

“激活消费”从何做起?(三)

造节,商家营销的最后独舞?

与往年不同,今年郑州的11月一开始就显得非常冷,然而就在人们到处说今年怎么冷得这么早时,在郑州的各大百货商场、超市和家居卖场却是一片红红火火的景象。

“时光过得真快,转眼已经进入11月了,现在商场可真是忙。”回忆起这近一个月来的销售情况,大商集团郑州地区集团总裁皇甫立志说:“我们不能总是在节假日才取得好的销售业绩,如果能够真诚为顾客服务,有着受消费者欢迎的营销手段,平时也同样能取得好的销售业绩,大商集团郑州集团所属商场就是靠着精准的营销手段在淡季取得良好销售业绩的。” 晚报记者 樊无敌/文 赵楠/图



周年庆活动延续十一销售“雄风”

虽然刚刚经过国庆长假,不少消费者都掏空了腰包,但是整个10月中下旬的郑州各大商场、超市还是一直吸引着人们的眼球。“上月的10周年庆典,极大地拉动了商场和消费者之间的距离,使我们的客流量一点也不逊色于国庆长假那几日。”位于花园路的正道花园负责人介绍说。

其实,不仅正道花园10周年庆典取得了良好的销售业绩,郑州百货大楼的54周年庆典和郑州世纪联华的7周年庆典在真情回馈消费者的同时,也挣到了白花花的“真金白银”。

“节假日毕竟是固定,而且有限的。商家要想取得持续的销售增长,必须靠体贴入微的服务和不断创新的营销策略。”郑州百货大楼董事长兼任总经理朱赵霞分析认为,无论是政府推动还是商家拉动,今年的十一国庆节的促销力度都可谓空前,当时不少人认为节后会出现令人担忧的消费乏力,后劲不足的问题,但今年以来推出的钟表节日、羽绒服反季销售和54周年庆典,都带动了不少人气,取得了良好的销售业绩。

“那家商场盈利了,说明这家商场的活动力度大,而周年庆活动之所以能受到商家的如此青睐,说明周年庆活动是一个架起消费者和商家的‘桥梁’。”谈起周年庆,大商集团金博大店负责人分析说:“在11月拉开冬季序幕的同时,我也拉开了大商集团全国同庆的帷幕。在这

次全国同庆活动中,我店店庆活动延长到3天的时间,从今天开始,将一直持续到11月8日,覆盖整个周末。”

商家为什么都选择在这两个月来进行店庆活动呢?是不是又一次人为地造节活动呢?“这个时候商家以店庆活动为营销手段很正常,商家的周年庆和一般意义上的造节运动不太相同。”郑州一家商场的企划负责人表示:“商场开业一般都会选在下半年的11月份左右,这个时候正是换季的时节,再加上秋冬季商品的价格高、利润大,这样刚开业的商场就有了一炮走红的理由。选在11月份左右开业还为商场以后的店庆埋下了伏笔,每年的店庆不但填补了十一黄金周过后的节日空白期,还为商家在销售旺季争夺更多的份额创造了有利条件。”

“现在商家的节日可真是多,多得即使有节日促销,也必须认真比较,看看哪家相对更优惠一些。”谈起节日购物,在省直某机关工作的王女士对记者这样说:“除了不放过传统节日、洋节这样的促销机会外,为了吸引顾客眼球,刺激他们的消费欲望,部分商家还自制了一些‘家电节’、‘店庆节’、‘购物嘉年华’等所谓的节日,本以为自己包装好的‘节日’,可以掀起一波消费潮,没想到消费者对此却并不领情,不少商家的‘造节’促销,最终不得不遭遇‘独舞’的境地,这究竟为什么呢?” (待续)

打折超市

换季时节 折扣潮起

天气逐渐转凉,又到了换季的时节。各大商场也相继推出了冬季新款服饰,配合冬季新款服饰的全面上市,商场也都推出了不同层次的折扣活动。

大商新玛特郑州金博大店

活动时间:11月6日~8日

活动内容:在品牌折扣的基础上,全场百货服饰实行50倍会员积分,部分消费者认可度好的品牌实行60倍积分,珠宝、名表更是实行100倍积分,黄金品类50倍积分。会员消费卡内积分5000分还可兑换50元新玛特礼券一张。消费积分兑换的礼券,再次消费还可以积分,并且还能兑换礼券。

大商集团紫荆山百货

活动时间:11月6日~11月8日

活动内容:贺五楼羽绒服广场开幕,推出满额赠活动,11月6日、7日前100名到店顾客送礼品一份;贺六楼家居儿童生活馆盛装开幕,床品三至八折,童装童鞋部分五折;贺“爱是唯一”新柜开幕,消费满1000减100,再加满额赠;新品女靴上市,低至四折;保暖内衣广场大型热卖会,全场低至59元。

郑州百货大楼

活动时间:11月7日、8日

活动内容:凭当日微机水单和小票即可获赠香皂一块(每人限领五块);当日累计购物满500元凭小票即可获赠相应赠品,并加赠香皂一块;满500元赠水晶果盘或密封套盒,满1000元赠米桶或早餐吧,满2000元赠加湿器或乐扣礼盒,满3000元赠三件套锅,满5000元赠电饼铛;54个重点品牌超低价,折后累计满200元再返20元现金券。 晚报记者 冯刘克

郑州晚报商贾部人员联系方式

黄潇静	13523711860
周倩	13592595936
陈静	13838002886
许琳琦	18937119898

新玛特金博大店今日开演“真诚营销”

11月份正是换季的时节,秋冬季商品的价格高、利润大,正是商场提升销售的大好时机。大商新玛特郑州金博大店伺机而动,在本周末推出一场“真诚营销”活动,此次活动从今天开始,将一直持续3天的时间。

十一节庆过后,郑州各大商场的促销活动同时进入了新一轮的休整、备战状态。然而就在11月拉开寒冬序幕、冬装纷纷上柜的同时,大商新玛特郑州金博大店又“出手”了:这次的“真诚营销”活动,该店去掉了商场往日惯用的抽奖、赠礼、重磅加返等附加促销活动,要用真诚营销来实现此次真情回馈之旅。 晚报记者 冯刘克 许琳琦/文 赵楠/图

简化营销 大力回馈

本周末,大商新玛特郑州金博大店拉开了“真诚营销”的帷幕。在十一营销中,大商新玛特郑州金博大店拉长战线,做了一个长时段的促销活动,显然是从中尝到了甜头。在这次“真诚营销”活动中,该商场故伎重演,将活动延长到3天的时间,从今天开始,将一直持续到11月8日,覆盖了整个周末。

在此次“真诚营销”中,大商新玛特郑州金博大店将推出大力度的促销活动,以争取更多的市场占有率。该商场在营销模式上有了很大的改变,将一改以往的营销理念,去掉往日营销中繁琐的抽奖、赠礼、重磅加返等举措,用真诚、直接、简洁的营销来实现此次店庆活动的巅峰力作,为消费者带来一次真情回馈。

此次活动中,大商新玛特郑州金博大店在品牌折扣的基础上,对全场百货服饰实行50倍会员积分,部分消费者认可度好的品牌甚至达到了60倍积分,对珠宝、名表更是实行100倍积分,连几乎没有促销活动的黄金品类也以50倍积分的力度重拳出击;同时会员消费卡内积分5000分还可兑换50元新玛特礼券一张。该店相关负责人表示:“此次消费积分兑换的礼券,再次消费还可以积分,并且还能抵券,这样就积分得到了升值,活动的力度得到了放大。”在超高倍积分的基础上,让消费者用抵值券消费过后还可以再积分、再兑券,采用这种循环积分返券的促销形

式,取代以往抽奖、返券、赠礼等附加促销活动,可以有效避免商场举行活动期间,消费者排队等待参加各式各样活动的弊端,更加方便了消费者,以最大效果来回馈消费者。大商集团意欲通过此次实实在在营销,来彰显这几年在中原地区取得的成绩,回报消费者的关注和支持。

联手品牌 全力出击

在大商新玛特郑州金博大店的相关负责人看来,虽然此次“真诚营销”有些返璞归真的意味,但仍可看作是营销模式的一种创新,这种创新是基于消费者对营销方式的新需求推出的,同时这也是大商新玛特郑州金博大店真诚回馈中原消费者的一个节日。

随着季节的转变,冬装纷纷上柜。在这样一个时节,该店的“真诚营销”活动以冬装为主题,以回馈为主导而展开。据该店相关负责人介绍:“此次活动,商场的各个品牌用折扣让利给消费者,而商场自身用超高倍积分让利给消费者。同时保证了冬装上柜的比例,一些重点品牌,比如耐克、阿迪、宝姿、斯可男装等品牌货品的上市冬装已达到了90%,一些皮草货品也早早上市,为消费者提供了全新的款式,保障了此次活动的货品丰富程度。”

据了解,在十一活动中,大商新玛特郑州金博大店部分重点品牌突破了全国或全省销售记录,这对于供应商来说,更加增强了对该店的信心和支持,看到了大商集团在中原地区的潜力



及实力。“所以众多品牌对于此次活动给予了很大的支持,尤其是冬装商品在上货数量、畅销款、畅销色等方面都进行了一定的倾斜,还有就是厂家在一线精英员工的配置上也给予了充分的支持。”该店相关负责人介绍说。

异业联盟 创新营销

10月20日,大商集团郑州地区集团与裕华汽车集团举行了战略联盟合作协议签约仪式,从次打开了不同行业两大企业联盟的开端,同时也成为商品营销史上的一个创新之举。作为异业联盟走向深入的一个代表,此次签约不仅开创了不同行业、不同领域的会员联动、商品互动,更把商品市场竞争从同业态之间的竞争转化到特色竞争、联盟竞争、优势竞争,也正是两大异业的联手,打开了大商集团郑州地区集团与其他行业联盟发展的大门,同时也带给了广大消费者提供更好的服务和更多的优惠。据该店相关负责人介绍,在本周六,大商集



团郑州地区集团将再次在异业联盟方面跨出新的第一步,继与汽车销售企业建立联盟关系之后,将开拓联盟领域,与国际家居连锁企业——红星美凯龙举行联盟合作签约仪式。与此同时,大商集团郑州地区集团的团购卡也又一次得到了全新的升级,这无疑使得大商团购卡在中原地区得到新的价值,为消费者提供更多的便利。随着大商集团不断创新的营销理念,相信在未来几年里将会给中原消费者带来一次又一次丰盛实惠的综合购物大餐。