

钟表文化节搭台,众多品类唱戏

郑百钟表文化节拉动商场整体销售

本周尾货夜场展销、天骏表巡展登场



手表过节 拉动整体销售

“在这次钟表文化节中,不但手表的销量有提升,其他品类商品的销量也均有不同程度的增长。尤其是与手表销售区域邻近的珠宝销售区域,销量增长更为明显。”郑州百货大楼明牌首饰专柜的张东玲说,“钟表文化节开展以来,商场的客流量大增,这些客流并不单单是买块手表,他们还会逛逛其他楼层和区域。因为我们跟手表销售区域离得比较近,所以就近水楼台先得月,共享了大量的客流,取得的收益也更大一些。”

张东玲介绍说:“这段时间,销售比较好的是结婚对戒。明牌作为一个时尚品牌,一些款式新颖的结婚对戒非常受欢迎。配合钟表文化节,我们提前备足了货源,也推出了一些促销活动,比如特价款、打折等,提升销售的效果非常显著。”

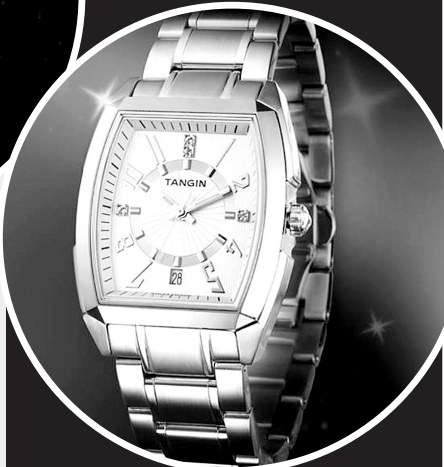
“一个品类搭台,全部品类唱戏。钟表文化节看起来是针对手表举行的活动,其实它对商场的整体销售都有带动。一方面钟表文化节吸引了众多的客流,这些客流也是其它品类商品的潜在消费者;另一方面,手表进行促销,其他品类也趁机推出幅度很大的优惠措施,从而刺激消费,拉动整体销售的增长。”郑州百货大楼总经理助理张清红说。

据介绍,在七夕情人节当天,郑州百货大楼第三届钟表文化节还特意为消费者准备了情人节专属赠品,并推出情侣手表和情人节特价手表。另外,凡是当天在郑州百货大楼购买手表的消费者还获赠了一张写有祝福话语的温馨卡。这些凸显人文关怀的活动细节得到了消费者的欢迎。

“第三届钟表文化节的效果确实有些出乎我们意料,作为此次文化节的主角——手表的销售得到很大提升,同时通过文化节的带动,商场的人气大增,其他品类商品的销售也都有所增长。”郑州百货大楼洗化珠宝商场经理张跃军表示,“可以用‘受追捧’这几个字来形容此次活动。首先是受到消费者的追捧,活动推出之后,面对优质的产品、优惠的销售政策,众多消费者慕名而来,商场里人流不断,人们购买手表的热情倍增;其次是受到手表品牌的追捧,众多手表品牌都非常支持文化节活动,积极配合,增加货源,推出新款,实行优惠销售政策,尤其是看到活动效果之后,许多手表品牌又追加了很多促销内容,拿出足够的力度来支持活动的开展。”

从8月8日开始,秉承手表经营方面的优势,郑州百货大楼、郑州维多利亚钟表贸易有限公司和国内外知名品牌的经销商联合推出了主题为“表·真情”的第三届钟表文化节。第三届钟表文化节将持续到9月10日,共开展34天。活动推出之后,郑州百货大楼的手表销售节节攀升,活动内容和形式日渐升级,带动商场的整体销售进入一个旺季。此次钟表文化节的活动内容十分丰富,包括了优惠促销、手表品牌巡展、免费手表服务、助学等诸多环节。从本周开始,手表尾货夜场展销和天骏表巡展活动将登场,为钟表文化节增添更多的亮点。

晚报记者 冯刘克 周倩/文
赵楠/图



结合夜场活动 手表尾货展销

“一些手表款型卖得剩下3~5只,新品上市的时候就把这些卖剩的手表收到库房,这些库存就形成了尾货。经过一段时间的积压,几乎每个品牌都有不少这样的尾货产品存在。”张跃军介绍说,“看到钟表文化节的效果不错,厂家和经销商就想增添更多的活动内容,丰富活动的内涵,挖掘文化节的潜力,形成新的消费吸引力。厂家和经销商的想法和我们的想法不谋而合。经过协商,各个品牌准备将库房中的尾货在郑州百货大楼进行一次集中展销,所有尾货都实行特价销售,从而进一步拉高销售额,提高品牌知名度。”

据了解,这次手表尾货展销响应政府拉动“夜经济”的号召,全部利用夜场时段开展。时间就设在本周五、周六、周日三天的晚上6点至10点。在这次手表尾货展销中,郑州百货大楼的手表品牌基本都参与进来,手表档次涵盖高、中、低档,商品价格从50多元到1000多元。

“每天晚上在一楼大厅摆出8到10节柜台,全部卖手表尾货。这些手表尾货与正价商品的质量是没有区别的,只是因为新品上市才积压下来。在这次尾货展销上,这些手表的价格将全部大幅调低。”张跃军说,“一些有怀旧心理的消费者往往会对某一手表款型念念不忘,这次的手表尾货展销将会满足这部分人群的心理,让他们重新见到这些经典款型,并可以极低的价格购买。”

“这次尾货展销是一种尝试,目前在全国好像还没有举办过这样的活动。厂家对此次活动都非常支持,各个品牌都积极配合,将自己库房中的尾货纷纷调到我们的商场,并为这些产品定了极低的价格。如果此次活动的效果比较好,我们将提供更大的舞台,汇聚更多的产品,在随后的时间持续开展尾货展销。”张跃军说。

天骏表巡展 新款、特价齐上阵

本周,郑州百货大楼迎来了瑞士天骏表的巡展活动。“这次巡展活动本来计划在今年10月份举行,但是看到郑州百货大楼的钟表文化节办得比较成功,人气非常高,手表的销售形势比较好,我们就把巡展提前到现在,也算是配合一下文化节的活动。”瑞士天骏表陕西河南办事处区域经理潘建朋表示。

据介绍,在天骏表的巡展活动中,包括新款展示、品牌宣传和特价促销几个环节。其中,特价促销的手表款型都是直供的产品,在其他商场则无法享受到直供产品的优惠价格。“其实对于手表品牌来说,是不希望做特价活动的,但是面对钟表文化节这样好的提升销量机会,我们还是精心准备了优惠幅度很大的促销活动。”潘建朋说。

在这次天骏表巡展中,天骏表雍容华贵的尊耀系列、平静内敛的慧心系列、运动风尚的力霸系列、儒雅风华的智雅系列、简约硬朗恒朗钢系列以及特别版珍藏系列的众多表款都将亮相。

在上周的手表品牌巡展活动中,飞亚达首先登场,并取得了不错的效果。此次活动由于在宣传和推广方面做的极其到位,活动现场异常火爆,早上一开门柜台就围满了人,公司接二连三的加派人手。此次巡展很好地完成了既定销售目标,销售同期增长200%以上,让更多的消费者了解到飞亚达品牌的独特性及近年来的品牌之路,更重要的是品牌形象得以深入人心。飞亚达钟表区域销售负责人李鹏表示:“近年来,飞亚达在紧抓市场需求的前提下,提高销量,取得了不俗的成绩。此次巡展中,我们公司各方面全面配合,积极运作,在提升销售的情况下,并未放弃品牌形象的提升,我们的产品、宣传以及巡展促销都对消费者传递着同样的声音,那就是——锐意进取!”此次活动飞亚达重点展示的新品包括摄影师系列、印象城市系列、飞亚达航天系列表款,以及金佛表等具特殊设计理念的产品。



郑百迎国庆激情唱“红歌”

为了迎接建国60周年的到来,8月26日,郑州百货大楼在门前广场举办职工“红歌会”,高唱爱国歌曲,抒发爱国热情。

对于此次“红歌会”,郑州百货大楼十分重视。活动现场,郑州百货大楼的职工进行了分组比赛,并根据精神面貌、合唱质量、组织效果等项目进行打分,最终得分最高的三个队分别为业务、六楼支部联队,洗化珠宝、鞋帽支部联队,后勤、储运支部联队。

晚报记者 冯刘克 陈静 文/图