卡内的积分同时,更提升会员的附加值,兑换后生成的电子购物券将可直接抵扣购物金额。

时购物卡及本人有效的身份证明至会员中心免费申办会员卡,以后持卡可享受同等会员待遇,每消费1元即可积1分,150分兑换1元电子券。

的同时,整体套购还可以加赠礼品;日前,预存翻倍的优惠活动仍在进行,消费者可以到二七广场店预存一定额度的现金,团购当日翻倍使用。

即日起,读者凭本报或南方家私、立邦漆、马可波罗、欧派、升达地板、摩力克的消费者至苏宁二七广场店前台或指定联盟商户门店即可领取当日团购入场券,享受10月25日的团购优惠。

吴绍超

苏宁·会员特惠升级 五星·周末「折旧换新」

新品扎堆上市 老款纷纷降价

10月份历来是家装旺季,各家电厂商在此时会适时推出一系列新品电器抢占后“黄金周”家电市场。记者在五星电器亚细亚新概念旗舰店看到,一些2008年秋季最主流的新品家电样机已经占据了显眼的位置。五星电器河南分部总经理战卉表示,五星在产品组货方面一直都是以顾客需求为导向,家电不断推陈出新正是为了顺应

新居消费者求“新”的家电需求。新品扎堆上市,消化老库存给新品腾地儿就在所难免。

据了解,这些所谓的老款家电,其实也就是08年一季度推出的产品,品质、功能、外观等各方面都还跟得上潮流,平时选购可以说性价比比较高,而消费者如果在换季折扣期间出手,可以说是超值了。

彩电、冰洗价格优势领跑家装旺季

五星电器河南分部总经理战卉介绍,现在消费者在家庭装修方面讲究健康、节能、环保,选择家电时更加关注品质,特别是影视、空调、冰洗以新品、合资品牌、高端机型走俏。

这点针对冰箱、洗衣机尤其明显,双开门、三开门冰箱是现在的趋势,而滚筒洗衣机慢慢在洗衣机市场占据主导地位。

吴绍超