

一个消费者拥有多少张会员卡?许多人恐怕自己都搞不清楚了。这些会员卡又会因为发卡商家的不同而遭遇着不同的命运,一部分是沉睡已久,一部分是贴身携带。

时至今日,几乎郑州的每家百货商场都推出了自己的会员制,拥有自己的会员卡和会员顾客。会员制营销是一种深层次的关系营销,是维系自身与顾客之间关系的一种营销方式。在这些百货商场看来,会员制是一种能够抓牢顾客的心,提高顾客忠诚度的方法。会员制笼络了多少顾客的心?会员制营销能否改变商业竞争的游戏规则?郑州商场的会员制该往何处走?本期“侃侃三人行”邀请了正道花园百货企划部负责人、行业专家和商场会员顾客代表共同探讨这些问题。



主持人 冯刘克/文 晚报记者 吴琳/图

会员卡能换多少忠诚?



嘉宾: 河南省商业经济学会副会长、秘书长 宋向清



嘉宾: 正道花园百货负责人 何萍



嘉宾: 郑州市郑东新区水务有限公司办公室副主任 何萍

主持人:对于郑州百货商场推行会员制的背景和意义,你有着什么样的认识?

正道花园百货负责人:会员制在郑州商界出现已经有不少年头了。1999年正道花园的超市即先行推出了超市区域的会员卡——369积分卡,当时的积分卡只限于积分兑礼的功能。2001年时,正道花园针对百货部分进行了为期6个月的会员制项目的设计与模拟,于2002年正式推出了具有实质意义的适合全楼使用的会员卡。正道花园会员制服务也算是郑州的百货商场中推出较早的一家。正道花园百货的会员卡发行以来,对会员的申办标准一直执行了较高的门槛,举个例子来说,金卡的办卡条件是当日在我们商场购物满10000元。推行会员制其实是为了更好地为顾客进行服务,延伸更多个性化的服务,同时也通过体现会员顾客的尊贵与专属来提升他们对商场的忠诚度。

宋向清:百货商场推行会员制是在市场竞争比较激烈的情况下,为了发挥自身优势,吸引特定客户群,稳定顾客,从而在确保基本客流量和销售的基础上增加市场份额,提升销售业绩的有效手段。会员制是市场经济充分竞争的产物,随着个性化需求的不断增多而产生,其实会员制是面向一部分消费群体的,简单地说,就是商家发现了个性化的特殊需求,用会员制来满足这种需求。郑州主要的百货商场和超市目前基本上都实行了会员制,这种情况一方面说明了郑州零售业竞争的激烈程度,另一方面也说明了郑州商业企业管理和经营手段进入了一个更加多样化的阶段,值得肯定

何萍:我接触到郑州商场的会员制至少已经有10年了,感觉这种会员制挺刺激消费的。比如逛一次商场,本来有一些东西是不打算买的,但是冲着会员积分或专属的礼品一不小心就买了很多东西。

主持人:你所接触到的郑州百货商场会员制有着什么样的现状?

商品价格的优惠上,并没有体现出会员在享受服务方面的优势,这会降低商场对会员的吸引力。

宋向清:郑州零售行业实行会员制存在“两重两轻”,一重会员卡发放的广泛性和持卡消费市民化,表现形式是会员卡发放门槛很低;二重持卡消费的积分累积和特定商品阶段性促销的实效性,表现形式是顾客付款时善意提醒,并可积分换商品,以及无卡不能享受特定商品促销价格。一轻持卡消费者的消费信息分析,不善于针对性促销和服务,换句话说就是会员卡的作用没有被放大,仅局限于表面上稳住顾客,但在稳定顾客的同时还可以通过持卡消费信息分析,为顾客提供更多个性化

服务,从而提高业绩;二轻专业卡的发放,现在多数商场发放的都是大众卡,其实对特定人群和特定商品,发放促销力度更大的专业卡收效也很可观。

正道花园百货负责人:在实行会员制方面,商场和会员之间更多的应该是彼此认同、彼此倾入感情的。正道花园百货在建立会员制的服务体系中,始终坚持将会员的尊贵专属待遇放在第一位,处处去体现会员的贵宾礼遇,为了满足会员的不同需求,我们坚持定期进行会员调查,以了解会员需求,并就此针对会员推出了免费停车、预约车位、代客泊车、电话购物、生日祝福、积分礼品、温馨短信等服务,而且还不定期的举办各类会员预购专场及专属体验活动。

主持人:在提升百货商场会员制的内涵方面,你有什么样的想法或建议?

宋向清:要想真正建立顾客忠诚,百货商场应当针对不同消费者的不同需求为其提供个性化服务,细分会员卡市场,通过对会员需求的分析将顾客分类,把大众消费卡和专业卡、节日卡、特定群体卡等结合起来使用,提供有针对性的服务。比如可根据消费者的年龄层次、收入状况、购买商品的金额及种类进行分类,从而开展有针对性的活动,建立个性化的顾客关系管理。注意收集和分析会员卡信息,根据持卡人消费习惯、金额、档次等建立顾客档案,为他们提高及时准确可信赖的服务。要尽量延长会员卡的使用时间,现在郑州的不少商场一年一换卡,这不利于培养顾客忠诚度。另外还应重视提升会员卡的价值,真正做

到吸引消费者,对会员提供价格优惠和增值服务,进行消费奖励,取得会员的忠诚,最终实现销售收入和利润的增长,并取得长远发展。

正道花园百货负责人:商场应当坚持执行严格的办卡条件,使持卡人能够感到其与众不同的尊贵身份感。正道花园百货的会员严格针对精英人群,这一人群通常认准品牌,定向消费,而且需要非常专业化的服务。购物对他们来说已不仅仅是单纯意义上的购买,他们需要更丰富的精神上的购物享受。正道花园百货以人性化的服务和表现持卡人的尊贵性为第一位,围绕会员进行品牌组合、服务升级,活动组织、专属礼遇等,并不是仅仅将会员卡的功能局限在积分返利上,而更多的是体现会员

的“含金量”上,一张正道花园百货的会员卡,不仅在正道花园百货具有各项功能,而且在酒店、高尔夫球场、健身中心、SPA会所、艺术剧院等场所同样可享受贵宾的特别待遇。

何萍:现在郑州的一些商场为会员顾客提供的服务越来越多,经常会有一些针对会员推出的讲座,我就经常收到这样的邀请信息。商场在举办这些活动之前能否征求一下会员的意见?一厢情愿地举办活动往往不能真正迎合会员的需要。另外,商场十分注重与会员之间的沟通互动,是不是也可以组织会员与会员之间的互动活动?大家消费档次相当,应该都是志趣相投的人,可以建立一个小型人际圈子,聊聊消费体验,这对消费也会有促进作用。

打折超市

大商新玛特郑州金博大店

活动时间:3月20日至24日
活动内容:化妆品区所有品牌独家买赠;满900元送50元新玛特礼券;会员凭有效证件消减卡内积分5000分可兑换50元新玛特礼券;持第二届、第三届化妆品节期间购物发票单张发票满1500元赠送精美礼品一份。

正道花园百货

活动时间:3月20日至22日
活动内容:春装新品六折起;宝姿、资生堂、罗莱等品牌推广发卡刷卡满800返100元正道花园百货礼金券;购物满780元以上领取不同档次的礼品;化妆品、内睡衣、一楼男装可享5倍积分;四楼购物折后满2000元返200元四楼礼券;五楼运动休闲满300返100元运动区礼券;一楼化妆区满500元返50元化妆区礼券;三楼女装购物满1000元返50元鞋包礼券;活动期间VIP金卡会员购物即有惊喜礼品赠送;钻石卡、VIP金卡会员冲减2000积分,VIP银卡会员冲减3000积分可兑换奥斯卡大上海国际影城电影票1张。

北京华联

活动时间:3月20日~26日
活动内容:3月20日至22日,购买服饰皮具类商品,可用60元现金换100元礼券。3月21日,北京华联会员和广发银行、民生银行、奥斯卡大上海国际影院客户持卡现金购物满200元(高贵商品满500元)即可参加大抽奖活动,一等奖5名,各奖海尔电视机1台;二等奖8名,各奖时尚折叠车1辆;三等奖15名,各奖多样屋微波炉1台。抽奖时间为3月22日上午10:00。3月21日当天,凡广发银行、民生银行刷卡顾客或奥斯卡大上海国际影院会员持本人卡不计金额消费均可办理北京华联会员卡一张。

大商集团紫荆山百货

活动时间:3月20日至22日
活动内容:顾客在自然折扣基础上累计购物满260元以上(特例商品满520元以上)送共享礼一份;累计购物满526元以上(特例商品满1026元)送共享礼一份和价值26元店庆礼券一张;北门广场运动特卖会全场二折起。

正道中环百货

活动时间:3月20日至22日
活动内容:09新款春夏装全面上市,满300返120元;当日购物满380元以上即可获赠不同档级时尚礼品一份;纤、杜蒙、BOBYFOX等品牌当日全场独家特惠。

郑州百货大楼

活动时间:3月21日至29日
活动内容:2009年春季毛衫购物节开幕了,2009年毛衫新款展示推介,门前广场现场大型时尚毛衫表演及形象设计色彩搭配知识讲座和现场咨询;全场三至七折,冬款出清;羊绒类:鄂尔多斯、雪莲、鹿王、米皇、星星、羊毛衫;恒源祥、金利来、春竹、花花公子、褚老大、BOSS、都彭;郑百毛衫创意设计大赛;郑百毛衫卖场广告语征集。

郑州百盛购物中心

活动时间:3月20日至22日
活动内容:100当作200花;春品六折起;BOSS紫色狂想套盒原价560元,优惠价480元;詹妮弗套盒原价488元,优惠价400元;H2O满680元赠护肤7件套和精美化妆包;海洋全效修护组合(独家)原价1550元,优惠价980元;泊美满388元赠护肤中样套盒3支+精美首饰盒;罗蒙低至20元;玛亚诺一至四折;李宁二至六折;鄂尔多斯、鹿王、帕罗、雪莲特卖低至一折。

冯刘克 童聪 整理

紫百3·15活动期间零投诉

3·15国际消费者权益日,紫荆山百货推出了“三不怕”搜索行动和“满意365”行动。活动期间,紫百向社会再次重申“我们的商品质量不怕比,我们的服务不怕比,我们的价格不怕比”企业诺言,推出“三不怕”搜索行动:凡顾客对“三不怕”诺言内容有质疑,可至一楼客户服务中心填写“三不怕”搜索行动投诉单,并提供相关信息,即可获赠精美礼品一份,以此感谢顾客对紫百的热心及支持。自3月13日起,紫百全面启动“满意365”评议活动,邀请消费者对商品质量、商品价格、服务态度进行评

议,如果顾客有任何异议,紫百将在落实情况之后,迅速给顾客以满意的答复。

紫百在整个3·15活动期间,没有接到任何投诉,并通过评比服务明星,争当微笑大使,举行“微笑服务在紫百”等活动,全力打造一流服务品质,2008年被国家商务部评定为“金鼎百货店”。在“3·15国际消费者权益日”到来之际,中国商业联合会公布了在全国范围内评选的33家“2009年商业顾客满意企业”和32家“3·15荣誉企业”名单,郑州紫荆山百货均名列其中,成为河南省唯一获得两项殊荣的企业。 陈静

到欧凯龙买家具

无理由退换货期增至30日

3月15日是消费者权益保护日,欧凯龙四大家具连锁商场业内首推售后服务升级系列中的30日无理由退换货服务。

据悉,中原家具行业退换货制度一直以来执行的都是7日无理由退换货,欧凯龙四大家具卖场从今年3月15日起,全面升级了卖场售后服务工程,把无理由退换货期限从7日增至30日,同时推出欧凯龙对所售家具负全责、先行赔付,同城比价三倍退差等,在整个中原家具行业引起了轰动,更普遍得到了消费者的认



可。在欧凯龙金水路国际顶级家具馆购买沙发的刘先生非常赞同这一改变,他说,正是在报纸上得知欧凯龙售后服务升级,30日无理由退换货制度让他感觉在这里买家具更放心了。 周倩