

延伸服务理念 提升品牌内涵

金博大店打造二七商圈“秋季导航仪”

虽然已经立秋,可白天天气依旧闷热难耐,但是郑州各大商场还是在橱窗里早早地摆出了今年秋装的最新款。记者走访时发现,几乎有半数服装品牌都已经“换季”,纷纷把秋装搬上货架。

8月18日上午,记者来到大商新玛特郑州金博大店,虽然这一天是周二,而且商场刚刚开门营业才20多分钟,但前来金博大店购物的消费者川流不息,而且人还越来越多,完全没有淡季商场的那种萧条场面。“这只是商场今天刚刚开始营业,如果放在夜晚或者周末,工作人员会比这多数倍。”带记者在商场采访的工作人员介绍说,“在今年的淡季销售中,大商新玛特郑州金博大店通过调整营销思路,使商场的营销活动呈现出常态化、丰富化、精准化的态势,取得了良好的效果。”

晚报记者 樊无敌 许琳琦 文/图



倡导时尚 精准把握今秋潮流

立秋已经过去10多天了,白天虽然还是比较炎热,但夜晚却变得比较凉爽。这时人们开始考虑并关注秋天的服饰了。今秋流行什么服饰?记者在大商新玛特郑州金博大店看到,随着秋季渐渐步入我们的眼帘,简约、复古成为今秋服饰主要时尚潮流。“随着整个季节的变迁,在现在秋品上市阶段,商场主动出击,提升传统节日延伸爱的浪漫,并继上周现金200换500起7档大力度活动之后,进行多个重点营销,来引领秋季商品最前沿。”金博大店营销部的负责人介绍说,“之所以推出如此大幅度的让利活动,是通过考察市场份额,了解顾客需求等因素后才做出的决定,我们的目的是把金博大店全新打造成二七商圈的秋季导航仪。”

记者看到,随着秋装的上市,有五成以上的服装品牌都换上了秋装系列,在“夏末出清”和“新款上市”的双重促销攻势上展开了消费者争夺战。“秋季商品的上市,引领时尚的前沿,在把握了重点顾客的同时,我店选取了重点品类的秋季新品来作为回报广大会员。”金博大店负责人介绍说:“此次重点品类秋季新品的选取上,

我店区别于其他商场,以黄金珠宝、化妆品及重点服饰品类为主导,让顾客在购取黄金珠宝重点品类的同时,一样可以得到力度相当大的实惠,打造出重点节日,重点顾客,重点品类,重点营销的新创新理念及思路,并在品类的推广上适应我店在重点节日上的大投入。”

记者注意到,精明的消费者还是发现今年的秋装似乎延续了今年夏天中档服装的涨价趋势,部分品牌价格有所上调,使得不少在试穿新款秋装的顾客表示,同样的价格,前两年消费的是高端品牌,今年却只能屈尊试穿大众品牌。“针对这种情况,我们推出了种种优惠活动。其中品类营销就是活动的一个亮点,消费者在选择上有了主观能动性。”金博大店负责人强调指出:“通过我店在营销思路上的创新,以大型商场营销活动来带动楼层业种活动及各重点品类活动,来回馈于广大消费顾客,细化到了品牌的真情回馈,让消费者得到真正的实惠。”

延伸理念 提升商场营销策略

“价格大战”已经不再是商场增加竞争力的“王牌”。今年以来,郑州不少商场都斥巨资提升

了硬件、软件环境,但大商金博大郑州新玛特店却在如何提高差异化经营,延伸服务理念上下工夫。

“怎么做才能更好地赢得市场,成为消费者发自心目中信赖的商场,是每一家商家都必须认真思索的问题。”谈起大商如何在夏天这样的淡季能够取得良好的销售业绩时,业内资深人士这样讲到:“作为一家百货商场,要得较好的经营业绩,就要适合当地百姓的消费需求,明确自己的经营思路,有自己的独特之处。”

对重点顾客进行营销就是金博大店淡季取得良好销售业绩的秘诀之一。“突出重点、精准营销,真情回馈于我店会员顾客,上周无论是品类日活动还是我店整体性活动,都同样给予了我店会员一个相当丰厚的回馈。”金博大店负责人介绍说,“本周在延续了上周夏末出清活动后,介于秋装新品的上市阶段,我店在此次活动中根据一些重点品类,针对了重点顾客——对换季新品敏感的顾客,作以大力度的回馈。”

搞好节日活动是金博大取得良好销售业绩的另外一个因素。“说到重点节日,就是七夕。作为我国的一个传统性节日。近年来大家一提到情人节,都会想到2月14日,并成为了世界的节日,而对于我们中国自己的节日,大家似乎淡化了,那么在这七夕传统的中国式情人节中,我店进行全力推出情牵秋意之约七夕,闹七夕,赏新品活动,来提高中式情人节在广大民众心中的分量。”

在每次的营销活动中,金博大店还十分注重整体的商场节日氛围,无论是在中厅的吊旗,还是各个品牌的海报等地方,将融入节日的气息,给广大顾客创造一个浪漫氛围。该负责人介绍说:“在上周夏末出清活动开始期间,商场在氛围活动上,注入了新的创新理念,为响应大商集团郑州地区集团、地区集团党委的号召,组织开展了‘庆祝新中国成立60周年爱国歌曲大家唱’比赛活动,并结合各业种品类日活动及商场夏末出清活动(现在活动进行中),在7月14日活动开始的第一天,我店将比赛现场设置在了1楼中厅,增加了现场的活动氛围,聚集了人气,提升了商场的亲和力。”



24万元的表,一天卖了3块

乖乖,哪个商场这么牛气? 答案:大商郑州新玛特总店

“就这块表,我们一天就卖出去了3块。还有很多顾客专门跑过来看这块表呢。”昨天,在大商郑州新玛特总店,万宝龙专柜的销售员指着报纸上的广告图片说。记者看到,这块表标价为240430元,与其同排在一起的,还有价值257000元的劳力士表,价值284710元的谢瑞麟项链。

“今年我和爱人结婚10周年,我想买块表在七夕节的时候送给他,又尊贵又浪漫,我觉得他一定会喜欢。”一位正在选购手表的女士有些不好意思地说。

晚报记者 梁冰/文 焦天海/图

为买礼物,从洛阳奔赴新玛特总店

从昨天开始,新玛特总店在省会各大媒体打出了广告,在广告内容中,新玛特总店推荐了12款精品礼物。包括劳力士手表、VERTU手机、万宝龙笔和手表、PAL ZILERI套装西服以及WMF套装厨具等,这些礼物都价值不菲,最高的价格有28万,最低也要4200元。

虽然价值不菲,但广告一打出,马上便吸引了众多消费者的注意。昨天中午,PAL ZILERI专柜的销售员接待了一位来自洛阳的消费者,这名消费者是一位公司的老总,他一到广告,马上便驱车来到新玛特总店购物,他说:“这个店推荐的礼物都很高档,也很有品位,我决定在中秋的时候挑些礼物给客户。刚才转了转,感觉非常好。”

还有些消费者纯粹是出于好奇来的,这些消费者都想看看,到底这些价值不菲的商品长得什么样子。一位顾客在VERTU手机的柜台,听销售员讲着这个品牌的历史,讲着该品牌手机的精良制作等,他赞叹不已:“手感非常好,刚才销售员讲,这个手机是纯手工制作,这跟现在流水线生产的手机一比,简直太难得了,我觉得



买回去可以当传家宝。”

“我们卖的不只是货品,我们卖的还是生活品位,我们一楼有全球49个品牌的国际名品,这些名品很多在郑州都是独一无二的,在中秋的时候,在七夕的时候买来送客户、送家人,最合适不过。”新玛特总店营销部部长张健说。

逛了半个城,终于找到订购运动服的好地方

随着教师节、中秋节、国庆节等一系列节日的到来,秋天的脚步也慢慢地近了,很多单位开始了庆国庆、唱红歌活动,需要统一的服装,还有的单位开始全员健身,为员工们订购运动服,但是,要想找到质优价廉的服装还真不是易事,市场上很多小厂家做的服装不仅做工次,样式也差,员工们穿一次就不穿了。这

几天,郑州某医院负责为单位合唱队采购的李先生就正在为此事发愁,他已经跑了半个郑州,还没有找到合适的。

昨天,一朋友向李先生推荐了新玛特总店的统一采购,李先生很快便和新玛特总店进行了接洽,目前,已经和一品牌达成了统一采购协议,李先生将一次性订购该品牌的800套男女礼服。李先生表示非常满意:“在这里订购服装,质量有保证,而且样子也好看,搞完活动,大家还可以继续穿,穿出去也不落伍。”

需要提醒李先生的是,在新玛特总店进行统一采购,还有意外惊喜,采购够3万元便可送价值3000元的周末福首饰,满5万元送价值6000元的WMF套锅组,买得越多送得也越值钱,满29万元可送价值39500元的VERTU手机一部。

买进消费券和团购卡,买来格调生活

目前,新玛特总店还推出了消费券、团购卡的优惠,先去买消费券、团购卡,再去购物的话,全场商品包括刚上市的秋品,包括平时从不打折的品牌,都可以打九折,购买满20000元可以送2000元现金礼券,购买满100000元可以送10000元现金礼券,这个活动让团购中心的电话线一时堵塞起来。

“你们的电话怎么一回事?总是占线,我打了一上午电话才打了进来,我就是想先确定下这个活动是否属实。”一打进电话,自称周女士的顾客便长舒了一口气,当听到接线员告诉她确实如此时,她在电话那端惊喜地说:“太好了,我马上过去买。”说完便挂断了电话。

不一会儿,记者在团购中心见到了周女士。周女士说,自己是一位政府机关的处级干部,平时就喜欢来新玛特总店逛,但很多秋品现在不打折,自己虽然不缺钱,也知道各大商场的秋品基本上都不打折,但是就想图个心理安慰。现在有这个活动,正好满足了心愿。她说:“这个店相对来说环境好,品位高,我看还有‘卖房,卖车,卖艺术’,马国强、谢冰毅、唐玉润这些老师的精品佳作都会在这里展出,我一定要看看,很有品位。对我来说,是买车,买房,买艺术,更是买生活品位。”

与周女士有相同想法的市民很多,从该店消费券、团购卡的销售中可见一斑,据该店团购中心工作人员介绍,活动广告打出后,电话就响个不停,中午都顾不上吃饭,为了更好地为顾客服务,还专门抽调人员来“支援”。“市民不是傻子,都能看出这个活动很优惠,如果有看上的平时不打折的商品,现在可要抓紧时间来了。”该店营销部部长张健说。