

力推夜场时段促销

新玛特郑州总店欲破淡季魔咒

每天三小时 聚合缤纷促销活动

此次夜场活动的第一波将持续到7月5日,7月6日将会开启夜场活动的第二波,在整个夏季为消费者带来清凉实惠购物的体验。在第一波活动中,每天的17:00~20:00,大商新玛特郑州总店针对重磅品牌,推出购物满1380元送150元现金礼券,单柜购物满额再赠享用美食和电影大片机会的活动。针对会员顾客,该店在夜场活动期间,特别推出积分抵值活动,最高5000分可兑换200元现金礼券,其力度达到活动之前的5倍。另外,商场还推出了特定品牌会员礼、会员顾客开卡礼等丰富多彩的赠礼活动,凸显出会员顾客的尊崇待遇。而针对团购客户和大单消费,商场的优惠措施更是显示出前所未有的力度,购买团购券满10万元可以获赠1万元现金礼券,大单消费满10万元可以获赠12000元现金礼券。

“这次夜场活动重点突出了两个字,一个是‘新’,一个是‘变’。”大商新玛特郑州总店副总经理李敏表示,“‘新’指的是营销模式的创新,我们提出了时段促销的概念。郑州百货业曾经有过分时段促销的尝试,但还没有一家百货店能够长时间、持续性地做这样每天固定时段的促销,这算是我们的一个创新。‘变’指的是活动组合方面的灵活多变,只有不断变化,给消费者带来新鲜感,才能对消费者产生吸引力。我们在这次夜场活动中,3个小时的时间浓缩了郑州商业领域中众多比较有特色的活动形式,包括新品优惠、品牌特卖、专场酒会、高倍积分等各种活动组合,可以满足消费者各种各样的需求,同时也避免了一味简单地打折、返券给消费者带来的促销疲劳。”对于夜场促销的优惠力度,李敏的看法是,“夜场时段营销有着很大的优惠幅度,商场把促销时间从以前的全天候压缩到了每天3小时,这大大降低了促销成本,商场可以拿出更大的优惠幅度,给消费者带来更多的实惠。”

过完五一,从6月份到8月份,百货业进入一个传统的淡季,这个淡季长达3个月,是全年最长的一个淡季。在这段时间内,高温天气阻挡了消费者的消费激情,同时也影响了百货业的销售业绩,成为百货业的一个魔咒。为了突破这个淡季魔咒,确保销售业绩的提升,从6月13日开始,大商新玛特郑州总店启动了夜场活动。此次夜场活动设在每天的17:00~20:00,共持续3个小时的时间。在这3个小时的时段内,该店通过开展大力度、针对性的促销活动,吸引消费者趁着夏夜的清凉到店内购物。据介绍,夜场活动开展以来,得到顾客的广泛认可,大商新玛特郑州总店的销售业绩比以前有了大幅提升,尤其是夜场时段,销售业绩比之前提升了近3倍,占到了全天销售业绩的75%左右。

晚报记者 冯刘克 许琳琦 文/图



多业态联动 打造消暑理想去处

李敏描述了一幅场景,“下班后,在凉爽的夏夜,一家人来到大商新玛特郑州总店,在舒适的环境中可以彻底地放松,悠闲地享用美食,看看电影大片,或者去健身,也可以选择实惠购物,绝对是一个消暑的理想去处。”

在这次夜场活动中,大商新玛特郑州总店充分发挥了多业态组合的优势,并实现了多重业态之间的联动。消费者购买百货可以获赠美食券和电影票,而美食、休闲、娱乐等业态又有自己各自的促销内容,保证消费者得到实惠消费的体验。

“小区域,大市场,我们推出夜场活动更看重商场周边的辐射范围。在这家商场附近,聚

集着众多的上班族、白领和商务人士,这些人白天工作繁忙,更习惯在下班之后购物。夜场活动正好迎合了他们的需求。”

为了保证夜场活动的顺利开展,向消费者传递全面的活动信息,大商新玛特郑州总店特意制作了一本精美的小册子,在这本小册子上完整地呈现了该店近期的所有促销活动,这本小册子通过邮寄、直投等方式送到消费者手中,消费者一册在手,就可以对这家店的近期活动了然于胸。据介绍,这种创新的形式将会延续下去,并会在这本小册子中加入生活信息、品牌信息等更多内容,为消费者提供更多方便。

坚守高端定位13年

正弘国际名店本月中旬再升级

7月1日,晴,高温天气笼罩郑州,二七广场少了些平日的喧闹。这些日子,李宏强很少待在办公室,而是天南海北地飞来飞去。中午时分,刚结束香港行程的他匆匆忙忙地赶到办公室,打点一下事务。作为大商集团正弘国际名店的总经理,近段时间李宏强忙于招商工作,频繁地接触一些国际名品的负责人。7月中旬,大商集团正弘国际名店将开启一个六星级商场的升级计划,升级后的商场在外立面、内部格局、整体档次方面都会有大的调整,更加凸显出高端定位和时尚风采。硬件设施的提升需要更多国际名品与之相适应,引进更多国际名品就成了李宏强近段工作的重点。

晚报记者 冯刘克 许琳琦 文/图

据了解,大商集团正弘国际名店的此次六星级升级改造将从7月中旬开始,历时3个月左右完成。在此次升级过程中,该店将对外立面造型、商场内动线布局和品牌进行调整,特别针对购物电梯、室内动线等方面进行重点优化。升级完成后,商场的形象将会更加高雅,商场通道将会更加通畅。

对于此次正弘国际名店的升级改造工作,大商集团郑州地区集团给出了非常明确的要求,那就是将这家店打造成为郑州市的“地标建筑”,将正弘赋予“旗帜”化的概念,并且要求新形象能够保证在8年内领先于地区市场建筑设计的发展,不落后。升级改造后的正弘国际名

欲建郑州商业新地标

店将成为二七商圈乃至郑州市的一处靓丽风景。该店甚至在和旅行社洽谈,要作为郑州旅游的一个人文景点进行开发。

为了保证本次升级改造的效果,大商集团正弘国际名店不惜重金,聘请了英国知名建筑设计事务所担纲设计,设计师将在升级过程中进行现场指导,以保证此次升级改造的整体效果。重装调整后的正弘国际名店将给这座城市带来全新的视觉、触觉、听觉感受,成为一个地标性建筑,这对提升郑州商业的形象也有着积极的意义。除此之外,这家商场还将给消费者带来前所未有的现代化奢侈品商场的全新概念和格局,新店的开业将在品牌组合与架构方面

进行优化调整,丰富业种组合,引进世界顶级奢侈品牌,力求为顾客提供更为丰富的购物体验,更好地满足中高端顾客的需求。

六星级的全新正弘国际名店还要有匹配于六星级硬件设施的软件。在经营、管理和服务方面,正弘国际名店将围绕“便捷、诚信”的主旨,在商场升级改造过程中,对一、二线员工进行针对性的培训调整,以期达到符合六星级要求的服务状态,给顾客创造一个贴心、舒心、顺心的购物环境。在品牌业种组合、服务项目实施、顾客双向沟通和营销模式等方面,正弘国际名店会将良好的传统发扬延续,同时也将采取全新的理念使本次升级达到理想状态。

高端精品定位再提升

正弘国际名店自1997年1月18日开业至今,已经走过了近13年发展历程,在这13年中,这家商场坚持走“高端精品”的道路,对河南消费者的物质生活与精神生活有着很大的影响,推动了人们消费意识、品牌意识的不断提升。之前,正弘国际名店在硬件及软件上曾经进行过两次大规模的调整,不管是世界一线品牌的加入还是新服务项目的增加,都不同程度满足了当时的顾客需求。随着时间推移,这个商场在硬体结构、场内布局及品牌构成方面都已不能满足顾客的需求和大众对于高端精品百货的认知。正是基于这种原因,正弘国际名店筹划了此次六星级升级改造,这次改造是建立在满足市场、顾客需求的基础上进行的,也顺应了时代发展和城市精神文明进步的要求。

长期以来,正弘国际名店的发展受到了商场经营面积的限制。在这次升级改造中,商场

的经营面积将有所增加,并会更加充分有效地利用有限的空间。在该店负责人看来,这种面积的限制也可以转化成优势,“正因为如此,我们可以将品牌、服务做得更细腻、更精准,这也是同行业其他商场所不具备的,品牌和服务成为我们的亮点!”

“坚定不移地走精品百货路线”是正弘国际名店经营的指导方向,无论何时都不会改变,而且还将在这条路线上下大力气做好。此次升级改造将会更加增强其在高端定位的话语权。该店负责人表示:“我们将一如既往地同行业内部率先领先引进世界顶级品牌,给大家全新感受。我们致力于将正弘国际名店打造成为河南高端百货行业的‘标杆’企业,升级后的商场将具备达成这一目标的基础保障,同时,我们希望通过这次升级,正弘能够被符号化,更好地代表郑州乃至河南新时代百货行业的形象。”

