



河南国美 门店明年有望突破 100 家



这些点赞
卖场
值得关注

见证和褒奖

2014年,在家电行业一片低迷的状态中河南国美业绩逆势上扬,上半年和下半年的业绩增长都在两位数以上。对此,河南国美总经理张峰说:“这一切源自于‘以顾客为中心’的策略,源自于对符合顾客需求的商品配置,源自于河南国美能征善战的团队。”
郑州晚报记者 樊无敌 文/图

破冰里程

2014年,国美集团快速调整经营策略,真正回到“以顾客为中心”的方向上去,与市场紧密结合,从商品配置、店面环境、价格优势等各方面不断提升。

“在价位方面,国美加大了‘一步到位价’的实施力度,凭借国美集团1400亿的经营规

模和特殊定制类商品的大单采购优势,在家电产品各尺寸段、各规格段做到了价格全覆盖,尤其是核心尺寸段上,国美的价格更具优势。”张峰说,“有了好的商品和好的配套服务,开店就变得很容易。河南国美实现了门店的快速复制,仅从8月份至今的4个月里,河南国美的

新增门店就达到了7家。另外,河南国美还拥有一支能征善战的业务团队,尤其是90后的业务员,他们更具备互联网思维,更了解顾客的需求,吸收和创新的能力非常强,给河南国美带来了新的思维和活力。”

2015年,要离顾客更近,河南国美将在二级市场继续加

密,三级市场纵深发展,进入“全面提速”时代,到明年河南国美的门店有望突破100家。张峰说,在2015年,河南国美将加强“以顾客需求为导向”的经营策略。比如:明年,河南国美将建设更多的苹果手机专卖店、三星手机专卖店,并且设置在门店最显眼的位置。



张峰
河南国美电器总经理



袁宁
河南国美电器采购总监



刘萌
河南国美电器广宣部部长

回顾2014

“电商快速崛起,百货、服装等各种品类都受到了异常凶猛的冲击,标准化程度最高的家电行业,受到的影响最大。”2013年张峰离开河南到北京国美履职,今年夏天再度回到郑州,在北京工作了一年,张峰颇有感触,他说:“今年,河南国美在店面体验、价位调整、网络建设等方面,都做出了很大的创新和改变。”

这一年,国美依旧坚持,并加强做好用户体验,提高顾客满意度。众所周知,大家电是高体验的商品,顾客往往要亲身体验之后才能买到称心如意的产品,而网购在这一点上是天然缺失的。针对这一点,河南国美加大了在店面体验方面的投入,坚持真机展示和实际操作相结合的方式,让消费者零距离接触并试用想购买的产品。在国美商城路店,广告机,比价机器就放置在楼梯口的显然位置,通常置于卖场角落的服务中心也被安排在门店入口处,处处显示出国美将顾客体验的重视;其次,我要对员工说声感谢。大家的辛苦付出,从最基本的“三米三声”服务,到风雨寒暑无阻的快速送装,国美的发

一线感言

站在年末,我深味的是:家电行业的特点就是“节奏比较快”。

回望2014年,除了全国性的节假日外,每个周末、每个单店都会举办各具特色的优惠,同时,国美还加大与家电品牌供应商的联合,每年3月份,联合空调厂家举办“万人空巷抢空调”,借助世界杯联合彩电厂家举办不同品牌的内购会、团购会,还有冰洗、厨卫家装电器、生活电器根据不同节点举办的节日。国美还针对学生举办了专题活动,如:3C暑假、旅游装备、开学装备等活动。

作为采购总监,我首先是确保卖场各品类不缺货、不断货,型号、品牌齐全,确保促销活动落到实处;其次是采购中心团队建设,跟得上国美创新步伐、提升团队整体执行力;最关键的一点就是与供应商达成深度合作

营销出彩

关系,通过大单采购、联合营销等手段降低价格。

活动有亮点才能让更多的人关注参与。刘萌为了让国美的每一次活动都取得效果最大化,除了传统节日促销外,他和他的团队还为国美量身打造了“河南国美十三周年司庆”、“828国美德化店72小时不打烊”、“双11颠覆日”、“开年大惠”等营销活动。

在国美一年一度的“8·28”活动中,广宣部通过微信互动、微博互动,为粉丝们提供了大量的大品牌低价电器,不仅赢得了更多的粉丝关注河南国美,而且,也开辟了更好的互动渠道,接收消费者的信息反馈,同时,也进一步开阔了河南国美营销空间。

目前,为迎接即将到来的元旦,刘萌和他的团队策划了主题为“开年大惠”的优惠活动,活动从今天到1月5日,以国美二七德化店领衔,全郑州市区内国美卖场都将参与这场大型优惠活动,折扣、直降、抽奖、送赠,绝对让消费者元旦购得开心。

中原卖场
行业
年终报告