

你是爱,你是暖,你是希望,
你是人间四月天

快乐消费走进家乐福

家乐福不再高高在上



家乐福位列世界 500 强企业,但是曾几何时,这个光荣称号也是一柄双刃剑。“我们曾经在市民中做过调查,市民对家乐福的印象居然是一——像钟镇涛一样的中年发福大叔,实在有趣”,家乐福广告部潘经理谈到这点时,依然忍俊不禁。

“亲民路线我们一直在执行,本土化策略也一直作为一个重点进行推广,但是自从那次调查之后,我们更加关注细节,切切实实关注民生,贴近大众生活,这个转变也是我们自身的一次升华和涅槃。”

低廉的价格、卓越的顾客服务和舒适的购物环境,各家大超市都在挖空心思做,可是家乐福是如何闯出一条“不寻常”道路的呢?

民生南京人 民生家乐福
家乐福自 2009 年以来,全城联动,掀起“1358 风暴”,均价 1 元、3 元、5 元、8 元的产品,专门划定陈列区,民生产品大放送,海量低价小额商品,等待市民来“淘宝”。

这些民生商品的设置也特别讲究,主要是在月末,消费者家庭支出透底的时候,消费行为理性和谨慎的时候,特意推出巨量优惠日用品,贴心考虑消费者的诉

求。“真正考虑消费者的感受,为消费者提供特价商品,是我们的快乐,更是消费者省钱的快乐!”

家乐福 福到家

在家乐福的员工看来,“1358 风暴”只是贯彻战略的一个战术动作,虽然实施效果极好,但是归根结底,根本性的“家乐福 福到家——营销战略”才是决定家乐福落实本土化的重中之重。

所谓“家乐福 福到家”战略,分解为“可持续发展到家、关爱到家、价格到家、惊喜到家”,涵盖了环保、商业道德、本土员工福利、提供低价商品应对通货膨胀、保障新鲜度等概念,将中国传统的“福”的基本价值观与世界 500 强企业的国际视野紧密结合,这将进一步推进家乐福在中国的迅猛发展。

潘经理继续跟记者解释,“快报不是提倡快乐消费嘛,我们也一直在实践快乐消费这个主题呀,家乐福因为自身定位的原因,我们认为,性价比高才是真正的快乐源泉,低价商品是重要,但是某些时候让消费者充分分享‘淘货’的乐趣,不也是消费心理学的极致体现吗?”

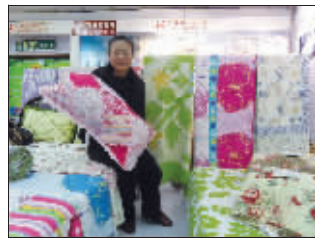
快乐消费走进太平商场

传统百货特色开道

和新兴时尚百货靠环境取胜不同,南京有那么一批传统百货,靠特色的服务同样给消费者带来了愉悦的购物心情,拥有 60 多年历史的太平商场就是其中一个。头顶“南京羽绒服第一家”光环的太平商场,在特色经营上不遗余力,岁末的“购物狂欢节”和外贸商品上的优势,也在这家老牌百货商场的忠实老客们津津乐道。

“1986 年,太平商场举办第一届羽绒服博览会的时候,运货的卡车还没停稳,抢购的市民已经开始动手了。”回忆起当年,太平商场的一位老员工仍觉得历历在目。如今,“买羽绒服就到太平商场”已成为南京人的口头禅。

值得一提的是,就在本周,南



京首家外贸商品专营商场也正式登陆太平商城。“每年的 4—10 月份,是羽绒服的销售淡季,引入外贸内销,将给商场带来新的增长点,同时,也为外贸企业找到了新的出路。”太平商场常务副总经理张玉华表示,由外经贸局组织的这些外贸公司,在性价比上特色明显,内销市场大有可为。

快乐消费走进华联商厦

提档升级 老牌百货新生

上个世纪 90 年代初,南京人都记得这样的称赞:“欲购精品名牌,请到友谊来”、“只领风骚一百年——穿在华联”。友谊华联,给几代南京人留下了深刻的记忆。去年,提档升级的友谊华联商厦全新亮相新街口,焕发出勃勃生机,新的购物环境和新的品牌结构给顾客带来了全新的体验。

与此同时,友谊华联也在品牌结构上进行了优化重整。首先是强化淘汰和引进力度,先后引进了中国黄金、香港名门珠宝、瑞贝卡、伊伴、贝拉维拉、沙驰、卡帕等众多国际国内知名品牌,同时对场内商品结构有问题、产品定位不适宜,经营业绩不理想的品牌做了大范围的梳理和淘汰。调整后的新友谊华联,不仅秉承友谊和华联之传统特点,让“友谊珠宝赛皇家”进一步走近平民百姓,使更多的人欣赏、收藏和佩

戴,同时,进一步强化穿在华联的特色,让“穿”字更加时尚,更加有品质和内涵,提升“穿”之品位,提升时尚度和品质水准,更好地服务消费者。女鞋形成了以百丽、瑞贝卡、千百度、百思图等品牌为主的品牌群,男女装也构成以国内国际知名品牌为主体,以海派、京派为主要特色的阵容,运动类则形成以耐克、阿迪、卡帕、茵宝、李宁、乔丹等畅销国内外的一二线品牌为主的骨干框架,五楼更凸显市政府指定、南京市场独树一帜的外贸专营特色,更加符合时尚、休闲的大众消费需求。不久的将来,友谊华联商厦还将全面改造出新,成为新街口又一标志性建筑,同时场内品牌进一步提档升级,融入新街口西区中高端消费,并呈现更加专业化。细分后的品类和品牌形象,凸显其主题化中高端百货特色。

金桥市场 JINQIAO MARKET

提档升级

全面启动

升级改造中……

不便之处敬请谅解

- 江苏省著名商标
- 国家级中心批发市场
- 第三商圈核心地段 区位优势显著
- 建筑面积将达 8 万平方米
- 引入先进统一的经营管理模式 打造现代商业空间

盛情招商 火热预订中……

- 欢迎有志与金桥市场共发展之士加盟。
- 欢迎文化、办公、针织、箱包皮具、百货、饰品、床上用品类等品牌区域总代理商、经销商加盟入驻。

面积净扩

19000 平方米

倾情惠卖

文体大户室、针织大户室迁至中楼层一层。

● 全场文化用品、办公耗材、体育用品、针织内衣春季大酬宾!



焕彩新张 敬请期待

