

大商新玛特郑州金博大店岁末冲刺销售业绩 “圣诞狂想乐章”今日奏响

岁末优惠大促销是每年百货行业的保留节目,也是一年中的促销压轴大戏,目的是为岁末的百货零售业销售旺季添柴加火,冲刺年终销售。今年的节日所剩无多,圣诞节无疑是成了岁末一个极具分量的节日。对于圣诞节,各个商场都已盯上了其中的商机。大商新玛特郑州金博大店2009年的压轴大戏“圣诞狂想乐章”也将在今日登场,以大力度促销活动再掀消费高潮。

三阶段

圣诞节打出“零度”招牌

近期,各个商家纷纷摩拳擦掌,各尽所能来把握年度最后一个大型节日——圣诞节,上演精心准备的“压轴戏”。此时的大商新玛特郑州金博大店,也搭起了圣诞节节日舞台,在店面主题形象和店内圣诞装饰上进行了精心的布置,为消费者营造一个温馨的圣诞节氛围。

12月18日,大商新玛特金博大店开始奏响“圣诞狂想乐章”,并在活动力度上打出了“零度”招牌,在折扣上降至零毛利。该店将进行长达三个阶段的酬宾回馈活动,三个阶段分别为鸿运周、联运周、福运周。这次系列活动无疑将把2009年末的圣诞节回馈推向高潮。同时,用“零度”招牌大力度回馈也是在进行年末最后一次真诚营销,为2009年的业绩做一个冲刺,力争将该店在明年的销售提升到一个新的高度。



鸿运篇

百货服饰五折销售拉开帷幕

据大商新玛特金博大店相关负责人介绍,12月18日至22日为该店“圣诞狂想乐章”第一乐章鸿运篇。在这一阶段,百货服饰将打出五折起的序曲来拉开帷幕,其中500个品牌推出买300返320、返220或返120的活动,返礼券可在返券专柜无限制通用,大大降低了消费者拿着礼券却选不到心仪商品的尴尬。在此次活动中,大商新玛特金博大店将为女性消费者提供更具诱惑的实惠,化妆品将进行10倍~20倍的高倍积分,将时尚和回馈完美结合。年末积分清零已进入倒计时状态,商场会员积

分兑换正在进行,近40种精美礼品可以兑换,在此次活动中,会员顾客可以选择消费卡内5000分兑换50元新玛特礼券一张。另外,大商新玛特金博大店还设置了重点品牌折后单柜满额再赠礼的环节,为消费者提供更多优惠。

2009年对于新玛特金博大店来说是挑战的一年,也是不断创造奇迹的一年,当回首该店一年的发展时,经历了节日营销、故事营销、真诚营销等多种创新型销售策略的大商新玛特郑州金博大店,一次次改写销售业绩,同时也在不断地努力中,用独特的优势引领时尚的潮流。

冯刘克/文 赵楠/图

首座名品广场揭幕在即

随着圣诞节、元旦、春节、情人节等中西方节日的集中到来,零售商业也将迎来一个商业销售的旺季,郑州市内的各主要商圈正在蓄势待发。而首座名品广场和丹尼斯大卖场未来店也即将盛装开业,这使未来路商圈的商业氛围更加浓厚。

紧张装修 以待开业

正在各大商场全力以赴备战销售旺季的时候,未来路首座名品广场和丹尼斯大卖场未来店正在进行开业前的最后准备工作,跃跃欲试要在这个黄金季节展露身手。

近日在首座名品广场,你会发现这里的场面十分火爆,广场上停满了各类装修上货车辆,无论是商场管理人员、装修工人还是商户进进出出都十分忙碌,各种展示道具和商品正在源源不断的向场内运送。丹尼斯大卖场的门头标志已赫然醒目的安装在商场的外立面上,海澜之家、渡森男装已率先开业,九牧王、太可思品牌男装专卖店、德克士、海云轩精品家纺旗舰店、波尔多卡斯特国际洋行、阿利茄汁面、荣昇美食广场、跳跳虎儿童乐园、纽约时尚婚纱摄影等特色大店或临街专卖店已接近装修尾声;商场内各楼层专柜的装修也正在有条不紊的进行中。首座名品广场这颗璀璨商业明珠,近期即将开门迎客。

业态丰富 满足需求

首座名品广场自全面启动招商以来,以其不可替代的区位优势 and 先进的业态组合模式,就一直受到国内外众多品牌代理商经销商的热情追捧。记者通过了解得知,卡姿兰、尚惠、卡莱莉尔、骆驼、木林森、公牛巨人、千黛百合、千百惠、金盾、都彭、海澜之家、花花公子、渡森、老爷车、龙福祥粗布家纺等众多品牌商家均是看重首座名品广场巨大的商业潜力才纷纷率先入驻的。

首座名品广场由御智商业运营公司精心设计,根据现代商业特点,一改“超市在下,百货在上”或“名品在下,超市在上”的传统模式,大胆引进丹尼斯大卖场与名品广场在各楼层共存互通,融合多种业态立体互动,实现共存共赢,以吸纳更多的客流进入。

首座名品广场一楼规划为珠宝、化妆品、男鞋、女鞋、皮具;二楼规划为品牌男装、品牌女装、饰品;三楼规划为童装、童玩、床品、家纺、运动休闲及美食广场,整体项目中间一二三层为1.2万平方米丹尼斯大卖场与首座名品广场层层左右相连,内部贯通,客流互通。

首座名品广场与丹尼斯大卖场已进入装修的最后阶段,不久即将全面开业运营。届时,首座名品广场将携手丹尼斯大卖场、荣昇美食广场、跳跳虎儿童乐园、时尚纽约婚纱摄影等及众多知名品牌为中原人民呈现一个炫彩时尚,流行飞舞的休闲购物场所。

冯刘克 周倩

咋去丹尼斯购物? 听晚报给你唠唠



郑州地铁1号线市体育馆站建设期间,人民路的行车线路有所调整,从二七广场至紫荆山方向行驶的车辆,经人民路由南向北按新建道路行驶;从紫荆山至二七广场方向的车辆,经西里路、杜岭街进入人民路向南行驶。新行车线路的执行之后,一部分习惯到丹尼斯百货人民店购物的市民反映说,“不知道怎样才能顺利到达这家商场?”针对市民的疑问,本报推出丹尼斯百货人民店的购物路线图,方便消费者的出行购物。

对于从二七广场方向出发的市民来说,新行车线路没有影响,可以直接驱车向北进入丹尼斯百货人民店。从紫荆山方向出发的市民可以选择沿紫荆山、东里路、工一街、管城后街的线路行驶抵达商场,也可以沿人民路、东里路、工一街、管城后街的线路抵达商场(如图所示)。丹尼斯百货人民路店副店长薄涛表示:“这些不便主要体现在对行车线路的不熟悉,其实进入丹尼斯百货人民路店的线路有多种选择。”

为了方便市民到丹尼斯购物,该商场推出了众多的服务措施。据介绍,丹尼斯百货人民店在该路段的主要位置都设置了行车示意图,为市民进行行车指引。另外,该商场还在附近路口设置了专职交通引导员,为准备到丹尼斯百货人民店购物的市民引路。为了鼓励出租车到该商场门口载客,薄涛表示,近期还将推出对“的哥”、“的姐”到店送礼品的活动,从而吸引更多的人气。

冯刘克

美度热推布鲁纳系列表

12月12日,郑州百盛购物广场人头攒动,热闹非凡,众多时尚人士和消费者齐聚一堂,参加瑞士美度表布鲁纳系列产品的推广活动。活动现场精彩连连,来宾除了可以目睹模特演绎布鲁纳系列手表的精彩之外,还可以参加漫画师现场作画、知识竞赛小游戏等互动环节,现场气氛非常活跃。

灵感印证永恒

90多年来,美度用自己的努力诠释着“灵感印证永恒”这句口号。瑞士美度表于1918年在瑞士苏黎世创立,以其无限的创意打造了众多独一无二的表款,以古罗马竞技场为设计灵感的完美系列,以小提琴为蓝本的贝伦赛丽系列深受好评。2009年伊始,历经90多年风雨的美度表又隆重推出富于革命性的新系列——布鲁纳系列腕表,该系列腕表以纽约地标克莱斯勒摩天大楼为蓝本,再度将艺术元素与腕表完美结合。简约的外形令其视觉上更具建筑的张力,表圈曲线协调而柔和,而表盘刻度线条的硬朗与直角设计与之形成反差,趣意盎然。

从最初比尔的手表工厂开始,美度创始人

George Schaeren便决定树立巩固瑞士手表品牌声誉的基本准则。追求最高的品质是美度的发展目标。呈现完美和非凡的设计,持续的追求为证明美度的实力和声望奠定了坚实的基础。因此,美度严格遵守它的基本理念,提供价格实在并且高品质的机械表。

凸显精工品质

美度表在20世纪初就进入了中国市场,时称“米度”表,以走时精准的全自动机械计时和优良的防水品质著称。美度表采用瑞士SWATCH集团钛机芯,相当品类手表获得瑞士天文台官方认证。1959年开始采用密封表冠系统,除了采用传统的防水装置外,还特别在手表把头处安装了精心加工处理的活木塞,软

木塞在特殊处理后常保持湿润并富有弹性,从而能够做到把头没有完全按入的情况下确保防水性能。

2000年,MIDO在SWATCH集团下以“美度”之名进军中国,在经典表款的基础上推出具有非凡创新设计的一系列新款,培养了大批美度的忠实拥护者,使中国的顾客感受到了美度永恒而经典的高贵品质。在美度的发展历程中始终坚持的四项战略是与众不同的风格、精准的机械走时、独一无二的Aquadura密封表冠系统、百分之百瑞士制造。美度始终坚持着这四项战略要求,从未有过懈怠,并时刻充满着创新动力。

冯刘克/文 白贺/图

