

9月,翩跹而至。相比酷热的暑期,时下秋高气爽的天气似乎更适宜人们到户外运动,天时、地利使9月成了一年中最美好的出游时机之一。

既然是人们锻炼、远足的最佳时节,“嗅觉”敏锐的商家自然不会错过这一商机。从9月10日起到9月20日,大商郑州新玛特总店将推出名为“运动风暴”的大型营销活动,掀起一场运动休闲商品的低价风暴。

本报记者 梁冰/文 赵楠/图

9月,运动休闲好时光 新玛特总店上演10天“运动风暴”

运动风暴 劲舞10天

起,该店五层的运动服饰专区隆重推出了“运动风暴”大型营销活动。据悉,该楼层全区服饰2折起;新上市的秋装新品也将一展风采,当日购满499元还有150元现金券赠送,让消费者尽享折后优惠的超值感受。

此外,购买该商场的重磅运动品牌商品满

3000元就会获赠2009年特供野营装备,价值600元;会员购物还会有10到30倍的高倍积分,积分也能当钱花,尝过这种甜头的消费者想必对此会很感兴趣。

看到新玛特总店正在进行的10天“运动风暴”活动,陈凯和众驴友的心里真是乐开了花,他们商量,今天就去该店淘宝购物。

精准营销 迎合需求

在商家的传统营销模式里,每年的五一、十一等重点节日自然是不可缺席的大日子,而对于日常营销而言,唱好四季歌,做好各季节服饰的上市和出清营销也是必做的重点功课。9月的郑州,秋意宜人,商场的夏出清已基本结束,秋装上市进入高潮,加上这正是一年中的“淘金季节”,巧立名目的精准营销也就成

为商场的首要选择。

秋高气爽,正是运动、旅游的好时候,明朝文人高谦就写赋表示“秋则凭高舒啸,临水赋诗”,这种“萧骚野趣,爽朗襟期,较之他时,似更闲雅”。新玛特总店适时推出了“运动风暴”,宣布全场运动服饰2折起,折后还可享受优惠,想必可以迎合不少喜爱运动的消费者的需求。

低价优惠 “贵族”不贵

丽在郑州另一商场的“撤柜”风波,可见一线运动品牌的促销很是难得。新玛特总店一位营销部人士私下表示,其实耐克、阿迪达斯在许多一线城市的百货商场已经不再被列入精品百货,而是归入大众百货,如果固执地不进行打折促销,不符合市场潮流。此次该商场的“运动风暴”,相信会让郑州消费者享受到前所

未有的优惠。

据介绍,此次营销活动,新玛特总店选取了重点品类的秋季新品来回馈广大消费者,以运动服饰、野营装备等重点品类为主导,让会员顾客在运动服饰、野营装备的同时,一样可以得到力度相当大的实惠,同时也打造出该商场的重点品类、重点顾客、重点营销的创新理念及思路。



最近,喜爱运动、旅游的陈凯一直在和他的驴友们“策划”着出游的事情。路线、邮资一一确定,最后还需一些必要的装备,比如运动服、登山鞋、手套、帐篷……算下来,这也是一笔不小的开支。

一直以精准营销著称的新玛特总店似乎深谙“陈凯一族”们的需求,自9月10日

与此同时,新玛特总店门口广场的运动服饰特卖会也在热烈进行,耐克、阿迪达斯、彪马、锐步等均2折起售,捷安特自行车的限时特惠也即将进行。另外,新玛特总店还号召攀岩族、骑行族、暴走族、自驾族等各类喜爱运动的人群携手该店招募会员、举行出发仪式,一场运动服饰的“盛宴”已经摆好,就等人们的参与。

不知从什么时候起,随着一些商场取悦高消费群体的目的越来越强,连运动休闲装也变得越来越“贵族化”,打折这种正常的促销在国际一线的运动品牌身上都很难看到了,导致普通工薪一族越来越消受不了知名运动品牌。

就在今年五一营销期间,新玛特总店几个运动品牌的促销还曾经引起过震动全国的百

北京华联启动7周年庆典

北京华联进入郑州市市场七年来,围绕“青春、时尚、活力、激情”的定位,坚持“一切以顾客为中心”的理念,稳健发展。近年来,北京华联的企业品牌形象不断提升,经营业绩逐年稳步增长,实现了较好的经济效益和社会效益,为郑州商贸城的建设作出了应有的贡献。

9月份,北京华联郑州商厦将迎来开业7周年的日子。该商场经过精心策划,将在本周开启7周年庆典营销活动。此次7周年庆典的营销活动内容丰富多彩,相信会给消费者带来非常实惠的消费体验。而7周年庆典活动也是今年十一国庆营销的一个序幕,并与国庆营销有机衔接,整体活动时间将长达1个月,形成活动周期长、促销力度大、多环节互动的盛况。

冯刘克 陈静/文 赵楠/图



精彩活动缤纷呈现

为了回馈顾客7年来的支持与厚爱,9月11日起,北京华联连续推出四喜盈门大型店庆、国庆营销活动,活动时间长达一个月,是北京华联郑州商厦一年中比较重要的大型营销活动,这次活动将抢占金秋市场第一桶金。在此次营销活动中,秋季新品以应季以来空前的优惠幅度供消费者选购,同时配套呈现的还将有超值满额赠礼、华彩绽放大抽奖、卡友多倍积分等回馈活动,可谓惊喜不断,异彩纷呈。此外北京华联还将与银行、地产、媒体等多家联盟单位推出专为尊享顾客打造的专场营销盛宴活动,而针对北京华联的卡友顾客,更是连续推出卡友多重礼遇活动。为回馈大顾客的支持,9月11日至13日,北京华联又推出了凡当日购买团购卡、团购券及现金实物团购满5万元即送欧珀莱大礼包,满10万元即送戴尔笔记本电脑一台的重磅活动。

据北京华联相关负责人介绍,北京华联的此次店庆活动涵盖了众多的商品品牌,大约有95%的品牌参与其中,力度空前,为消费者带来真正实惠的同时,也为厂商的自我发展创造了良好的条件。值得关注的是,北京华联的店庆活动还得到了众多银行的鼎力支持,中国银行、光大银行、广发银行、中信银行等多家银行纷纷在北京华联内设立为刷卡购物的顾客馈赠礼品。银企合作推动消费,拉动内需,成为一大亮点。多重实惠当然更能博得消费者的认同,各种礼品将伴随“喜刷刷”的欢乐节拍让消费者度过一个愉快的假日。

拉开十一营销序幕

联店庆又适逢9月,这给北京华联提前启动十一营销、拉长营销战线提供了一个很好的由头。十一黄金周到来之前,北京华联郑州商厦抓住机会,及时启动营销活动,准备充分挖掘十一黄金周的消费潜力。

2009年在全球金融危机的背景下,零售企业站在了机遇与挑战的路口。“北京华联今年上半年与同期相比,销售增长幅度在10%~16%之间,特别是近几个月的增长势头强劲,这也增强了我们下半年取得较好经营业绩的信心。进入金九银十的消费旺季,

正值我们店庆,我们希望在回馈顾客的同时,更多地带动整个郑州零售业的成长。”北京华联郑州商厦总经理张晓霞说,“为保证此次店庆和国庆营销活动的顺利进行,我们要求员工们团结协作,从细微处入手做好服务工作,为消费者创造一个环境舒适、服务优质的购物场所。更重要的是我们要备足应季的新款,并以实惠的价格迎接每一位顾客。经过前一阶段的品牌调整,这次营销活动中将会出现第一次新装亮相的品牌,相信会给大家带来焕然一新的感觉。”

实际上,每年的9月、10月本来就是销售旺季,在这段时间,消费者的购物需求将会得到巨大的释放。所以每年的十一黄金周都是商家的必争商机,而今年的十一恰逢新中国成立六十周年,加上传统节日中秋节与十一黄金周重合,更促使今年的十一黄金周成为商家一年中的营销高地。对于这样一个节日,北京华联郑州商厦十分重视自己将在其中取得的市场份额。经过7年的发展,北京华联在郑州形成了自己忠实的消费群体,对于这些消费群体,北京华联的回报是让他们获得实惠。北京华