

大商新玛特郑州金博大店

商圈金地标系列报道之五



改变,从每一个细节开始

访大商新玛特金博大店各楼层经理

时至今日,也许还有人在为2010、2011年传统百货零售行业的黄金增长期在津津乐道。然而,我们不得不承认,当下中国传统零售业高速增长的时代已经渐行渐远,新一轮革命正拉开帷幕。今年6月,作为河南传统百货的典型代表,大商新玛特金博大店坚决地迈出了转型的步伐。在5位忙碌在一线的各楼层业种经理看来,转型最核心的环节在于“思维的转变”,改变必须从每一个细节开始。 郑州晚报记者 王一品/文 慎重/图

“让国际潮流和郑州消费者亲密接触” 金博大店精品百货楼层经理 董红克

面对复杂的零售市场环境,就在众多同业者还在犹豫观望、激烈争论是否要转型的时候,大商新玛特金博大店率先打响了转型升级改造的第一枪。

“为什么要调整?其实我们的初衷从不曾改变,就是要让消费者‘买得起,买得到’。”金博大店精品百货业种经理董红克表示,“重新装修后的金博大一楼明亮、时尚又富丽堂皇,而且在中厅空出300多平方米的场地,专门用于品牌新品发布会等重大活动。以珠宝品类为例,这是金博大的优势品类,必须

做强做大。不仅全新引进了意大利米兰珠宝品牌 ILIONNO 和香港知名的英皇珠宝,还能为消费者提供全球独一无二的会员量身定制服务,还要成为河南百货行业中品牌最多、品相最全、价格最具竞争力的商场。”

在女鞋方面,未来将扩大到48个品牌,并增加进口女鞋及时尚女鞋,同时也保留了传统女鞋的强大阵容。

董红克认为,升级后的金博大一楼最具悬念的还属化妆品区域,因为2014年年底这里将引进几个一线进口化妆品品牌,值得期待。

“让女装跳出同质化” 金博大店少女少淑楼层经理 黄玲

作为金博大二楼的负责人,黄玲主抓少女、少淑品类。可以说,这个业种与网购的“矛盾冲突”是最大的,而且也是传统百货中同质化相对较严重的地带。

“未来的百货店,当然还是要以购物为主,但是绝不再是单纯的购物,而是要在购物的同时满足消费者体验式的多元需求。说白了,百货要‘嫁接’体验式消费。”黄玲说,“调整完成后的金博大二楼,不仅是在面积上、品牌上扩容,而且会在时尚流行度上、休闲舒适度上有翻天覆地的变化。届时,您可以在这里享用斗牛士牛排、必胜客、哈根达斯、DQ的美味,也可以随时到ZOO COFFEE咖啡享受午后的阳光。

为了让零售区域更加活跃,我们还穿插了一些新奇好玩的专柜作为点缀。比如来自韩国的希多蜜美瞳隐形眼镜及潮流墨镜,其不仅拥有上百种款式的产品,还能提供体验式服务。希望提升眼部妆容的爱美人士可以随时到这里免费试戴。”

除了增强体验感,金博大二楼此番调整的另一个关键词是“跳出同质化”。“少女装更注重潮牌的引入,少淑装更强调设计师风格。从整体上看,将适当缩减同质化严重的少女品类,放大个性、时尚的少淑品类。”黄玲介绍,“8月底,二楼约70%的女装将陆续调整到位,‘精致’是我们希望呈现给消费者的第一感觉。”



“让辣妈更具时尚感” 金博大店副总经理兼淑女贵妇楼层经理 翟相添

印象中,以前的金博大三楼囊括了男装、男鞋和贵妇装,略显庞杂,动线也不够清晰。因此,这次调整,3楼自然成了动静最大的楼层之一。

据翟相添介绍,升级后的金博大三楼,客群定位更加明晰,就是要“瞄准”70后这一“主力消费大军”。大淑装、贵妇装、精品内衣女包外加童装的品类组合,让这个楼层俨然成为时尚辣妈的购物天堂。

“女性消费者永远是商家关注的焦点,而现代都市女性

消费群体具有‘三高’特点,高学历、高收入、高职位。精明、干练是这些新女性的特质,她们在购物时更讲究品质消费、理性消费。面对这样的消费群体,商场想不改变都不行。”翟相添表示,“全新亮相的金博大不仅拥有两个楼层的女装,而且在客群定位、品类结构、区域划分、动线设计、便捷服务等方面都更加明晰,让您一进门就能找到自己想要的东西,随意逛逛就能看到令人心怡的商品。”

“让高端不失受众面” 金博大店男士休闲楼层经理 张勇

把一个楼层都拿来做法男装,这在河南百货圈里并不多见,但金博大就要这么干。“调整后的金博大四楼要打造一站式的男装馆。”金博大店男士休闲业种经理张勇说,“我们要让这里成为‘男人的世界’。所谓一站式,就必须做到品牌齐全、品类细化。就像男士休闲装,其实可以细分为商务休闲、时尚休闲、高尔夫休闲、户外休闲等各种不同场合、不同需求的休闲装。今后,这些细分的品类您能在金博大四楼都能找到。之所以要分得如此细致,就是希望在错位经营的同时能尽

量减少男士购物的时间成本,毕竟爱逛街又有空来逛街的男士太少了。”值得注意的是,此番男装调整最大的亮点在于少绅服饰。这个随着80后、90后成长壮大的品类,如今成了传统百货商场的新宠。“高端而不失大众面,是我们所追求的。”张勇表示,“在不乏高级定制的基础上,金博大男装会扩充少绅品牌,尽量照顾到各种客群的不同需求,让男士的可选择性更大。此外,楼层还会配以男包、男鞋、精品配饰、望远镜、打火机、钢笔等,来丰富更多时尚男士的工作与生活。”

“让精品超市百货化” 金博大店家居生活楼层经理 李园园

近几年,郑州开始出现“精品超市”的概念,里面大多数货品都是进口食品。位于金博大负一层的大商超市也将随着金博大的全面升级而变为精品超市,并更名为“U Life超市”。对于这个洋气的定位和新名称,金博大店家居生活业种经理李园园认为,其绝不等同与其他专营进口产品的精品超市,而是要做真正的“精品”。“进口也好,国产也罢,我们不会拘泥于货品的产地,而是要把各地的精品摆上架,尤其要突出咱河南本地的精品。”李园园表示,“曾经,超市就意味着大而全,如

今要反其道而行之,追求专而精。我们会借鉴百货化的经营方式,打造品牌旗舰店,举办特色商品节。比如今后的‘好想你’专柜,将是最大、最全的,该品牌全系产品在这里都能买到。再说费列罗巧克力,会在这里开体验馆,也是河南唯一的一家形象店,小朋友可以在此亲手制作巧克力。与此同时,还会适时推出糖果节、韩国商品节等营销活动。”据介绍,未来金博大负一楼不仅有精品超市,还有极草、同仁堂等保健品类的旗舰店,也有来自韩国的知名美容店,堪称一个时尚家居生活馆。

特别推荐

大商卡,优势多多

- 1 网络更广阔: 大商集团全国店铺通用,居家旅行必备
- 2 使用更便捷: 携带方便,支付便利,购物省时又省力
- 3 购卡更实惠: 购卡送礼,购物积分,多重优惠全年享
- 4 服务更贴心: 办卡便捷,送卡上门,优质服务不停歇
- 5 省钱更经济: 多次使用,余额续用,精打细算每一分
- 6 购物更顺畅: 百货、超市、家电三大业态消费无阻碍