



细分顾客、细分市场、细分业种、细分服务…… BHG 时尚百货,就是你的密友

创新营运模式 倡导品质生活

随着多元化科技、人文、需求的不断推动,传统百货正在面临着前所未有的机遇和挑战。“要想不被淘汰,必须发生质变。”意识到这一点的百货企业有很多,但真正在营销理念中践行此道的却微乎其微。

BHG 时尚百货(北京华联)作为众多传统百货中日渐突围的一员,显然在前瞻性营销战略的执行上成了先行者。2012年,入郑10年的 BHG 时尚百货率先升级蝶变,在河南百货业掀起了一股“百货购物中心化”的转型之风。2013年,全新亮相的 BHG 时尚,提出“共同编制品质生活之美”,衍生出“社交化消费、互动化消费、智能化消费”为主的创新营运模式,为消费者提供更多体验感和增值服务。

这个元旦,乐享 BHG“快时尚”

茶啡茶:茶啡茶以现代时尚为基调融于东方传统元素,传承中国传统空间装饰经典元素融合时尚咖啡馆温馨浪漫装饰风格,打造新中式东方美学店面环境,提高了外在和主题质量,使每一杯茶的形象更加完美,顾客在听、看、闻、品的过程中,产生喜欢的特殊感觉,体现千年中国茶文化的独特魅力。2014年12月26日-2015年1月3日,会员充值送礼品,充300元送35元,加送价值56元圆鼓杯;充500元送60元,加送价值89元3D卡通杯。

呷哺呷哺吧台式涮锅:全国作为首创最大规模的吧台式涮锅企业,呷哺呷哺以其新颖独特的就餐形式和亲切温馨的家庭式服务走出了一条属于自己的中式快餐之路。其成功之处就在于本着卫生为首、营养为要、大众为本、关怀为上的经营理念,倡导健康美味源于专业品质的品牌概念,让每位顾客在享受健康美食的同时,感受时尚、惬意的就餐氛围。呷哺呷哺创建十年来,力求突破中餐量化的瓶颈,已经形成了颇具规模的经营管理流程和统一化标

细分会员顾客,强调特色服务

在百货业千店一面的局面下,价格一度成为百货商场最后的杀手锏。但是,频繁打折促销不仅打乱了百货店与品牌商的活动节奏,也扰乱了正常的价格体系。“今后的百货商场,不单单是在‘售卖’,无休止的价格战,无异于杀鸡取卵。”

引入非常规业态,找寻新的增长点

近几年,百货业遭遇艰难时刻,有危机也有机遇,一场全行业的洗牌不可避免。在经受市场洗礼的过程中,自然有挺住压力、敢于创新者,BHG 时尚百货就是要做“第一个吃螃蟹的人”,引入非常规业态来找寻新的增长点。

今年五一前,“MR.X 密室逃脱”在 BHG 亮相,其不仅是河南目前最好的密室逃脱游戏场所,也是品牌连锁密室游戏项目首次进驻郑州的传统百货商场。

BHG 时尚百货郑州店营业部经理单洁表示,“百货店靠打折促销换来的良好业绩只是短暂的,当消费回归理性后,低价带来的销售动力将逐渐减退,而真正能打动消费者的是更有特色、更具人性化的服务。所以我们才强调细分顾客、细分市场

明年 BHG 会以大数据系统来了解每一位会员的所需,并进行有效推送,力求每一次营销活动都站在顾客的角度去考虑。这种无微不至的服务和亲切舒心的购物体验是百货商场的最大优势,也是其仍有市场生存空间的关键所在。”

“通过细分业态,引入非常规业态,BHG 可以继续放大优势品类,同时保持更多目标客群的忠诚度。”单洁说,“我们的核心顾客目前主要集中在25-40岁,80后、90后居多。因此,所有的调整、升级、转型、细分等工作,自然是围绕着他们来做的。举个例子,最近我们正在着手解决‘如何让男性顾客愿意陪女人逛街’、‘如何让时尚辣妈逛街购物和陪伴孩子两不误’等问题。这些实际问题,

就是最爱逛商场的30岁左右女性最关注的事儿,BHG 正不断增设更多水果吧、冰店、休闲吧、儿童游艺、母婴室、特色餐饮等配套服务设施,这些服务性业种的引入,一是旨在打造出体现人文亲情的企业文化,二是服务于本楼层服务的主要客群的配套,BHG 不仅要成为顾客的购物天堂,更要成为顾客的时尚咨询师、闺蜜、知己,能够实实在在地为顾客解决烦恼。”

焙的品质,为了让你品尝最好的烘焙产品,我们坚持最纯正的欧洲传统工艺,每一个产品都经由铂金发酵,用心制作。元旦期间充100元送30元,充200元送80元。

树袋熊儿童乐园:树袋熊儿童乐园是中国首家打造室内主题乐园的第一品牌,儿童乐园采用分区主题设计,设计有游乐区、益智区、游艺娱乐和益智开发相结合,满足不同年龄、爱好、性格的孩子的需求。专门针对1-10岁孩子设计的系列玩具,这里是孩子们的健身房,不但可以开心玩耍,还可以锻炼身体平衡和协调能力,更有助于动脑发散思维的手工坊。12月31日-1月4日充300元送300元,任意充值或正价消费即送圣诞小玩具。

鑫海汇海鲜自助烧烤:鑫海汇餐饮连锁管理有限公司是一家国内大型餐饮连锁企业,是目前国内具有规模的健康烤肉自助餐厅,餐厅配置有世界最先进的BLO远红外烤炉,保证你烤出的肉品细腻纯正,同

时还汇聚了巴西钎烤,日式铁板烧,北京烤鸭等特色烧烤大全,辅以精美新潮的各式档口,自酿鲜啤,集中、西美食特色的自助餐厅。将于2015年2月份开始的鑫海汇郑州店,位于BHG百货的5楼,经营面积达1200平方米,品类齐全,郑州的吃货可以一站式大饱口福。

MR.X 密室:MR.X 全机械真人版密室将国内外风靡已久的线上逃脱冒险主题的虚拟电子游戏,以及海外制作的高评价系列密室逃生电影搬入现实,在密室内植入新锐电子科技,物理机械运动,装置艺术,建筑学,天文学,化学元素等,所有现场道具都采用古董改良精工制作,营造出富有质感的工业风欧式怀旧古宅。位于BHG的MR.X 密室郑州店经营面积2000平方米,有5大系列密室,希望让郑州的玩家在充满创意和体验性的益智类真实情境的密室逃脱体验馆,为年轻层的娱乐提供更具人性化的乐趣和新鲜度。1月1日至3日参与活动,通关玩家即送礼品。



BHG 百货还引进了BQ鲜榨果汁、DF冰激凌、鑫妍丽莎女子生活馆、发源地美发、三星多媒体中心等服务项目。购物、休闲、生活,打造一体生活化的购物场所。

特色餐饮娱乐品牌推荐

BHG 时尚百货(北京华联)为了打造购物、休闲为一体的流行时尚消费场所,在不断调整品牌的同时,积极引进餐饮娱乐项目,更贴近家庭式消费。临近元旦,不妨带上家人,来 BHG 一起品味快乐和时尚吧。

这些点赞
值得关注
商企

见证和褒奖

近年来,随着互联网的兴起与渗透,“电商、O2O、体验、文化”已成为新时期商业行业发展的关键词,而改变传统商业模式、拓展百货营销渠道似乎已成为业界共识。那么,传统百货业转型的核心竞争力究竟是什么?在 BHG 时尚百货看来,就是“细分”——细分顾客、细分市场、细分业种、细分服务。
郑州晚报记者 王一品

中原商业
行业
迎新特辑