

夺回被代购占领的市场

——专访benefit中国区品牌总经理胡伟雄

装扮成古代侠客令狐冲的胡伟雄,用一袭长袍、一顶假发诠释了benefit的文化——搞怪、欢乐、大胆。近日,隶属于奢侈品品牌LV的彩妆品牌benefit宣布进驻淘宝商城。benefit中国区品牌总经理胡伟雄表示,与其让海外代购占领网上市场,不如直接推出官方旗舰店,让品牌多渠道实现发展。

拓展线上渠道

电子商务的飞跃式发展让不少传统企业侧目,但大部分传统高档化妆品仍然是通过专柜、专卖店形式进入市场。在胡伟雄看来,中国消费者的购物习惯正在发生着变化,许多人开始尝试代购和网购,benefit上线官网和入驻淘宝商城,就是希望发展多渠道营销。胡伟雄一再强调:“各渠道均衡发展很重要,哪里有足够的市场,就应该发展到哪里,毕竟对于企业来说,赚钱是根本问题。”

与许多尝试网络销售的传统品牌不同,benefit新品大面积上线,且不打价格战。胡伟雄表示,要维护品牌的形象、品质、服务

和价格同样重要,“我们不是靠价格取胜,我们卖的是benefit的质量以及贴心的、欢快的服务”。他说。

除此之外,由于开设实体店有一定的成本压力,并且扩张速度不可能太快,所以对于实体店覆盖不了的城市,网络渠道是一个很好的补充。资料显示,在11月11日当日,benefit淘宝商城旗舰店35%的商品卖到了三四线城市。

电子商务能够提供的各种数据,是商业企业最为看重的。胡伟雄认为,再没有比淘宝商城和支付系统提供的数据更全面、更有用的了。针对这些数据,企业可以更全面地了解消费者的需求,也可以制定更精准的销售、服务计划。

“目前国内的垂直类高端消费品、奢侈品网站还没有优胜者。”



不同网店定位有别

其实,在今年3月份,benefit已经上线了自己的品牌官网。该官网有销售功能,也有与淘宝商城类似的活动和优惠。对于品牌企业来说,进入更多的平台,并不像开发过多的品类那样可怕,因为“能卖出产品”是最重要的事情。

品牌官网和淘宝商城在胡伟雄心中,也有着不同的定义和功能定位。

他认为官网更像是品牌形象的展示窗口,而淘宝商城的销售、推广意义更强。

记者注意到,benefit的官方网站并不像淘宝商城旗舰店那样在首页展示多种商品,而是仅将商品作为官网的一个元素,更多的空间留给“修眉”等其他线下业务,以及品牌故事和文化。

据了解,淘宝商城benefit旗舰店只上线一个

月,点击量已是其官方网站的4倍。仅在11月11日当天,benefit淘宝商城旗舰店的销售额就已超过百万元。

胡伟雄表示,在美国benefit40%的收入来自修眉等服务业,这部分业务是线上顾客不熟悉,也没有办法享受到的。如果消费者在其他渠道知晓benefit的商品后,可以通过官网了解其他的服务性消费以及个性化的Party活动、体验活动。

高端网站需提高竞争力

作为LV旗下的彩妆品牌,对于benefit来说,摆在其面前的网络销售平台很多。目前国内垂直类高端消费品、奢侈品网站很多,并且十分活跃。艾瑞咨询资料显示,今年上半年在已披露的12起融资案例中,这类网站的融资总额达2.83亿美元,达到历史最高水平。

虽然胡伟雄表示不排除日后会进入上述网站销售,但与此同时,他表示作为品牌商对于渠

道的要求是:网站应具有核心竞争力,应拥有最大的客流量、最高的转化率及最专业的营销方式。

胡伟雄认为,目前国内的垂直类高端消费品、奢侈品网站还没有优胜者,在前景光明、市场庞大的同时,也同样意味着它们需要一段摸索的过程。他针对这类网站的现状提出了三个问题,首先,网站的产品足够丰富吗?其次是目标客户群会光顾网站吗?再者高端消费品和奢侈品的折扣价格合理吗?

胡伟雄的观点得到了国内咨询机构的认同,在艾瑞咨询最新推出的报告中提到,当前,奢侈品网购行业仍处于发展初期,大量网购用户没有消费奢侈品的能力,而有奢侈品消费实力的用户通过网络购买的信心依然没有建立起来。艾瑞咨询建议这类网站应面向不同用户群施行差异化经营;或以产品服务取胜,重视用户口碑传播。

本报记者 何衡柯

零售业一周要闻速读

网购

工商部门认定高朋网售假天梭表

工商部门7日发布消息称,市工商局朝阳分局团结湖工商所已认定高朋网所售“天梭表”均为假冒商品,其供货商授权书也系伪造或无效授权。某大型B2C网站内部

人士透露,电商平台销售的低价奢侈品大多来路不明。

点睛:不知道高朋怎么想,要是一家商场这样做买卖,肯定离关门不远了。

呼哈网被曝欠薪内讧

知名奢侈品购物网站呼哈网遭遇“欠薪门”事件,并且被曝90%员工已辞职。黑客将呼哈网创始人连庭凯的照片贴在官网,并写道,“连庭凯欠公

司全体员工保险、住房公积金半年之久,且拖欠工资,现在不见其人”。

点睛:为什么总和负面新闻如影随形,是不是该从自己身上找找原因。

淘宝“双12”促销10分钟破亿

由淘宝打造的“双12”促销活动开始。12日凌晨刚过1分钟,就有超过250万用户“下手”,在10分钟

内,淘宝网成交金额突破1亿元。

点睛:网商还有多少资本可以透支?

百货

商场纠结明年假期安排

消费者有时间才能消费,商家自然深谙此道。明年的假期安排一公布,紧挨着的放假安排让各商场傻了眼。“明年元旦和春节

离这么近,对商场来说不是什么好事。”一位商场负责人表示。

点睛:明年1月京城零售业怎么过成为焦点话题。

“80后”消费奢侈品现五大特点

日前,《2011中国奢侈品报告》首次将目光投向中国“80后”群体。报告显示,更乐观、更自我、更崇尚主流品牌、更数字、更追求购买价值成为以

“80后”为主体的年轻奢侈品消费群呈现的五大特点。

点睛:面对特殊的中国市场,奢侈品牌可能会对品牌战略进行调整。

百盛开拓缅甸和泰国市场

马来西亚百盛集团计划进入缅甸、泰国和菲律宾等东南亚新市场,以从该区域快速经济增长中获益。

2013年上半年在柬埔寨

设立第一家店。该公司视缅甸、泰国和菲律宾为潜在市场。

点睛:由于市场竞争激烈,东南亚市场可能成为新的“香饽饽”。

超市

家乐福首批农产品“出国”

45吨山东栖霞的苹果和梨通过家乐福水果和蔬菜采购中心的下属机构——蔬果茂(SOCOMO)运往欧洲,这是其在国内出口的

“第一单”。据悉,蔬果茂的农产品已出口到全世界的16个国家和地区。

点睛:“请进来”的同时,更应该做的是“走出去”。

网曝物美冰柜有老鼠

近日,一则“北苑物美超市货柜发现老鼠”的网帖引发关注。网友王先生称,7日傍晚,他去该店购物时,看到装火锅调料的冰柜里有一只活老鼠,店员将老鼠拽出处理,王先生随手拍

了照片。物美北苑店店长热线回应该照片系合成,王先生则表示绝未合成,没有造假诬蔑物美超市的必要。

点睛:面对传闻,超市的态度首先应该是“纠错”,而非撇清关系。

全国农产品合作社4.76万个

中华全国供销合作总社最新数据显示,全国供销社系统目前已发展4.76万个农产品类专业合作社。各地供销社着力落实

“农超对接”,快速发展农产品连锁经营。

点睛:“农超对接”该是起到更大作用的时候了。

本报记者 张帆/整理



北京稻香村

承中华智慧 融现代精神

弘扬中国食品文化

网址: www.daoxiangcun.com 电话: 84043305