



主持人 冯刘克/文  
本报记者 赵楠/图

商场的营销手段对销售业绩有着重要影响,在商场的竞争中发挥着重要作用。近年来,针对所有消费者开展的粗放型营销方式在郑州百货业已经失去了往日的光彩,而“精耕细作”的精准营销开始成为大家青睐的营销方式。锁定目标客户,细分市场,进行精准营销为商场带来的是成本的节约、资源利用的最大化和营销效果的大幅提升,势必成为新的发展趋势。本期“侃侃三人行”邀请大商新玛特郑州金博大店的负责人、相关专家和消费者三方代表,就精准营销在郑州商界的应用现状、精准营销的作用等方面的问题进行了探讨。

打折超市

大商新玛特郑州总店

活动时间:4月17日与19日  
活动内容:300个品牌满300送160(含60元餐饮礼券),部分品牌满300送120(含60元餐饮礼券);重磅品牌满额礼,满5000(特例满15000)送苹果音响,满10000(特例满15000)送苹果MP3,满30000送苹果MP4,满100000(特例满300000)送苹果笔记本电脑,满200000(特例满600000)送 OMEGA手表一块,满300000(特例满900000)送 VERTU手机一部;国际名品名表消费即赠150元美甲券,满8000再赠800元国际名品购物券(业种承担)。

百盛

活动时间:4月17~19日  
活动内容:MO&CO 100当200花,购任意一款赠精美手镯一只。SCAT 春装满200减100,夏装购任意一款赠精美礼品。思莱德(SELECTED)满588元+69元换一件服装。  
七匹狼,春款5折,夏装100当作200花,依恋内衣部分200减100元,朵兰帝低至2折,依伽依佳100当作200花,玛亚诺:2~4折,九牧王:全场2折起,黛安芬底裤19元起,文胸79元起。

郑州百货大楼

活动时间:4月17~19日  
活动内容:名品休闲鞋全场6折优惠,特价168元至298元,布莱希尔顿休闲鞋全场7折,声雨竹女鞋09新款7折优惠,部分5折,金利来男鞋7折,珠莉莱女鞋6折,苹果、老人头皮具7折,上海“紫澜门”系列服饰5至8折,武汉“卡兰迪”服饰7.5折,深圳“K3”系列7至8折,北京“美良”8折,台湾“缘”8至9折,深圳“嘉时莉”真丝系列全场6.8折,上海“恒源祥”全场5折,罗蒙、洛兹、虎都服饰全场8折,梵蒂士、步云全场6折,利郎5折起,九牧王9折,才子5折,伟志5折起。

正道花园

活动时间:4月17~19日  
活动内容:全场夏装新品六折起,持VIP金卡购物再享折上折;全场单柜购物满999元返100元化妆品专用礼金券;购珠宝送黄金、家电;活动期间购物即可参加抽奖活动(随微机小票产生,礼券限当日领取),礼券截止日期:4月23日,恒定今生购婚庆商品喜享3倍积分;3F女鞋全场180元起,夏款凉鞋低至五折;B1F家居百货满1000元返50元超市礼金券;5F购物折后特殊赠礼;活动期间,中国银联持卡人凭公务卡(卡号以628开头)可置换正道花园VIP金卡一张,刷公务卡满628元即可获赠真皮钱夹一个。

正道中环

活动时间:4月17~19日  
活动内容:2009夏款满280返100(百货通用礼券);中环珠宝折后满280返100+独家赠礼(参加商品柜内明示);金伯利:满5000元、8000元、15000元分别送电饭煲、电磁炉、微波炉,周大生:满1000元送不同档级礼品,金九福:满2000元、3000元、5000元分别送电话、豆浆机、佛摆件,戴梦得:满6999元送红珊瑚项链,吉盟:来即送精美礼品/满1000元送夏凉被,中环床品满280返100+独家赠礼:购馨亭婚庆系列送枕芯,购罗莱婚庆系列折后送婚庆礼包;购博洋婚庆系列特价488元;Oasis低至三折;OBO低至三折;卡蒙迪全场一至三折;卡佛儿凉鞋低至50元;童装大型特卖五至六折;博洋床品展促会三折起。

# 商场营销凸显精准威力

主持人:精准营销在现代百货业中经常被提及,你对精准营销有着什么样的理解?

**党玉玲:**精准营销是近两年出现在郑州商场的营销概念。精准营销的出现是与商品的同质化趋势、各个商场品牌差异化降低的趋势相关的。精准营销属于创新营销的一种范畴,可以用来区分客户,进行更为有效的针对性营销,同时有效的精准营销也是商场领先于竞争对手的一种方式。

**史璞:**精准营销的概念来源于精准生产,精准生产管理是一套先进而简单的生产管理方法,强调的是准时准点到达准定客户的产品生产或者服务提供。后来这一思路导入营销领域,强调选准目标顾客,准确把握顾客的需求,

了解不同顾客的需求特点,在适合的时间,适合的地点,以适合的方式为目标顾客提供适合的产品和服务。对于商业企业来说,要准时进货,准确进货,“准时”是要求根据季节时段适时进货,“准确”是要求按照消费者的需求进货。不仅如此,商业企业还应合理把握库存,上架商品进行合理布局。

**王新平:**我所理解的精准营销就是准确了解和掌握顾客的需求,建立个性化的顾客沟通服务体系,通过挖掘消费者的价值,实现企业利润的增长。精准营销趋向于营销活动的一种理想状态。

主持人:关于精准营销的作用,你是如何看待的?

**史璞:**精准营销是在市场竞争激烈到一定程度后出现的。细分市场的概念出现后,随着市场划分越来越细致,为了准确适应需求,精准营销就出现了。精准营销是一种营销方式,它有助于提升零售企业营销的效率和效益。另外,通过这种针对性服务的提供,提升顾客的满意度,零售企业还可以增强顾客的忠诚度,也就是说精准营销对提升顾客忠诚度有间接作用。

**党玉玲:**精准营销可以更好地满足消费者的不同需求,让消费者获得更好的购物体验,甚至可以激发消费者的消费潜力。对于商场和品

牌来说,精准营销可以用最少的成本获得最大的利润,产生较大的经济收益。其实,营销活动不一定非要优惠力度大,适合的才是最好的。比如一个消费者能够买起几十万一块的手表,那么抽奖活动对他肯定没有多大作用,因为他根本不会在商场里花很多时间等待一个抽奖环节,对他们来说,直接赠礼或者积分的吸引力更大一些。

**王新平:**如果一个商场能够做到按需服务,使顾客购物更方便,从顾客的需求出发做到满足需求个性化的一些营销的话,那么势必会增加顾客购物的体验和它的价值。

主持人:对于如何有效地实施精准营销,你有什么样的思路或建议?

**党玉玲:**这就要研究消费者的需求,对消费者的消费习惯和偏好进行深挖和探究,通过信息化的工具对消费者进行分析和细分。另外还要研究品牌的信息,包括品牌的销售情况、商品特征和适应人群,针对品牌的这些信息,量身定做营销的内容。与此同时,还要提升导购员的素质,消费者是不尽相同的,这就需要导购员能够根据消费者的差异提供不同类型的服务,更好地满足消费者个

性化的需求。

**史璞:**如果想有效地实施精准营销,需要多方面的配合,需要加强企业的内部管理,加强企业的信息化建设,进行充分的市场营销调研,提升服务品质,优化内部作业流程。

**王新平:**个性化的商品,良好的品质,以及合适的价位都是消费者对商品基本的需求。另外如果能给顾客提供多种多样的促销活动,合理的布局 and 陈列,能把商品的特性,以及它

的需求展示出来,同时提供完整的售后服务的话,这是消费者更高的需求。在这个基础上,是不是花费一定的时间就能够买到所需的商品,不要花太多的时间去等候,以及畅通多样的沟通等是消费者需要精准满足的需求。精准营销除了涉及到商品之外,还涉及到个性化的服务。举个例子说,比如,导购员的过分热情有时也会造成顾客的心理压力,如果是老顾客,情况就不一样了。

读报有奖

多提意见 共架桥梁  
4月10日读报有奖名单(第八期)

本报“读报有奖”由“长远手机连锁企业”提供价值20元的奖品。读者用手机短信或邮件编辑题号和答题序号(注:留下姓名),发短信至13203810263或fanwudi2005@126.com即可。答案在当日晚报B叠《第一商业》或《第一卖场》相关版面。有效答题时间截止到当晚8时。

中奖结果刊登在每周五《第一商业》或《第一卖场》“读报有奖”专栏中,读者也可拨打咨询电话(0371)66038399查询。获奖名单刊出后,获奖者需在7日之内持有效证件到位于郑州市德化街68号国际友谊广场负一楼“长远手机连锁二七旗舰店”领奖。逾期不领视为弃权。

本周“读报有奖”题:

- 1.海信蓝媒系列中的TLM47V88GP和TLM42V88GP,仅一个星期,就预售XX台。
  - 2.长虹乐·教液晶/等离子打个电话值50元,100元抵XX元。
  - 3.创维彩电“万人团购,酷开X折起”。
  - 4.大商新玛特明日开启五一活动,将连跨X个周末。
  - 5.上周六,“善行2009——援助200名花季少年大型捐助活动”在XX拉开。
- “长远手机连锁企业”温馨提醒,请获奖读者及时领取奖品。

晚报记者 樊无致

- 常华颖 0371650XX788
- 鲁凤琴 150931XX396
- 曹芳芳 150934XX873
- 王爱芹 136538XX980
- 符明冉 139371XX671