

百脑汇  
Buynow

STUDIO



序目

2013年,大商电器河南分公司实现利润、销售双达标;实现销售5亿元;销售同比增长40%。  
郑州晚报记者 樊无敌 文/图

大商电器  
实现利润与销售双达标

影片梗概

回顾2013市场,大商电器河南公司攻坚克难,2013年,实现销售利润、销售双达标;河南地区实现销售5亿元;销售同比增长40%。

以上3个数据无声无语,但家电行业的业内人士,却透过这几个数据,看到了金灿灿的金色收益和一呼百应的市场话语权。而普通消费者感受到的,则是整整一年的、热闹非凡的、人声鼎沸的销售现场。

导演

大商电器河南地区总经理  
李亮



2013年,大商电器河南分公司被总部评为年度利润、销售“双达标单位”,被集团评为十大“创利先进单位”。

2013年,是大商电器转变经营模式、锐意进取的一年。今年,大商电器始终保持40%的增长速度领跑河南家电市场。郑州的家电市场是一个充分竞争的市场,在家电连锁零售业竞争同质化的时候,作为行业领先者,仅有好的战略还不行,还要有很好的管理体制,这就对2013年的大商电器提出了更高的要求。今年现代化的经营机制,减少了不必要的流程管理,大幅削减了经营成本,并充分调动起各店铺的积极性。

策划

大商电器河南地区采销总监  
王琦



提高营销观念和营销策划创新能力成为大商电器2013年取胜的关键。在营销上,缩减营销费用,创新营销方式;资源集优,借力造势;寻找异业联盟,扩大辐射半径;提升全员营销的作战力,打造了最强营销团队。

今年的五一、十一、店庆、集团庆等活动中,适时运用组合拳,保证了每档活动的资源集优,低成本扩销。

营销不难,难的是又精又准。以前,大商电器习惯的做法是机关枪扫射,要支付很高的成本;现在,改为“点射”,锁定目标客户,细分消费市场,节约广告成本,达成资源集优,直接命中目标。

大商电器河南地区营销总监  
孟露



如果说营销是企业发展的动力,那么商品无意就是零售卖场发展的根本。

大商电器每年家电销售量和销售额都在郑州遥遥领先,因此各家电品牌都乐于把最新款、最畅销、最实惠的家电商品优先特供给大商电器。在多年的家电零售经营中,大商电器与国内外众多知名家电厂商缔结了亲密的合作伙伴关系。为了把更多的利润让给消费者,大商电器一直坚持与各大家电厂商提前订货、直接对接,从中节省大量的销售成本,最后将这部分节省下来的成本全部以特惠的形式释放给消费者。

PRODUCTION

百脑汇  
立足精准营销赢得市场

序目

2013年,百脑汇将重力放在学生消费群体上。众所周知,学生是IT卖场的消费主力军,因此,百脑汇郑州店所做的活动都是围绕吃、喝、玩、乐来吸引人气,从而增加买气,这类活动不仅有效配合了实体销售,更侧重给消费者带来实惠。 郑州晚报记者 樊无敌 文/图

影片梗概

百脑汇郑州店位于郑州市东风路与文化路交叉口向东300米路北,自2004年开业9周年以来,百脑汇始终坚持“价廉物美,服务百分百”的理念,以“诚信、踏实、创新、服务”的八字真经指导企业的经营。

今年,百脑汇商场企划商服部门一层一层地甄选,务求给消费者带来最精准的产品、最实惠的价格。而且百脑汇的精准营销也带给广大消费者一个明确的购买方向,他们针对白领、学生、儿童推出不同的企划活动。比如,在儿童节推出儿童特价数码产品,在妇女节推出“女人我最大”活动,在学校推出“学生开学季,购物有惊喜”。百脑汇的活动力图渗透到各所高校,成功地举办了校园才艺大赛以及校花大赛等以学生为主题的商场企划活动。同时,利用网络OTO的平台,只做宣传,不作销售。在百脑汇的官网及微信最大限度地宣传了企业活动,比如进店送好礼哈根达斯、电影票免费领,0元特卖会送优盘,网上比价百脑汇最实惠。

导演

百脑汇IT大卖场店总经理 刘维明



的环境和高标准的服务。同时,也往往让人联想成一种标准。经过新一轮的席位调整、整顿维修、商场布置,愈加展现出国际化品质。经过精装修后的品牌区格外的漂亮,每个品牌厂商都竭力展示着各自品牌的魅力。

过去的一年,百脑汇优秀管理团队在打造五星级的五代店上也下了不少工夫,自行举办及联合商家厂家进行高密度线上线下市场活动,加上丰富的广告宣传资源,不但为厂商提供更好的终端宣传渠道,帮助进驻商家创造收益,宽敞购物环境亦将会为消费增加消费乐趣。这一切以保障商家和消费者共同利益为主导的经营方式终得到了商家和消费者的共同认可。

2013年,百脑汇主要围绕打造五星级的五代店这个中心展开各项工作。刘维明说:“五星级IT五代店,就是要把它作为百脑汇建设的一种理念,一个目标。”五星级,往往代表着一种高品位的消费享受,高档的设施、优雅

策划

百脑汇行销部经理 郭沛



动中,力求创新、精准的服务广大消费者。

在中国传统节日中秋节巧遇国庆节以及百脑汇九周年店庆之际,百脑汇推出的“三节同庆,全场一折起”活动受到了众多高校学生及白领消费者的青睐,活动当天人流量达到30000人次。同时带动了一楼笔记本、二楼大数码、手机、四楼OA办公耗材等商家生意,场内人员络绎不绝。同时有更多企划及厂商买赠活动,以及校花大赛决赛。活动在商场企划部门及各支援部门的共同努力下取得了圆满的成功。

商场行销企划部是百脑汇公司的引路蜂,在2013年,郭沛踏实、务实的做好每一次企划营销活动。在每次活

PLANNING