

商家决胜江湖 营销唱主角

本报记者 武妓



近日,《中国好声音》的热播为浙江卫视夺得收视新高,网友们纷纷转载和热议也使其再次升温,节目中选手惊艳亮相,各自拿出杀手锏以博得评委的青睐和观众的掌声。

不过,好声音才是王道,对于郑州消费市场,好的营销手段也才是制胜法宝,商家们恰似各路选手,先后使出招数,从优惠促销、场景布置到人文关怀和微博营销,“比赛”热火朝天、精彩绝伦,究竟唱的怎样,还看消费者给不给“I WANT YOU”的信号。



制图 毛洁

栏目记者 武妓

常态:手段多样化

曲风决定路线,同时彰显自身的特点与喜好。商家们自打“出道”,便已选定方向,为可观的销售业绩唱好营销这出戏。

记者了解到,优惠促销是最普遍的一种营销手段,郑州市大部分商场根据不同情况全年贯穿,最明显的莫过于新世界百货郑州店,折扣力度大吸引了众多消费者的青睐:部分服饰3折起,折后满减再减……这种营销手段通常还会搭配抽奖、赠礼、游戏等环节,以现金和实物兑现增加诱人指数。

如果优惠促销是家常便饭,那么人文化的营销手段则别开生面。据介绍,人文营销具体表现为主题展和展板留言、明星见面会等。主题展一般应用于购物中心,对于郑州而言实属新鲜,目前中原万达广场和国贸360广场均已举办过恐龙展等主题系列展。人文营销走的是温情路线,在这个过程中,场景布置和主动式服务作为显性因素功不可没。

此外,无节造节和微博等也是商家们惯用的营销手段。在营销淡季,商家们借周年大庆搞活动,像永乐电器7月份举行的13周年店庆优惠折扣活动,而大商新玛特郑州总店、河南郑州百盛等商家也都注册了官方微博。

PK:难分胜负

在商家看来,同行之间的竞争更像一场博弈,尤其逢年过节,各种营销手段铺天盖地,霸气袭来。那么,究竟哪种营销方式最“厉害”?

通过走访,记者发现郑州大部分商场夏装已进入季末清仓阶段,并伴随“满就送”和“直接折扣”,作为直接性优惠促销,丹尼斯新闻发言人徐祺称,消费者最喜欢商品在价格上直减,能免去复杂的流程,而有些活动虽优惠力度大,消费者还要计算赠券怎么用,买多少才划算,如此,消费者的购物旅程并不畅快。

在吸引消费者眼球方面,主题系列展并不输于优惠促销。据了解,购物中心的大体量正好能使主题系列展发挥作用,长时间的展示能吸引更多消费者驻足,从而增加客流

量,还能令本无购物欲的人们去消费,同时,主题展的文化气息在满足人们的好奇心之外,又形成良好的口碑效应。

然而,相比线下营销,线上营销的效果更显而易见,微博营销具有强大的传播性,且覆盖面广,网友在第一时间获得商家的活动信息,及时参与互动,这个过程拉近两者之间的距离,还为商家树立形象,重要的是微博营销成本最低,但看似完美的微博营销也有弊端,信息稍纵即逝,当关注数大时,有些信息不能保证网友全部接收,另外,单纯发广告会降低网友的吸引力和转发率,抽奖环节一旦操作不好,会使商家信誉缺失。

这些丰富的营销手段,各有长处,也免不了缺陷,在几个回合的比拼之后亦难分胜负,但依然为商家和消费者服务着。

声音:共赢最给力

“其实有时候会觉得,商家的这些活动只是一个幌子,买东西时并没有多少优惠,不过,还是希望天天打折,折扣越多越好。”在北京华联百丽专柜试穿皮鞋的王女士说。

消费者普遍认为,买到物美价廉的东西能瞬间提升幸福感,实惠才最实际。想要得到买账,商家从消费者的心理需求出发。徐祺说,营销活动就是给消费者一个购物的理由。

“主题系列展揽人气,节日促销能改善经营状况,目标都是为了增加客流量和销售量”中原万达广场媒体对接人彭晓彦告诉记者。“有利可图”是消费者钟爱的,能买到便宜的商品再好不过,“有利可图”也是商家策划营销活动的动机和目的。

据了解,通过有奖转发活动,中原万达广场的官方微博粉丝量剧增,得到了较好的宣传效果,而在新世界百货郑州店,其完善的会员制度也得到消费者一致好评。商家的营销活动带给消费者福利的同时,也增加了自身效益。

专家表示,随着竞争的加剧,商家与消费者、商家与商家需实现共赢才能促进市场的良性运转和协调发展,当然,这个共赢一定是相对的。

七夕、中秋、国庆……随着节日的接踵而来,郑州消费市场将逐渐进入旺季周期,对于商家则又是一次“大显身手”的机会,如何突破销售业绩?如何令消费者欢心?且看商家们驾轻就熟的营销招数。

消费资讯

中绿粗粮王健康达人秀启动



本报讯 近日,知名绿色健康饮品中绿粗粮在厦门启动“中绿粗粮王健康达人秀”,特设百万代言基金在全国范围内征集健康达人。只要你身怀绝技,并与中绿粗粮王一起倡导绿色健康的生活理念,就有机会赢取中绿粗粮王的百万代言基金。

中绿集团董事局主席兼总裁孙少锋在启动仪式上表示,“中绿粗粮王健康达人秀”是中绿集团“全程绿色”的重要一环,中绿集团不仅要生产绿色健康的粗粮王,更要倡导绿色健康的生活格调。为此,本次健康达人选拔活动不是为秀而秀,而是为秀出健康,健康达人要通过才艺彰显健康理念。

此外,中绿粗粮王一向热心公益,不忘回馈社会,在启动仪式上一举捐助厦门市教育基金会60万元用于资助30名贫困大学生顺利完成学业。孙少锋说:“中绿集团一直将公益事业列入集团发展的核心内容之一,在未来,中绿粗粮王还会以更多的形式帮助那些经济上有困难的优秀学子,并希望引起全社会的关注,共同为莘莘学子尽一份力。”

目前,中绿粗粮王健康达人秀已经在全国火热开展,近期将走进郑州,参与者可在海选现场进行报名,或直接登录爱奇艺“中绿粗粮王健康达人秀”活动官网上传达人视频。作为中国第一个以“绿色健康”为主旨的大型全民健康真人秀活动,“中绿粗粮王健康达人秀”引领了一种新的健康生活时尚,与中绿集团“全程绿色”的理念相得益彰。业内人士称,全新的理念,史无前例的海选规模和百万代言基金支撑,中绿粗粮王健康达人秀势必会在全国掀起一股健康达人风。(郝双之)

白象问鼎食品行业“诺贝尔奖”

本报讯 第十六届世界食品科技大会日前在巴西召开,白象食品集团摘取“全球食品工业奖”,这也是全球方便面企业首次获此殊荣。

此次方便面爆冷获奖令人颇感意外,一向被视为“垃圾食品”的方便面居然凭借“营养”获得国际大奖,这颠覆了大众的固有认知。此次获得全球食品工业奖的“精炖大骨面”,采用“大骨熬汤、骨汤和面”,对传统东方骨汤浓缩还原工艺进行创新,将“营养”概念首次引入方便面行业,从传统的“白水泡面”升级为“骨汤泡面”,博得了70多个国家专家的认可。

据悉,白象“精炖大骨面”一经推出,便在中国方便面市场中脱颖而出。白象食品集团执行总裁杨冬云介绍说,2011年,白象精炖大骨面上市仅一年,就完成了从1亿元到20亿元的销售增长,月增长率达到163%,创造了中国方便面行业单品的销售神话。

杨冬云表示,“评委会能把全球食品工业大奖授予白象,除了对白象精炖大骨面产品的肯定外,更多的是对白象长远的前瞻性和白象对方便面行业的健康引领价值的认同。作为中国方便面行业最大的民族品牌,白象将继续在“大骨面”品类上深耕细作,推出更为高端的骨汤产品,满足消费者对健康、营养的方便面的需求。”

据了解,世界食品科技大会是由国际食品科技联盟主办每两年召开一次的权威国际会议,“全球食品工业大奖”被誉为食品行业的“诺贝尔奖”,只有为世界食品行业发展做出突出贡献的产品才有机会获此殊荣,此前蒙牛冠益乳、王老吉凉茶曾先后获此奖项。(周丹)

时尚娱情

励志剧取景开封 罗嘉良穿越成“赵匡胤”

本报讯 近日,由大千天下传媒投资拍摄的青春时尚励志喜剧《青春不够用》移师开封,在开封清明上河园取景。香港演员罗嘉良饰演北宋王朝建立者赵匡胤,与剧中另一主角哈妮所饰的赵匡胤进行一场精彩的隔空对话。

拍摄现场,罗嘉良以一身皇帝造型现身,为“80后”新生代演员们跑起了龙套。此次出演《青春不够用》,他坦言,“我之前很少一部戏中饰演两个角色,这次看到剧本很好,和主创团队也很聊得来,算是一拍即合,让我过了把戏瘾。”

选择古都开封作为外景地,剧组也特别花了一番心思。《青春不够用》有别于其它的室内剧,加入了大量的外景戏份,并移师古都开封取景。感受古都风情、探访清明上河园、与帝王赵匡胤对话。制片人段东涛认为,开封古香古色别具韵味,一群时尚的年轻人来到这里,他们的时尚潮流与开封的古典质朴立刻有了鲜明对比,这种视觉上的冲突以及文化上的冲突会体现得分外明显。

《青春不够用》是一部讲述“80后”青年追求梦想、追求爱情、为理想而奋斗的电视剧。除了一众各具特色的“80后”主演,该剧最大亮点即是强大的“绿叶”班底。嘻哈包戏铺的高小攀、小品演员句号、著名喜剧艺术家方青卓、郭达、黄宏、李琦以及香港演员罗嘉良等均参与到拍摄中。(姜浩)

联通宽带 又好又快

装宽带

就拨10010

不出门、不排队、一个电话装到位

网络稳

积淀数十年“老邮电”网络、技术优势,铸就精品网络

网速快

联通宽带大提速 引领网速新时代

服务好

快速装机,即装即用

费用省

用联通宽带 送3G智能手机



温馨提示:

1. 宽带提速活动在全省逐步开展,具体信息可咨询当地联通营业厅或登录<http://ttsu.kuandai.net.cn>查询;
2. 联通宽带客户办理指定融合产品或参与促销活动,即可获取相应3G智能手机。



www.10010.com 10010

广告

七夕约会 带上你的真爱信物

对于恋人来说,每一次约会都弥足珍贵,如能永恒便求之不得。在这个唯美的中国情人节,如何给对方“独家记忆”增添一些浪漫格调呢?不妨带上用心甄选的礼物,来份惊喜。

For her



←Tiffany&Setting 钻戒采用经典的铂金六爪镶嵌将钻石托嵌于戒环之上,更大限度,更全面地呈现蒂芙尼至臻钻石所折射出的耀目光芒。

→周生生「YuYu」品牌臻致系列,碎钻与单颗美钻的分离与结合,旨在表达女人的不同气韵,或灵动轻巧,或高贵典雅,或卓尔不群。



↑谢瑞麟Saxx融乐钻饰系列18K白色黄金钻石耳环,糅合中西设计元素,个性兼时尚。

For him

←Ronde de Cartier Astrorégulateur 天体恒定重心装置腕表,来自卡地亚高级制表系列,无论在何种垂直状态下,都能避免地心引力对计时产生的干扰,表达男人无惧挑战的精神。



→欧米茄海马系列海洋宇宙45.50毫米Ceragold计时表,表圈采用了创意非凡的Ceragold全新材质,以特殊工艺将18K红金与锆基陶瓷完美融合,实为全球首创。

