

假日营销之综述篇

卖家要人气更要财气 买家要优惠更要实惠

黄金周里要掘金

又一个黄金周即将来临,又一场促销大战迫在眉睫。对于卖家而言,一场丰盛的促销盛宴摆在面前;对于买家而言,总想抢到商场里最实惠的那个商品,结果看花了眼还没有决定买谁家的。面对黄金周热闹的销售大战,怎样才能让买卖双方同步双赢呢?

晚报记者 熊维维



资料图片

活动热闹就能赚钱?

虽然离黄金周还有一周时间,走在商都路上,随处可见悬挂在空中的广告牌和路边的展台,聚集了红星·美凯龙、居然之家、凤凰名优、中博单体家居店的家居流通集散中心俨然已是硝烟弥漫。

从9月初开始,北京实创、美颂雅庭等装饰品牌、生活家·巴洛克地板、升达地板、富林地板等建材品牌,好易家建材商场、新家园建材超市等家居建材卖场已纷纷推出了各种促销活动。以奢侈豪华著称的生活家地板也推出了“总裁签售”的优惠,让许多钟情于它的消费者感受到超值的享受;升达地板更是推出了一年一度的“地板节”活动,打出了年度价格底线来抢占市场;好易家建材商场通过商场环境改造升级推出新一轮的让利促销,不仅幅度大,同时还有现金、代金券等奖品,着实让活动当日的销售场面异常火爆。

除了大打价格战之外,基于大自然创意地板新品类的问世,大自然地板推出创意小画家征集活动,展示家居生活创意的同时,还宣传家居生活的创意文化与环保理念,更为大自然赚足了人气。

然而,活动现场的热闹是否能成为活动过后的盘点也带来喜悦呢?从红星·美凯龙、华丽灯饰大卖场等家居卖场今年历次的大型促销活动后统计的资料显示,活动期间成交量在远远超过平时成交量的同时,收益比去年同期有较大幅度的提高。但仍有不少家居建材商在接受记者采访时表示,很多的促销活动并不能很快获得明显的收益,因为活动本身的价格让利及活动成本等费用,需要一段时间的运营才能收回,而且现在的消费者越来越理性,促销活动太多,参与活动只是观望而并不迅速买单,这部分后活动时期的签单是否能成功还存在风险。

价格便宜就是实惠?

对消费者而言,黄金周的感受也颇为复杂。同事小陈讲起五一期间购物的经历就称苦不堪言:“卖场门口车太多,找个停车的地方都很辛苦;收款台前排的队太长,还生怕一些限量的产品排到跟前就没了……”还有不少人对记者表示,假期参与任何消费活动,都是一场超强度的体力运动。

对于不少辛苦买下的物品,并不是所有人都认为是满意的。去年十一在东建材的某陶瓷商户购置一套卫浴产品的读者小平,跟记者诉说,该商户挂着黄金周特惠旗号大做文章,自己也为了图便宜,以为他会和一些大品牌那样为抢市场而牺牲自身的利润,其实

是以次充好,现在家里的马桶水箱有问题不说,花洒和水龙头都生锈得厉害。

而有读者来电表示,一些商家由于假期促销活动,顾客多了,服务就打了折扣。另外,因为有了降价,所以平时有的一些优惠反而享受不到了,结果算来算去,才发现黄金周的促销比平时并没有便宜多少。

生活家·巴洛克地板销售部经理高晓丽在接受记者采访时说:“假日经济带来的矛盾越来越明显,因为面对的是在短时间内的集中消费,所以对每个企业和品牌的生产、服务能力都是一个巨大的考验,而越是大品牌越是在这一时期彰显品牌实力。”

黄金周到底该如何做?

无论挣钱不挣钱,但活动还是得继续做,不然就会失去人气;不管实惠不实惠,促销品还是得去抢,不然活动结束,没了优惠总觉得吃亏。这样一个想当然的黄金周消费逻辑,似乎已经成为一条真理。但黄金周到底该如何做?

营销即沟通,在河南大地装饰营销总监范学锋看来,营销是一场永远不会结束的比赛,无论是节假日里的营销活动,还是平日里的促销优惠,都要实实在在地做好品质。好的品牌是建立在日常的营销活动中的。所以五一也好,十一也罢,单纯地把它作为黄金周割裂出来其实不是明智的做法。

“黄金周作为一个全民休闲的时间,其中蕴藏着巨大的商机,但如何打破目前僵化的促销逻辑,将其中的商机变为‘商绩’是值得

我们品牌装饰公司深思的。”美颂雅庭装饰河南区域执行总经理刘恺在接受记者采访时表示,一般来说,黄金周都处在一个旺季的黄金节点上,有着季节的氛围。以十一为例,国庆、中秋相继而至,全国都沉浸在一片浓浓的节日氛围中,中国是礼仪之邦,重礼节讲情意,所以,这是一个容易触动消费者情感消费的季节。与此相应,情感营销、体验营销也成为营销策略的重点。

大企业、大品牌应该把促销变成营销,不仅要在黄金周挖掘销售量,更要树立自己的品牌形象。范学锋还表示,与促销相比,营销是一个更广阔的范畴,与促销更多关注销售结果相比,营销着眼的是品牌认同度的提升,所以从营销角度看黄金周,企业可以发现更大作为的空间。

购买热水器半年内可退货

近日,国内厨电行业领军企业方太集团旗下的高端热水器品牌米博,在保障消费者知情权、选择权的基础上,开业界先河,首倡“舒适后悔权”活动,让消费者在购买产品后,拥有足够的使用和后悔时间。

此次活动从即日起至11月10日。活动期间,在米博销售店面购买任意一款米博热水器的顾客,自购买之日起半年内,如在使用

米博首倡“舒适后悔权”

过程中感到不舒服,便可以无条件地要求退换产品,并且不用承担任何费用。而消费者则可以在充分了解的基础上,考量自身的选择是否符合米博对“舒适”的倡导。

米博“舒适后悔权”的提出,为商家更好地满足顾客需求提供了一种全新的思路,也为顾客带来了一种全新的消费理念。

张真

FATSO 腻子

腻子问题答疑

问:一年之中,哪个季节最适宜装修?

FATSO:一般来说,秋季较其他季节更适宜装修,因为郑州地处中原,秋季平均温度适中,各种装修耗材都利于施工;而冬季气温过低,腻子施工要求气温不低于5℃,大多水溶性产品施工温度不低于8℃,不宜施工;夏季温度过高,墙面吸水率高,腻子施工时容易出现起泡、脱粉现象,春季持续时间较短,空气湿度较大,也不利施工;总之,不管在哪个季节施工,只要你根据腻子自身的施工要求和环境的实际情况,制订科学合理的施工方案,积极应对环境因素的影响,只有这样,才能避免以后出现的施工质量隐患。

问:秋季来临,进入装修旺季,腻子施工时要注意什么?

FATSO:秋季墙面腻子施工就温度来说,平均温度适宜,腻子成膜效果好,但天气干燥,早中晚温差大,风大,在腻子施工过程中要注意关窗保温,防风吹,在没有完全干透时,要注意保养,腻子干燥过快和热胀冷缩过大,容易开裂空鼓(腻子缓慢干透后,达到一定强度会更好一些)。

问:秋季装修涂刷墙面,使用什么样的腻子才能达到更好的效果?

FATSO:由于秋季温差大,气候干燥,建议使用膏状成品腻子,不宜使用粉状腻子,因为气候干燥,批刮墙面时吸水率较高,表面干燥较快,腻子粉在施工前需要加水搅拌,这样不可避免会有搅拌不均匀的情况。



咨询热线:0371-66834888

美涂士 健康家园

美涂士健康行走进云南,助推家装“水性”风

2009年9月11-12日,美涂士2009年“健康·环保·责任”健康行之水性木器漆推广研讨会走进云南蒙自。借着“水性木器漆推广研讨会”这个契机,美涂士与社会各界朋友相聚一堂,共同体验“看得见的健康漆,美涂士水性木器漆”的产品魅力,发动各界力量合力推动水性木器漆进入家装大舞台,担当起为广大消费者打造健康环保家居生活的社会责任。参加本次会议的美涂士西区销售部部长邹朝建、水性木器漆总工程师詹朝任以及云南、贵州市场各级优秀美涂士经销商和云南蒙自装修界各大型装饰公司老总和专业人士等100多人。

美涂士自1995年成立以来,一贯倡导和谐健康的环保家居装修理念,坚持创新,以引领健康涂装为己任,致力于打造中国健康漆第一品牌。在2007、2008、2009年连续三届中国水性木器漆发展研讨会上获得优秀论文奖,实现连续三年获得行业专家技术认可的殊荣。美涂士水性木器漆的一个个技术荣誉,行业的高度认可,为美涂士推动水性木器漆进入家装大舞台提供了坚强的技术后盾。



美涂士2009健康行之蒙自水性木器漆推广研讨会参会人员大合影

招商热线 0371-66528200

郑州晚报家居部人员联系方式

- 贾彭斌 15936253677
李晶 13700876097
师红涛 13838055780
张真 13838005182
周强 13838090815
孟辉 13513715081