

钻戒的折扣力度非常大



“与第一届相比,这一届珠宝文化节的特点更加明显。”郑州百货大楼珠宝商场经理张跃军介绍说。据了解,郑州百货大楼联合金伯利、明牌、老凤祥、金克拉、金九福、欧兰多德、金佰福等众多珠宝品牌于4月24日~5月3日共同举办的“爱·倾城”第二届珠宝文化节即将开幕,不但让广大消费者大饱眼福,而且还有机会买到最实惠的珠宝饰品,体验到真正的物超所值。

世博元素添色不少

为了这次珠宝文化节,金伯利钻石甚至将原定的克拉钻全国巡展郑州站的时间进行了调整,提前让郑州市民一睹克拉钻的风采。据金伯利钻石河南区负责人虎少华透露,将在珠宝文化节上展出的极品克拉钻分为四个系列,共30枚。“这些克拉钻都是从上海世博会上紧急调来的展品,所以只展出,不销售。”

金伯利的老客户可能知道,该家钻石在平时销售是从来不打折的,但是为了配合这次活动,他们特别针对本店老顾客推出了10%美钻升值和新顾客双倍积分活动,实属难得。

“为了配合这次珠宝文化节,我们特意投入20万元对柜台进行了装修,提升档次和品位,很有可能比上海旗舰店还高档。”“老凤祥”河南代理商、河南帝曼龙商贸有限公司营运经理马蕊介绍说,老凤祥每年活动力度最大的时间是三八节,但这次珠宝文化节上,活动力度最大,黄金每克优惠15元,铂金每克优惠25元。“百货大楼在这中间可以说是付出了巨大的努力,从公司总部争取到了有史以来的最低价,这是前所未有的。”

活动期间,老凤祥还充分发挥其上海老品牌的优势,顾客凡购买老凤祥镶嵌类饰品满5000元,彩金类饰品满8000元,均可获赠上海世博会门票一张。

“爱·倾城”郑百第二届珠宝文化节明日开幕

钻石饰品首次低至六八折

前所未有的珠宝盛“惠”

4月24日开幕当天,老凤祥、明牌、中国黄金将不约而同推出免费以旧换新活动。其间,克拉钻、极品方钻、售价高达二三十万元的极品翡翠将集中亮相,非常罕见。

张跃军介绍,在这次珠宝文化节,在许多品牌专柜自行推出超值优惠活动的同时,百货大楼还将开展满减六重赠、砸金蛋、

婚姻三部曲礼上加礼等买赠活动。为了让更多顾客体验到珠宝节的实惠,他们还特别开辟了翡翠夜市。4月24日~25日,5月1日~3日每晚的6时~9时,购A货精品翡翠,可享受独家的超低价位。

张跃军透露,针对这次珠宝文化节,只要是购买珠宝首饰的顾客,可以不受任何限制地叠加参与,许多优惠前所未有。



部分品牌黄金饰品每克优惠15元

极品钻饰首次低至六八折

在郑州百货大楼开辟的珠宝专柜当中,明牌首饰是合作最长时间的品牌之一,至今近20年时间。明牌首饰百货大楼店长张东玲介绍说,今年了解到百货大楼又要举办珠宝文化节,明牌首饰提早动手,对店面进行了全面装修,又对道具进行了升级。这次活动中,明牌首饰将特别推出极品钻饰、吊坠、戒指、耳钉等一系列最新款式的产品,而且独一无二。

张东玲说,明牌钻石平常最低也才打到8折,而这次活动,为了吸引老顾客,并带来更多的新顾客,首次低至6.8折。同

时,黄金每克优惠15元,铂金每克优惠25元。

“在这次珠宝文化节上,我们特别拿出10枚精品克拉钻进行展示。”金克拉珠宝河南区经理陈惠介绍说,为了让顾客在活动中享受到真正正的实惠,他们将平常最低打8折的饰品调低至6折,并且只要购买金克拉,无论数额大小,都有相应礼品赠送。

更诱人的是,针对百货大楼此次活动,金克拉特别推出了788元、888元等不同价位,而且推出不限量的特价款钻石。



宽敞明亮的珠宝专柜

新玛特金博大店

重点品牌推介催生营销新亮点

大商新玛特金博大店,永远不会缺少目前国际零售业最流行的“SHOPPING MALL”时尚元素。作为大商集团最早在郑州布下的“棋子”,该店以多元化、多业态、多品类的商业魅力招揽着奢华与品位,并以此迅速形成了独有的优势,被视为郑州最具代表商圈——二七商圈的领军人物,新玛特金博大店一直以来还通过各种独具特色的营销活动,引领着中原时尚潮流。

晚报记者 白贺



新玛特金博大店一楼中厅

五一促销提前启动

每年的五一假期是公认的销售旺季,众商家在此节点必定会推出各色促销活动,而且从惯例上往往都会提前。就目前郑州市场而言,各大商场品牌同质化较为严重,且折扣力度基本一致。在此背景下,新玛特金博大店提前从细节着手,详细地分析顾客的需求和品牌的状况,适时地对惯用的营销模式和手法进行了转换和细化。据该店负责人介绍,为了迎接今年的五一假期,金博大店提前一个月就开始准备货品了。届时,商品的陈列和商场的局部环境都会和平常不太一样。“顾客期待尊崇的礼遇,为此,我们准备了餐点、鲜花,甚至还准备了恰到好处的演出,就连车位我们也会提前协调好。”

本周末,新玛特金博大店采用品牌主导的策略提前一周启动五一促销活动,商场和品牌将以最大的活动力度回馈顾客、以最好的货品为顾客准备,用最优秀的员工为顾客服务三个方面达成共识,重点打造奢华新装,全场50个重点品牌会以酒会的形式出现在顾客面前,现场配合品牌折扣、商场赠礼、真人模特展示、行为艺术展示及外场互动等形式回馈新老顾客。届时,新玛特金博大店将演绎一场完美的品牌盛宴。

在体验式消费的时代,众商家纷纷开始摸索“潮流与文化”相结合的营销理念。新玛特金博大店在推广品牌的同时,对于文化营销手段的挖掘也是不遗余力,举办大量有文化、内涵的公关和公益活动,力图让消费者得到精神层面的享受。“创新营销理念的形,不但使新玛特金博大店成为文化传播的平台,也把消费者带到了经典、流行、时尚的最前端。”新玛特金博大店副总经理曹东说。

重点品牌推介成热点

促销活动,顾名思义,是促进销售的手段,很多时候是繁琐、浮华的。但归根到底顾客购买的是商品,没有心仪的商品,再低的折扣也是无源之水。进入2010年,新玛特金博大店突破创新,秉承着大商集团郑州地区集团总裁皇甫立志先生提出的“让顾客快乐购物”的思想宗旨,重新考虑经营销售的策略并进行了调整,将商场的重点品类推向销售市场的前端,以重点品牌创造新的销售支撑点,并开启了该店春、夏装新品上市以来的新气象。“作为一个成熟的商业企业,要想走得更远,就要根据市场及时转变营销策略。目前,广大消费者对奢

侈品及高端品牌认可度不断提高,我们也要抓住契机,打造一个奢华高端的理念,以点带面促成一个全新的局面。”新玛特金博大店副总经理曹东介绍,以后的促销活动,锁定的就是某些重点品牌,这些品牌首先要考虑的是货品配比要适销、库存要充足,而且必须是新款,其次才是品牌自身的回馈活动。例如,能打折的,不做返券;能赠本品牌商品的,不去外采礼品。能调用资深销售人员的不用外聘临时促销等。

据了解,新玛特金博大店拥有近600个高、中端品牌,在市场不断发展的今天,消费者的

需求不再仅仅局限于商场的各种营销活动,而是对商品的品质、定位、服务等更加关心,这些也都注定了零售业在营销策略方面必须要转变。“商场直接面对的是广大消费者,我们在跟进市场需求、了解顾客的同时,迅速地调整营销策略,重点推介消费者热衷的国际、国内一线品牌。”曹东表示,近期新玛特金博大店在重点品牌推广上着实下了很大的工夫,郑州第四届女性时尚购物节、大商新玛特郑州金博大店时尚购物专场、2010春夏流行时尚发布会、西服节、中国最大黄钻奢华展等内容,将该店的重点品牌展现在消费者面前。