

· 闲话家居 ·

城外诚,玩的是爆破建的是体系

吴厚斌

7100万元、7600万元、1亿元、1.17亿元……这四个数字,是城外诚2012年四次爆破营销的销售额。在被视为“家居寒冬”的年度里,城外诚通过四次创意营销,收获这样的业绩,被业界称为奇迹。

奇迹是如何创造的?人们能够感受到的是,每次活动启动之时,城外诚卖场拥挤的人群、占满的车位、各个专卖店的气球、收银台的炮声,很少注意到的是,城外诚员工和入驻厂商销售员的笑容。这笑脸,折射的是成功的喜悦,更是付出的回报。

如果没有城外诚的战果,人们对爆破营销的认识,不过是扫扫楼盘、发发传单、降降价、营造点气氛、在固定的日子做一次团购。城外诚却用自己的实践告诉人们,所谓“爆破营销”,就是精准营销,是把所有火药、雷管、引线放在最好的时间、地点、位置集中引爆,通过精准市场客户定位、精准目标区域定位,锁定顾客群体并集中进行轰炸式营销,其带来的全员互动与对同行客户的抢夺,威力无穷。

爆破营销首先改变的是家居卖场管理者的观念。在市场大好时,卖场是品牌展示和销售的平台,卖场收租金收得手软,对厂家的服务微乎其微。城外诚引入爆破营销理念,对员工进行了深刻的洗脑:坐等顾客上门不行了,必须走出去,寻找精准顾客。由坐商变行商,这种观念变化带来营销思路的变革,调动的是每个卖场员工的积极性,从此厂家销售不再与卖场无关!

其次,爆破营销需要的是行动。很多企业都在做爆破,可做了一两次就偃旗息鼓了,原因就是太依赖专业公司,没有形成自己的行动计划。城外诚头两次爆破营销是别人指导做的,后两次全是员工自己操办的。无论夏日艳阳当头,还是冬天寒风袭人,一个个行动小组举着标牌、喊着口号,毅然决然地出发,去实现既定的目标,那是多么的豪情!

第三,爆破营销整合着广泛的资源。对城外诚来说,上千个楼盘的信息全部掌握,1200个入驻厂商的用户信息全面共享,每次活动前期300名楼盘营销团队地毯式搜寻,派发的宣传单就达50万份,而另外300多名电话营销团队打出的电话超过100万个,100个电话只有4个有回馈,依然乐此不疲,这需要有多大的耐心!

如果你看到四五十岁的老太太,能够融入一个团队里,与同伴们手挽着手、肩并着肩,用最高的声音喊出自己承诺的目标,放开大步展示自己实现目标的姿态,一定不会惊奇这个团队会创造出令人刮目相看的成绩来。这正是城外诚历次爆破营销中出现的动人场景。玩的是爆破,建的是体系,或许是城外诚营销奇迹的真正秘诀所在。经过四次成功的爆破营销,城外诚实际上已经建立起一个强大的精准营销体系,知道客人在哪里,明白如何让客人满意,通晓厂商的需求是什么,这样的体系,怎么不会战无不胜?

· 微论坛 ·

资深装修人士曝家装业“潜规则”

“我只需在给房主提供的清单上做记号,就能从中拿到回扣。”建材商一看电话就知道是谁介绍的客户,交易成功后,建材商便会支付相应的回扣。“无论是木工、泥瓦工还是水电工,都会吃回扣,这种现象几乎到处存在。”一位资深装修人士爆料。

◎薛石石:没回扣设计师只能每月拿一两千元的工资,你觉得谁愿意干?只是好的设计师收的是商家的钱,黑心的设计师才和商家一起抬高价格骗客户的钱,所以建议找个大点的公司装修吧。

◎我想我是双眼皮大眼睛:总不能不装修或者都自己找材料吧,所以有时候只能这样,多给钱少麻烦。

◎定军山1978:不用爆料,都明白。哪行没有潜规则?你潜别人的时候别人也在潜你。

本栏目由《北京商报》与新浪家居微博合办,更多精彩博语请登录jiaju.sina.com.cn/weibo查看。

栏目编辑:赵中昊

“双11”冠军一个月后退款率达36%

全友网销数据被疑造假

全友网销遭疯狂退款

在“双11”疯狂销售30天后的12月11日,记者登录全友家居官方旗舰店时发现,在“店铺30天内服务情况”中赫然显示,退款率达36.26%,其中,因未收到货造成退款的有11674次,占退款总次数13976次的83.5%。

据悉,一个月前,在天猫商城掀起的“双11”大促销中,全友家居官方旗舰店以成交额突破1亿元的业绩成为天猫家居品牌销售冠军,跃上天猫商城当日全品类销售排行榜第三名,成为“双11”家居业最大的赢家。

然而,光鲜的销售数据却在一个月之后因为高得有些离谱的退款率而变得不再光鲜,引发业界一片哗然。“退款率在10%以内是可控的,全友家居退款率高达36%显然不正常。”守正伙伴投资管理有限公司联合创始人潘守正告诉记者。

配送乏力原因遭疑

在惊人的高退款率面前,全友家居方面的口径基本保持一致,给出的答案都是“配送问题”。

12月10日,针对高退款率的问题,全友家居一位姓许的电商负责人向记者解释:“我们的配送体系更多依托专卖店,有些区域专卖店没有覆盖到,但是‘双11’人们购买很疯狂,客服人员根本没有时间与客户详细沟通,基本上都是直接接单,有些空白市场的订

在“双11”疯狂促销过去一个月之后,光鲜销售数据背后的秘密也逐渐浮出水面,以超过1亿元的订单纪录夺得天猫“双11”家居销售冠军的全友家居官方旗舰店爆出了高达36%的退款率,引起业界一片哗然。全友家居方面“配送体系不健全导致退款”的说法,难以令人信服,相反,以刷单等方式虚抬销售数据的质疑,让全友家居这个“销售冠军”背上了“造假演员”的嫌疑。

全友家居官方旗舰店店铺30天内服务情况

	本店值	行业均值
平均退款率	0.59天	小于 2.23天
近30天退款率	36.26%	大于 5.81%
近30天投诉率	0	小于 0.02%
近30天处罚数	1次	大于 0.09次

注:数据截至2012年12月11日

是一件一件地买家具,而不是全套,而全友很多家具是整套卖出的,这就方便刷单者进行操作。将其与同样在天猫上取得良好业绩的曲美的客单价进行对比就会发现,曲美的家具比全友贵得多,而客单价却只有不到2000元。二是“销售冠军”的诱惑力,使得全友家居可能铤而走险。即使后来被揭出数据造假,前期“第一”的宣传已经深入人心,不会付出太大代价。

全友家居“双11”销售存在造假行为也可以从天猫的官方公示中得到证实。全友家居官方旗舰店的“店铺30天内服务情况”中显示,“因虚假交易,被处罚1次”。具体是何“虚假交易”尚不得而知,却已经将全友家居由“销售冠军”的宝座推向了“造假演员”的尴尬位置。

本报记者 谢佳婷/文
宋媛媛/制表

聚焦十里河

让买茶成为时尚 让品茶成为流行

十里河特色街首现茶超市

商报讯(记者 赵中昊)长期以来,十里河特色街一直是经营家居、建材的地方,但随着东方博宝、十里河奇石花卉城等文化卖场崛起,这条特色街也成为京城著名文化集散地。以今年5月18日开业的大方国际茶城为例,这里不但成为十里河全新文化地标,甚至还抢了京城茶叶一条街马连道的风头。近日,这里兴起的一种茶超市,更悄悄地引领着茶文化的潮流。

记者在大方国际茶城三层的一家名为“聚茶超市”的店内看到,无论是买茶过程还是品茶体验过程,都与传统的茶店有很

大不同。一进入“聚茶超市”,映入眼帘的便是一排排精美的货架,货架顶端按照茶叶、茶具的品类分别标注着不同的名称;货架上则整齐划一地摆放着各式各样的茶产品。导购人员表示,在这里购买茶产品就像在超市里购物一样,顾客可以根据提示牌找到所需茶产品门类,然后在货架上选择自己需要的,到款台统一结账,十分便捷。

和传统茶店里的茶产品不同的是,这里的茶产品价位都比较低,最低十几元,最贵也鲜有超千元的,一套从台湾引进的纯正汝窑茶具,仅售528元,而同样一款

茶具在商场里价格能翻4倍。这里的茶产品还非常新颖,例如一款装在小口袋里的整套茶具,是专为旅行者设计的;一款镶着金边的具有英国风格的白色茶具,也是在别处很难找到的;至于符合现代人生活习惯的电子茶具等,更是吸引着人们的好奇目光。

在“聚茶超市”里,顾客不但可以随意选购茶产品,还可以根据需要随时在店内享受品茶。超市周围分别设立了几个品茶间,坐着一些正在品茶的人。这里的茶艺师都是年轻漂亮的女孩子,别看年纪小,却有很多年泡茶的功夫,通过她们熟练地

操作着温杯、润茶、倒茶等工序,一口口甘甜温润的茶水便流进嘴中,真是十足的惬意。据超市负责人李蒙介绍,这里是大方国际茶城唯一一家以超市模式经营的茶店,自开业以来,这种新颖的购茶模式吸引了很多年轻人的追捧,从而让买茶成了一种时尚,让品茶成了一种流行。

喝茶可以养颜也可以治病,冬天还是饮茶的上好时节,如果你也想体验一下全新的购茶方式,不妨来十里河特色街上的大方国际茶城里转一转,定会让你对茶叶的理解更深刻。