

招商年 开大幕

给你一个



真实的大商新玛特
郑州总店

之招商篇

2009年10月31日,新玛特总店,一场大幕轰然拉开。这场大幕,拉开的是总店招商的大调整,2010年,“招商”将成为总店的重中之重。该店也寄希望于此,意欲实现自身的跨越式发展。

在素来以激烈商战著称的郑州,商场同质化严重,很多时候消费者感觉,逛几个商场的感觉一样,价格也一样,相同条件下,只需逛品牌较多的一家。而购物体验、多业态联动、联盟营销、积分返券式手法,这些创新很容易被模仿,在此状况下,相对于低级的价格战,商业的竞争愈来愈趋向于品牌之争。

筹办之初,新玛特总店不同凡响,一口气引进了49个国际名品,取得了高端消费者的认同。但如果想要跨越式发展,这些还远远不够。此次该店提出了“大招商”的理念,更确切地讲,即将实行的是“招商4+2”的工作法,这种工作法提出了四议,两公开的流程,以保证招商工作的公正,公开。“在总店筹备之初,曾提出阳光招商的概念,赢得了台下供应商的阵阵掌声,为什么,因为这个概念提到了供应商的心坎儿上。”一供应商说。然而,这个概念的实施并不

理想,此次,该店“旧话重提”,再次把“剔除暗箱操作”作为重要部分,决心之大一目了然。

品牌的相对滞后也是促使新玛特总店转移工作重心的原因之一。在之前一年的运营中,新玛特总店的创新营销令人瞩目,特色服务获得赞赏,内部管理井然有序,这些都让作为新店的总店发展迅猛,而此时的招商则显得相对滞后,与这种快速发展不相匹配,长此下去,必将制约总店的进一步发展。

根据该店领导的分析,目前招商工作中存在的问题有业种布局不够合理、品类搭配稍欠科学、品牌档次有待提升、品牌阵容尚需进一步强大等。为了适应总店的发展,为了让总店未来的市场竞争力更强,招商,已成为当务之急。

据悉,这次招商大调整从2009年10月31日起,至2010年8月31日止,这期间,该店将转移工作重心,集全店之力来促进招商工作。“商场就是为消费者提供优质的商品和服务,商品是基础,是核心,营销、服务等工作都建立在优质的商品之上,否则说什么都枉然。”该店总经理孙亚杰说。

告全体供应商:

新玛特郑州总店为了服务供应商,打造零供和谐关系,创造公平、公正、合理的招商环境与经营环境,从即日起,大力整顿工作作风,特开辟供应商监督电话,欢迎广大供应商对我店工作进行监督、指导。

总店损报部电话:

0371-65701995

人力资源部副部长张萌电话:

0371-65701818

副总经理王守锋电话:

0371-65701166

总经理孙亚杰电话:

15937136999

新玛特总店即将“大变脸”

2009年,花园路商圈,财富涌动,一个个堪称样本的营销手段将开业不久的大商集团新玛特郑州总店推向潮头浪尖,郑州百货店的单日销售纪录被一再刷新,直到9月19日冲至峰顶,创下过亿元的单日销售。

创造奇迹的大商集团新玛特郑州总店并没有在众目睽睽之下,而是迅速转移工作重心,把目光投向商业竞争的更深层次,着力打造自己的品牌阵容,增强自身在品牌方面的竞争力和话语权。从2009年10月31日起,大商集团新玛特郑州总店将主要工作方向放在招商上,提出了大招商的创新理念,“集全店之力,集可利用的任何资源之力,以颠覆式的力量进入大招商时代。”

晚报记者 冯刘克

从2009年10月31日起,大商新玛特郑州总店将主要工作方向放在招商上,提出了大招商的创新理念,“集全店之力,集可利用的任何资源之力,以颠覆式的力量进入大招商时代”。明年,该店将综合消费者、供应商、专家们的意见和建议进行调整,一个崭新的新玛特总店即将亮相。

消费者王新然,女,36岁,某房产企业营销总监,为新玛特总店至尊卡会员。

少女装,居然在4楼

王女士:逛商场的时候,看到很多也都是女士在逛,或者是男士陪女士,这说明,女性消费者目前已经成为百货店的主力消费人群,而新玛特总店却把一部分女装放在了4楼,楼层显然有些偏高了。

反馈:新玛特总店副总经理李焱说,在明年的调整中,总店决心对此进行整改,将目前2楼的男装业种与4楼的少女装业种进行楼层对调,大家届时看到的情况将是2楼为少女少淑业种,4楼为男装业种。

另外,大商电器占据了6楼的一半面积,这对寸土寸金的百货店来说,面积显然是太大了,在下一步的调整中,大商电器的经营面积将会压缩,从而扩大其他百货品类的阵容。

化妆品“藏在深闺人不识”

王女士:对我来化妆品是生活必需的,而新

玛特总店一楼的化妆品往往“藏在深闺”,位置比较靠后,布局也比较分散,有些令人不爽。

另外,一楼的国际名品相当不错,路过的时候总小心翼翼,连整个人都感觉生硬起来,总店领导们,是否在装修设计上能再轻松些?

反馈:许多消费者对该楼层一楼的感觉是“略显清冷”,总店副总经理乔华表示,“在细节方面,灯光的不同,地板的铺设,地毯的颜色,包括商场形象图案的变化,都会带来不一样的氛围感受。在不同业种制造不同的氛围,这也是2010年我们调整的方向。”

供应商:郑州丹璐服装销售有限公司总经理李智敏。

1楼位置很多都空着

对于一家新开业的百货店来说,大商新玛特郑州总店能够拥有目前的品牌阵容已经不错了。但是想要形成具有较强竞争力的品牌阵容,还需要不断的调整。从目前来看,一楼闲置的位置太多。这容易给顾客带来一种误解,好像是这家商场招商没有招满。

反馈:李焱说,新开百货店筹建阶段多系招商,许多新开的百货店往往都会面临着招商难题。有一个好的品牌基础,是一家百货店成功开业的保障。在2010年,新玛特总店将集全店之力进行招商,1楼面貌也将有很大改变。

专家:河南省商业行业协会副会长何宏剑。

提升销售量,争夺话语权

大商新玛特郑州总店今年做了很多大力度的营销活动。做这些活动的目的是提升销售量,争夺市场份额,就是通常所说的走量。让利不让量,让利不让市场,有了市场份额就会在下一步的招商工作中拥有更多的筹码和话语权。

反馈:“一般来说,郑州单个百货店的品牌数量在500个左右,而我们商场目前只有400多个,品牌数量明显低于其他百货店。品牌少,选择空间小,给消费者带来的感受是可逛性差。”乔华说,“在接下来的招商调整中,增加品牌数量,增加品牌密度势在必行。我们准备在对边厅面积进行合理压缩的基础上,对布局进行调整,对闲置区域进行开发利用来增加品牌的密度,为消费者提供更多的选择空间。”

高端品牌需要增加

高端品牌实现毛利率,中端品牌实现毛利润。从这个意义上说,百货店的品牌必须往高端上走,不断提升品牌的档次。

反馈:近期多个高端进口化妆品品牌将会接二连三地进入大商新玛特郑州总店。在乔华看来,这只是该店品牌提升的一个开始,接下来还会有更多的高端品牌引入。乔华说:“下一步将加强结构性品牌的引入,在一线城市的百货店表现较好的新秀品牌也是我们明年重点引进的对象,提升整个商场的时尚潮流感觉。”

2010年,总店会是什么样?

变化一:百货面积将增加

1.压缩餐饮娱乐面积,具体来说,a.二楼会员中心、三四楼绿荫阁咖啡、五楼美容美甲、六楼儿童乐园搬至七楼、八楼、九楼。b.压缩七楼部分餐饮面积。c.办公区搬至写字楼,现有位置改做餐饮及大商电器经营

2.充分利用场内建筑面积,将增加有效经营面积约5000平方米。a.充分、有效利用一楼面积:①压缩主通道,②压缩部分名品,③合理利用西南角,④有效利用待进品牌闲置场地。b.充分有效利用二、三、四、五、六、七楼环廊面积。3.大商电器搬至七楼。

变化二:品牌数量将再加100个

1.通过扩大经营面积增加品牌数量。2.通过压缩单位品牌面积增加品牌数量。

变化三:业种布局大调整

1.女鞋下一楼。2.二楼男装与四楼少女少淑对调。3.六楼大商电器上七楼。

变化四:品类搭配科学化

1)一楼增加女鞋,压缩珠宝面积,暂时压缩名品面积,化妆品东移至正门口,彩妆上二楼少女少淑。2.女士内衣到三楼淑女贵妇业种。3.

五楼运动休闲业种增加男女休闲比重。4)六楼增加高档硬装饰品类。

变化五:品牌档次,品牌阵容全面升级

1.支撑性品牌。2.竞争店品牌。3.独有品牌。

变化六:店堂氛围专柜形象全面提升

可能是灯光的不同,地板的通铺,地毯的颜色,包括卖场形象画图案的变化,都会带来不一样的氛围感受,新玛特总店将会在不同业种强调这种各异的调整氛围。