

关注郑州商场、超市夜市报道(四)

交通一路欢歌

## “夜经济”实现“一招三赢”

“延长营业时间后,一般晚上八九点钟是我们的销售高峰。但目前整个夜经济销售还没有达到最理想的状态,相信延长公交夜班车时间后,将会进一步刺激郑州夜经济的发展。”丹尼斯百货新闻发言人徐祺说,目前的确有不少导购或逛街的市民,因为延长了营业时间出行不便。建议公交公司开通更多班次的公交,或延长末班车时间。

晚报记者 樊无敌 冯刘克/文 赵楠/图



## 夜班线路加密运营班次 启动“夜经济” 政府要引导

“延时营业以来,郑州市各商家纷纷推出夜场促销活动,从打折到送礼品,花样层出不穷,商家的夜间促销更让很多女性顾客欲罢不能。”

“目前他们只有搞大型活动或夜场时,才会为员工提供夜班车。”大商新玛特郑州总店营销部的一位工作人员表示,公司员工共有1000人左右,两班倒,夜间工作的最少也有500人左右,营业时间延长后,这些人以及一些市民的出行的确有问题。

“不过,目前我们正在做调查,将来会根据线路人流量的大小等因素,适当调整若干线路的行车时间和发车频率。针对有些加班的人,我们也正在做通宵公交的论证,将来会随着夜经济的发展 and 市民出行需求的加大,在郑州推广实行。”赵清海分析说。记者在郑州公交网看到,从8月3日,郑州公交公司在7月6日对38条公交线路末班延时的基础上,从8月1日~10月10日起,

将对13条公交夜班线路在活动期间加密运营班次,而且发车间隔调整为每10分钟一班次,加密运营班次,共增加80个车次。夜10点40分,在802路公交车上,年轻的女乘务员忙得不可开交,她一边照应着车上的乘客,一边高兴地对记者说:“夜班车乘客量不亚于白天。”

夜间出行的市民多了,公交车司乘人员笑了,出租车司机们也乐得合不拢嘴。出租车司机牛辉深有感触地说:“‘夜间经济’的启动,给我们出租车司机带来了新的商机,我今晚干了不到3个小时就收入150多元,以往只有在过年过节时客源才这么好。启动‘夜间经济’,非常好,政府要大力引导,争取把郑州的夜经济搞得如广州那么红火。”

晚10点30分,繁华的二七商圈灯火通明,车辆和行人依然往来如梭,绿城郑州的夏夜变得更加绚丽多姿。

## 延长公交运营时间 启动“夜经济” 公交需先行

晚10时10分,记者来到新玛特郑州总店,刚刚买完东西从商场里出来的马先生告诉记者:“现在的郑州,夜间消费更方便了,夜生活更丰富了。以前,下班稍微一晚,晚上想逛逛街、购购物,根本找不到地方,大的商场超市天没黑就关了门。现在这么晚了,商场里还灯火通明,到处都是一派繁荣景象。”

夜间工作时间的延长,却为不少商场导购人员和消费者带来了诸多不便。对于商家的呼声,郑州公交总公司企业文化部部长赵清海表示,7月份公交公司才刚刚延长了39条线路的夜班车行车时间,就是针对几个商圈延长营业时间特别调整的。

然而,记者在采访中发现,之前调整延长的38条公交线路,并不适用于各大商场、超市的夜经济时间。大多线路的末班车到达终点站时间为晚上8点半到9点半,只有极少数线路在10点。而在商场下班时间晚上10点30分及以后的公交车,只有从汝河路和伏牛路交叉口的世纪联华到兑周水厂的52路

一条线路。

启动“夜经济”,公交必须先行。市区部分公交线路延时运营,究竟给市民出行带来了多少方便?张力和刘红夫妇都在陇海路和伏牛路上班。记者看到,已是晚上10点,张力拎着从世纪联华刚购买的大包小包的日用品,正携妻乘车回家。他告诉记者,以前,52路车最晚是9点30分,即使朋友请吃饭也是匆匆忙忙,更别谈在单位附近购物、逛街了,现在乘坐52路车则可直接到家,再也不用为晚上回家时没有公交车发愁了。

“公交车延长时间后,虽然公交司机辛苦了一些,但公交延时将进一步刺激夜经济,所以比较起来,适度延长公交运营时间还是划算的。”对于商场导购人员的这些困难和想法,河南商业协会副会长何宏剑分析说。而郑州百货大楼董事长兼总经理朱赵霞指出:“延长公交夜班时间,绝对是件好事,不仅为商场导购人员提供方便,也为来此消费的市民带来便利。”

淡季营销寻求常态化

## 新玛特郑州金博大店创新营销思路

“在商业的传统淡季里,我们每天选择一个商品品类,针对这一商品品类进行营销,并把这种营销模式固定下来,每周定期开展。比如周一、周二,针对女装、女鞋开展‘窈窕芙蓉花’的活动;周三针对会员顾客开展‘尊享会员日’活动;周四针对运动休闲品类开展‘全家high翻天’活动。”大商新玛特郑州金博大店负责人表示,“通过固定这种商品品类日活动,我们希望在淡季中形成营销的常态化,让消费者形成思维定势,从而达到针对性提升销售的目的。”

在今年的淡季营销中,大商新玛特郑州金博大店通过营销思路的创新,使营销活动呈现出常态化、丰富化、精准化的态势。这种营销模式的创新也得到了消费者的认可,适应了夏季市场的需求,为提升该商场的销售业绩贡献了很大力量。晚报记者 冯刘克 许琳琦 文/图



## 营销创新 变被动为主动

从今天开始,大商新玛特郑州金博大店将继五一大型营销活动之后推出了一个大动作。此次活动将一直持续到8月23日,优惠的力度也将达到一个全新的高度。其中礼券换购是活动的一个亮点。消费者可以根据所购商品品类的不同,在购物之前拿现金换高额礼券,然后用礼券进行购物消费,消费者在现金换礼券的过程中可享受到最高200元换500元的优惠措施。通过这种现金换礼券的活动,可以让消费者得到更多的实惠和方便。“礼券换购的优惠幅度其实是很大的。目前正值夏季商品出清、秋季商品上市的时节,又是零售业传统的淡季,商场迎来的散客较多。如此大力度的活动正是针对这种市场状况推出的,希望能够借此吸引更多人气,提升销售。”

在该商场负责人看来,现金换礼券活动是一种营销模式的创新,改变了以往商场返券的形式,将原来顾客购物后才能返券的活动进行

了升华,礼券的返还从售后提前至售前,而且这种礼券没有限购的制约,消费者不会面对类似“购买160元商品限使用100元礼券”限收的问题,而是亮出了不限收的利剑。这种创新为消费者提供了更多方便,消费者的购物流程变成了“挑选商品→确定专柜收券面值→换券→至柜台消费→剩余礼券退还现金”,从这个流程中可以看出,消费者在返券环节中由被动变成了主动,可以先选择商品,然后根据需求换券进行消费。另外,这一措施设置了剩余礼券退还现金的环节,保证了消费者手中没有多余的礼券。

除此之外,这次活动中还包括“级数赠”和“欢乐刮刮卡”环节。活动期间,消费者在该商场购物满一定金额,就可获赠相对应的礼品。在品类日活动中,该商场针对少女、少淑、男装等品类推出了超值加价购的内容,为了提高此档活动的吸引力,还设置了欢乐刮刮卡环节,奖品涉及笔记本电脑和时尚移动硬盘等。针对会

员顾客,该商场推出了“会员礼品超值兑换”,每周三,会员顾客都可以在会员中心以七折优惠分值兑换礼品。

## 精准投入 有所为有所不为

“我们的营销思路是在稳中求创新,突出与其他商场的差异化。有的商场在开展时段营销,我们就避开时段营销,推出了品类营销。在品类营销中,每天找出一个品类开展针对性的营销活动,因为每个品类都有自己的产品特点,这些品类所面对的人群不同,购物习惯也不相同,我们就针对这一品类消费人群的消费特点设置营销内容和方式,所以就具有更强的针对性和更好的营销效果。”大商新玛特郑州金博大店负责人表示,“通过这种分品类的营销,把整合的资源根据品类的特点进行了很好的分配,从而实现了精准投入,也找到了适合供应商、适合消费者、适合商场自己的营销模式。”

进入淡季以来,消费者在百货方面的购买力明显下降,如何应对淡季,让淡季变成非淡季,甚至可以打破常规,把淡季变成自己的旺季,大商新玛特郑州金博大店对此进行了市场调研。通过调研,该商场对消费者的心理有了很好的把握,然后根据自己的业态和定位,分阶段、分类别进行品类日营销,将淡季销售刷新成旺季销售。

结合季节特点,大商新玛特郑州金博大店在活动中突出了夏日的清凉概念。在其抽奖活动中,融入免费旅游度假、冲浪等奖项,让这个季节的营销更显“清凉”特色。与此同时,该商场还制作了DM手册,通过这个手册集纳众多促销内容,让消费者一目了然,也全方位照顾到了消费者的购物时间、情绪,从而提高了服务质量。为了让消费者享受到一个轻松舒适的购物环境,该商场在硬件设施和软件设施方面都在不断的提升,如在炎热的夏日,商场各个品牌专柜加置了纸巾和冷饮,使消费者能够体会到宾至如归的感觉。