

郑州商场十一促销战提前开打



今天,大商新玛特郑州金博大店拉开十一促销的序幕,将一直持续到10月8日,整个活动跨度达到20天。而在此之前,北京华联在9月11日借周年庆的机会启动促销活动,与十一促销连成一片,也将持续到10月8日。9月19日,擅长“前拉后延”节假日营销的大商新玛特郑州总店借助会员活动也将切入十一营销大战。

在往年,十一黄金周的促销活动一般都是在9月30日开启的。与往年不同,郑州的多家商场在今年十一到来之前纷纷抢跑,提前启动十一促销活动,拉长营销战线,延伸活动周期,以期在这个全年的营销高地取得更大的市场份额。

晚报记者 冯刘克/文 赵楠/图

商场争抢十一第一桶金

“在五一促销季,我们采用的‘前拉后延’营销方式,放大了节假日的销售效果,取得了很好的销售业绩。这一举动也给郑州的其他商场带来一个启示,节日营销如果只做节日那几天,取得的效果就十分有限,而把节日的效应放大,促销的效果就会有大的提升。”大商新玛特郑州总店总经理孙亚杰认为,“商场十一促销活动的提前在一定程度上也是受金融危机的影响。虽然不同地区、不同行业受到的影响不同,但对人们的心理影响或多或少存在的,正是有了这种心理,所以许多商场都有积极应对危机的想法,这也是一些商场提前启动十一活动、拉长周期、抢占份额的原因。另外,十一是销售旺季的一个开端,各家商场都不愿在这个旺季中丧失良机,所以大家都是铆足了劲,提前抢占份额。”

“我们商场的店庆正好赶在9月份,与十一黄金周离得比较近,所以就把店庆和十一活动连在一起做,这样就增加了活动的力度和规模。”北京华联郑州商厦企划部经理李国友表示,“营销是一件很灵活的工作,不能过于死板。在消费旺季到来的时候,如果只是看着别人启动营销活动,自己不去做,就失去了先机,在竞争中处于被动位置了。”

大商新玛特郑州金博大店的负责人认为,一些商场提前启动十一活动是实行精准营销的一种表现。“十一活动针对的消费群体是不一样的,有一部分十一假期出游的人群需要在假期之前进行采购;而商场的一些VIP会员可能不太喜欢十一假期商场里喧闹的环境,所以

要在十一前举行活动进行会员维护。对于这些消费群体,商场应当在十一之前推出针对性的活动来满足他们的需求。”

在河南省商业经济学会秘书长宋向清看来,今年许多商家提前启动十一营销活动,主要有三大原因:“一是今年的十一和中秋节靠得很近,两个节日合并放假长达八天,这在我国近年来比较少见。节日假期往往是旺销的时候,根据往年的经验,仅仅一个十一长假,部分商家销售额甚至超过单月销售总额,再加上今年又恰逢中秋节,各个商家瞄准这个多年不遇的长假,提前促销,目的是先声夺人,占据先机。这也是商家管理和经营成熟的表现。二是中秋节作为我国传统的节日,被国人重视的程度仅次于春节,春节一般是节后走亲访友,而中秋节一般是节前走亲访友,这恐怕是今年商家提前营销的另一重要原因。因此从这个角度讲,与其说是十一假日营销提前,倒不如说是中秋节营销的必然。三是受全球经济危机影响,今年许多商家年初制定的全年营销任务完成得不理想,多数商家想借这个大长假促销,弥补前期的销售缺口,为全面完成今年的销售任务打下基础。”

“在郑州市场消费总额一定的情况下,谁先通过行之有效的促销,吸引住顾客,谁就占据先机,赢了一半。这种现象也反映了郑州商家能够根据中国传统文化、市民消费行为习惯和节日消费特点,自主调整营销战略,是成熟和自信的表现。同时也说明目前市场竞争激烈,各商家运营成本增加、压力增大。”宋向清说。

长线营销更需注意细节

“其实我们不希望十一长假和中秋节重合。对于商场来说,多一个节日,就多一个卖点,多一次消费爆发。今年两个节日邻近,增加了一天假期,这对销售也会有所带动,但营销的主题不好把握,商场必须选择一个节日作为主要主题,这样就冲淡了另一主题的效果。面对这种情况,我们选择在十一之前做中秋主题的促销活动,从9月30日开始做十一国庆主题的活动。”正道花园百货企划部经理张守军介绍说。

丹尼斯百货人民路店在9月19日将迎来自己全年最大的VIP会员活动,会员顾客在这一天可以享受到七五折购物的优惠。谈到十一促销活动,该店店长张建透露,丹尼斯百货人民路店还将跟往年一样,在9月30日启动十一活动。张建表示:“我们不赞同把十一活动扩大化,这样会引起消费者的‘消费疲劳’。拿我们一年一度的VIP会员日来讲,在这一天里,会员顾客能够享受到的优惠幅度在全年只有这一次,所以活动的效果非常好,许多会员顾客都在盼望这一天,如果这种会员日活动经常在做,那么对会员顾客来说就没有什么吸引力了。”张建认为,活动周期过长会影响一些品牌的形象,影响价格的公信力,造成品牌的配合度减弱,“对于一些国际品牌来说,全年都是正价销售,最多有一次或两次的折扣机会。比如LV,全年没有一次折扣。”

宋向清表示:“营销战线拉长的好处是可以率先取得市民关注,取得顾客信任,赢得销售先机,并捞取第一桶金。弊端是对商家的管理要求极高,人员、资金、货源、售后、现场等任何一方面出现问题,都可能为商家造成极大的被动局面。尤其是人才、货源和商品储备,三个环节非常容易出问题,应引起商家注意。同时拉长营销战线可能会诱发一小部分消费等待。”

对于做好长线营销,宋向清提出了三点建议:“一是宣传一定要到位。一定要让市民知道你在搞促销,促销内容是什么,否则将事倍而功半。可以这样讲,节日促销,宣传是第一利器,因为即使你用了极其优惠的促销政策,如果消费者都不知道,效果也不会明显。二是管理一定要到位。各个环节一定要衔接好。节日促销销售比较集中,对各岗位人员的体力和智慧要求很高,如果一个环节出了问题,往往会引起连锁反应,导致全盘皆输,这是商家大忌。因此,要有足够的人才储备、货源保证、商品储备,做好安保和售后服务等工作。三是诚信一定要到位。以前出现过部分商家对消费者的承诺不兑现的情况,久而久之,这样的商家就会大量流失顾客,最后输的还是商家。”

“都彭德国啤酒节烟花夜” 上周六举办

9月12日晚,都彭2009年德国啤酒节——miniJet打火机烟花夜在郑州中州皇冠宾馆举行。都彭将异域风情德国啤酒节搬到郑州,让都彭的会员顾客领略了来自异国的浪漫情调,也感受到了来自商家的温馨关怀。今年S.T.Dupont法国都彭推出了全新色彩缤纷的miniJet打火机,适逢法国都彭入驻大商集团正弘国际名店、丹尼斯百货、正道花园百货4周年,为进行庆祝,都彭与德国啤酒节相互辉映,在中州皇冠假日酒店缔造了缤纷的S.T.Dupont miniJet烟火夜。

当天现场参与者除了观看了丰富多彩的德国歌舞表演、品尝了150多种美食之外,还亲身体验了都彭全新miniJet火炬式火焰打火机的魅力。据了解,早在1930年,法国都彭精品已成为世界各地显赫人士钟爱的用品,其业务遍布全球。随着市场的发展,S.T.Dupont逐渐扩大其豪华产品系列,相继推出男士服装及配饰、皮具、打火机、书写工具、腕表、雪茄配件、眼镜、香水等。在打火机领域,都彭的每个打火机扮演着当代传奇制作的代表指标,无论是点燃时耀眼的光芒,或是打火机本身优美的极致工艺,均让S.T.Dupont散发着时代感与难以抗拒的独特魅力。

冯刘克

歌力思举办会员中秋回馈

9月12日,“2009歌力思中秋之夜VIP感恩回馈日”活动在经七路歌力思旗舰店举行。在这次活动中,歌力思除对会员开展优惠购物、抽奖回馈之外,还在现场通过模特走秀的形式进行了秋冬季新款服装的展示。众多歌力思的会员顾客赶赴现场,参加了这场别开生面的会员日活动。

当日的经七路歌力思旗舰店装扮一新,各色茶点、水果、酒水、饮料摆满长桌,供会员顾客尽情享用。众多忠实的歌力思会员顾客观看了秋冬季新款服装的展示,许多会员还在现场以优惠的价格选购了自己中意的衣服。据了解,此次歌力思会员日活动的主要目的是在中秋节到来之前,赶在服装换季的时候,一方面对郑州的会员顾客进行回馈,增加其对品牌的忠诚度;另一方面是通过秋冬季新款服装的展示,带动服装销售的增长。

冯刘克

郑州晚报商贸部人员联系方式

黄潇静	13523711860
周倩	13592595936
陈静	13838002886
许琳琦	18937119898

建文淘汇城备货200万件迎十一市场

“我们开业的时候,从尾货市场比较发达的地区集中采购了200万件尾货,没有想到开业之后销售火爆,虽然每天都在补充货源,但是面对即将到来的十一市场,备货还是显得不太充足。”建文新世界商厦企划部经理崔楠表示,“近日,由我们商厦带队,众多商户一起赶赴北京、广州等尾货集散地进行了秋冬尾货服装集中采购,这次采购的数量达到了200万件,将极大丰富郑州的十一市场,满足市民的服装消费需求。”

9月5日,建文淘汇城开业。建文淘汇城以经营尾货为主,涵盖了服装尾货、外贸服装、原单、库存服装,鞋帽箱包、户外用品尾货、精品尾货等,迎合时下盛行的“淘宝”概念,以较高质量的货品和低廉的价格满足消费者实惠购物的需求。建文淘汇城的目标是打造中原第一家外贸尾货淘宝批零中心。从开业之后的经营状况来看,建文淘汇城的定位比较准确,受到众多消费者的关注和追捧,每天的人流量都维持在几万人,同时也带动了整个建文商圈客流量的增加,为建文商圈的繁荣作出了很大贡献。

晚报记者 冯刘克 陈静 文/图

多方采购 备战十一

建文淘汇城开业之后,许多尾货商户的出货量极大,有的商户单日服装销售量甚至能够超过1000件,营业收入也保持了一个较高的水平。“外贸尾货拥有一流的品牌、时尚的款式和高品质的做工,更重要的是它的价格比较低廉,有许多尾货的价格甚至是低于成本价的。面对如此低廉的价格,从某种意义上说,消费者的购买力得到了增强,以前买一件衣服所花的钱,现在可以购买好多件尾货服装。正是因为这个原因,许多消费者在我们这里往往是一次购买好多件衣服。这样看来,商场拥有这么大的出货量就不难理解了。”建文新世界商厦负责人介绍说。

作为中原第一家专业的外贸尾货卖场,建

文淘汇城汇集了以北京天兰天为首的全国各地数百位外贸尾货大户,货品十分丰富,同时保证商品价格的低廉。“为了保证建文淘汇城的顺利开业,前期我们从北京天兰天、天通苑等尾货市场组织了200万件尾货投放郑州市场,开业之后每天都有新的货源进入,基本满足了市场的需求。”崔楠说,“前期组织的货源大多以夏装为主,随着天气的变化,消费者对秋冬装的需求日益增长,加上十一黄金周的日益临近,货源需要大量补充。在这样的情况下,我们商厦牵头,组织商户到北京和一些沿海地区进行了集中采购,采购量达到了200万件,货品以秋冬季服装为主,这无疑将在十一黄金周形成一次新的销售高峰。”据悉,9月28日是建文新世界商厦两

周年店庆,为了给消费者提供更丰富的尾货商品,三楼的天兰尾货鞋城将于9月30日正式开业。届时,将给消费者展现鞋类尾货的魅力。

专业市场 引领消费

郑州的服装批发在全国具有举足轻重的地位,火车站商圈服装专业市场成形已久,声名远播,是中西部最大的综合性服装批发集散地,在中国内陆服装专业市场中占据着重要地位。与此同时,全国众多城市的尾货市场蓬勃发展,郑州却长期以来没有一个大型尾货专业市场,外贸尾货多是小店铺经营的形式,远不能满足郑州百姓在享受“淘宝”乐

趣的同时,享受低价位、高质量的尾货服装的需求。

随着专业尾货市场的出现,人们对尾货的认识和消费心理也在发生改变。就目前而言,北京尾货市场无度开发,已经开始呈现饱和和局势,在这样一个大环境下,二级城市的发展迫在眉睫,建文淘汇城的开业无疑适应了市场的需求和形势的发展,为郑州商业业态的健全作出了贡献。

建文淘汇城定位于中原地区尾货零售批发淘宝主题市场。有关专家预测,坐拥交通大动脉、便捷的物流体系,淘汇城将成为辐射中原地区以及周边省市的最大化尾货交易渠道。

