

## 新玛特郑州总店“宝马之夜”收官 五条主线并行 联盟营销再升级

“宝马之夜”，“中行之夜”，“鑫苑之夜”，“杰克琼斯之夜”，外加130个重点品牌联手答谢酬宾，新玛特郑州总店点燃了消费激情。

6月30日晚，新玛特郑州总店“宝马之夜”完美收官，客流量、销量均创新高。同时，这也标志着大商新玛特郑州总店联姻汽车品牌营销系列活动获得圆满成功。

晚报记者 袁瑞清 许琳琦



▲新玛特郑州总店一楼中厅的宝马630i引来不少消费者驻足观赏。



►悠扬的小提琴声为新玛特郑州总店部分品牌增色不少。



◀免费冷餐为新玛特郑州总店赢得了极佳的口碑。

### “宝马”开走，“杰克琼斯”还在继续

当天下午5时，新玛特郑州总店门外广场，九辆宝马整齐排列，广场上一个超大的液晶显示屏正在播放宝马汽车的宣传片，静静等候消费者的到来。

在一场浪漫的“雪舞”中，“宝马之夜”款款而来。现场消费者排起长队等待入场，豪华晚宴正式开始。

记者随着客流步入商场，随处可见“宝马”的印记，特别是中厅内一辆宝马630i，吸引了众多消费者的围观，成为耀眼的主角。

而更加值得一提的是，两款千万级的翡翠产品也重装亮相，这也是郑州首次出现单价千万级以上的奢侈品。

除了宝马外，新玛特郑州总店还汇集了多个行业的知名企业。鑫苑地产的楼盘展示也在进行；中国银行的业务咨询、办理柜台前，围着不少消费者，该行特为当晚的活动推出了刷卡有礼等优惠活动。

活动的优惠力度让很多消费者大呼过瘾，比如50%的商品全场五折，万宝龙、爱是唯一、SKII等130个重点品牌回馈客户等。

当天晚上的另一大特色活动——“杰克琼斯之夜”也拉开了序幕，这是新玛特郑州总店营销模式的又一次创新。

“宝马”已经开走了，但精彩活动仍在继续。比如“杰克琼斯之夜推广周”，将从6月30日持续到7月11日，主要以夏季商品促销为主，活动力度也将创郑州之最。据悉，部分产品的折扣将在五折以下。

### 联盟营销升级，“好戏”还在后面

这一两个月来，新玛特郑州总店联盟营销做得如火如荼，“奔驰之夜”、“奥迪之夜”等活动均是获得社会效益和经济效益的双丰收。

这种联盟营销理念在本次“宝马之夜”中表现得最为明显，除了“宝马之夜”外，还有“中行之夜”、“鑫苑之夜”、“杰克琼斯之夜”，加上商场组织的营销活动，五条主线同时并行，给消费者带来了更多消费体验。

“五条主线并行来做，强化所有联盟单位的重要性。”新玛特郑州总店总经理孙亚杰认为，“宝马之夜”掀起了郑州商界营销的新浪潮。

数据显示，“奔驰之夜”重点联盟品牌鄂尔多斯在当晚6小时的营销中就创下了50万元的非凡业绩，“奥迪之夜”当晚，该商场的交易量达到近600万元。

奔驰河南代理商郑州之星市场总监陈政良说：“和百货商场联盟做回馈活动，很好地增加了奔驰品牌对于潜在客户的影响力。”

“商场营销运作，必须时刻求新求变，做到场场有进步、有升华。”孙亚杰认为，“这次我们把联盟营销做大，就是为了把联盟企业的资源整合得更加充分，从而释放出更大能量。”

孙亚杰表示，经过前面几次的名车之夜，商场携多家联盟企业共同发力于“宝马之夜”，并采取几条主线同时进行的营销模式可以说是一次新的尝试。这种不断推陈出新的营销模式商场会继续做下去，在未来的几个月，会给消费者带来更多新颖富有冲击力的营销活动。

## 周末，新玛特金博大店年中庆启动

# 百余品牌参与 夏品能淘到五折实惠

7月3日~4日，新玛特金博大店年中庆活动将正式启动。其间，商场将以百个重点品牌为主导，推出大力度优惠措施。

“将活动周期缩短为周末两天时间，将在短时间内集中挖掘最大限度的消费潜能。”新玛特金博大店一名负责人表示。

晚报记者 袁瑞清 许琳琦

### 淡季营销从六月就开始了

一年一度的年中庆，新玛特金博大店似乎来得较晚一点。

但该店负责人表示，其实从父亲节开始，金博大就已经启动了淡季营销活动，“年中庆，将作为此次整体淡季营销活动的先锋队。”

他表示，为了将淡季做成旺季，此次活动以新玛特金博大店投入为主，最大程度地给予品牌供应商支持，提升淡季销售，最终获得双赢的目的。

“虽然我们看似较同行业的步伐晚了一点，但是一整套循环有序的淡季营销方案，显示了金博大店的‘老成稳重’，反而步调更准、



更快、更强。”该负责人说。

### 八重措施打响“优惠战”

第一重，百货服饰全场夏品五折起，并打出任何商品买贵双倍赔付的承诺。

第二重，7月3日当天，化妆品、国际餐厨名品全线专享10倍高倍积分。

第三重，商场以100个重点品牌，折后现金购物满400元特例商品满1200元返50元的力度，并且仅限7月3日一天，但是所返的礼券

可以在7月3日至4日营业结束前使用，针对第三重的全客层活动。

第四重，该店延续并赋予重点会员特权，商场至尊卡顾客在全场购物现金满400元、特例商品满1200元返50元。

第五重，会员积分当钱花，每500分冲抵50元现金使用。

第六重，针对会员顾客，服务再度升级，无论在任意地点购买的皮具、皮鞋、珠宝、服饰品类，商场将进行免费清理熨烫的服务。

第七重，品牌助兴新玛特金博大店年中庆，ONLY品牌首度呈现2010年度大型特卖会，全场将低至五折。

第八重，商场消费顾客凭当日购物小票或发票就可参与外场足球嘉年华盛会。7月5日，黄健翔将亲临现场，精彩解球。

丰富的活动内容、“足不出户”的嘉年华盛会，新玛特金博大店无论在营销活动上还是在文化营销上，着实给二七商圈增添了文化、时尚元素，同时也给中原消费者带来了7、8月传统淡季的营销盛宴。

## 本地

## 商讯

### 华润万家 免费派发《南伴球》



华润万家的服务得到消费者的认可

由本报精心打造的世界杯特刊《南伴球》深受郑州市民的喜爱，目前，该特刊推出的足球竞猜活动火爆进行中。即日起，凡在华润万家超市购物即可免费领取获赠《南伴球》特刊。

据悉，华润万家是华润(集团)有限公司旗下优秀的零售连锁企业品牌，同时也是中国最具规模的零售连锁企业集团之一。近日，华润万家26周年庆与联合利华、百事、乐事、雅培、和路雪、曼秀雷敦等公司联合举行大型促销活动，另外，千种商品低价促销，零度可乐500毫升仅需1元，原叶绿茶1.25升原价4.20元现价仅需1.99元，来福2.2升陈醋原价13.8元现价仅需5.90元……

晚报记者 袁瑞清 周倩

### 雅鹿·自由自在 新品发布会上周日举行



众多客商参加新品发布会

上周日，“2010年雅鹿·自由自在新品发布会暨河南省招商会”在兴亚建国饭店举行。据悉，雅鹿·自由自在品牌创立于2003年，2010年初，雅鹿·自由自在事业部应势而生，对雅鹿·自由自在在进行全方面地重新调整与包装，最终将“雅鹿·自由自在”打造成为雅鹿第一个全系列时尚休闲品牌。雅鹿·自由自在品牌定位为动感、时尚、个性、青春，锁定18~35岁的现代年轻大众消费群。为了进一步打开河南市场，进而确立雅鹿·自由自在的市场地位，该品牌负责人称，在下一步的市场拓展策略中，注重少而精，以低成本运作，以开拓市场为主要思路。“在对目标市场及消费群体做好消费行为分析的基础上，考虑增加网络等新兴销售渠道的销售比重。”

晚报记者 白贺 童聪 文/图