

11月15日-20日,由翠微集团旗下翠微百货、当代商城、甘家口百货三大品牌,八家百货商场参与的翠微集团第十九届购物节今日登场。这场延续了19年的购物盛宴,已成为享誉京城甚至影响到全国的营销品牌。

虽然北京已进入冬季,无数的翠微忠实粉丝却热情高涨、摩拳擦掌。今年登场的翠微集团购物节又将释放出哪些“万有引力”?翠微人又准备好哪些家式的服务开门揖客?让我们循着引力,一起走进翠微……

用“心”做成的“万有引力”

翠微集团第十九届购物节今日登场

引力一 32万种应季新品 95%参活率

“今年新品上货了吗?”刚进入11月,翠微股份物流管理部部长胡萍就格外忙碌。她和同事每天都要挨个核对各供货商的购货节备货情况,检查商品质量。

事实上,这种忙碌早在购物节3个月前就开始了……

“零售的生日,消费者的节日”,翠微人本着一个“诚”,营造一个“节”,让顾客体验一个“实”,感受一个“新”,买到一个“值”。购物节期间,翠微八店百货类商品,大部分品牌单品7.5-8折,还有满赠活动;当日累计购物满100减20元,当累计购物满1000赠50元电子礼券,单次购物满19元以上再赠500会员积分。

光打折还远远不够。在胡萍他们提前为购物节进行的筹备中,最重要的是尽可能让各品牌的新品参加活动。

中国有句俗语,“买的没有卖的精”。看到打折,有人会想是不是甩库存,但翠微是实实在在的打折,准备的都是人们需要的应季新品,龙头品牌,提前3个月酝酿方案,翠微百货各店的男女女装、化妆品、鞋帽、儿童用品、家电、家居家纺用品等采购经理9月就开始跟供货商沟通谈判,这一切都是为了保证顾客买到尖儿货。

今年冬天冷得早,翠微所有的采购经理在跟品牌商沟通时都会特意提醒:要上架冬季新品。现在,商场里各品牌的冬品都陆续上货。

最有说服力的数据是数字,今年购物节,翠微准备了32万种新品,同比增长了40%左右。品种参活率96%,新品参活率95%。这也是翠微购物节屡创销售奇迹的杀手锏。

在特定时间推出特惠商品,今年共有63个品牌,10个品类参与“限时抢”。这些品牌中,绝大多数都是类似北面、哥伦比亚、狼爪等大品牌。虽然折扣各不相同,但都低至5-6折。

活动有多大的引力?不光是熟悉翠微的顾客,就连自家品牌的导购员,由于自己上班不能买,都会交代家人过来“抢购”。

精明的老客们会提前来转场,挑好要买的货品。连着好几年购物节都来扫货的李琳已经转了一个上午,一直关注翠微购物节的她,特意从廊坊开车过来,提前“踩点”,就打算一直逛到抢完了货再去集中结账。“玩”的就是一种体验,还是喜欢实体店的品质。”她得意道。

前两年还会提前在商场拍价签的唐雪今年淡定了很多,“不用拍了,翠微,我信得过”。她了解到,翠微购物节每年都会提前一个月锁定价格,从根本上杜绝了虚假打折。“真诚的服务加高品质保障的实惠商品是翠微永远的卖点。”

在购物节的最后两天,翠微店、牡丹园店、龙德店、清河店、大成路店还会推出3000套福袋,福袋种类共有13种组合,500多款商品,与市场价打一个,与市场价打一个,与市场价打一个。

“真货比海外代购还便宜”。看着活动PP上的商品清单,翠微自己的员工都这样感叹,策划部门两名新晋晋升为奶爸奶妈的员工,也准备了一款进口婴儿奶瓶,准备到时抢购。

“顾客是翠微的根基,购物节的立意就是真诚回馈顾客,感谢顾客这么多年的厚爱。”翠微相关负责人诚恳地说。

实惠、新品、品质……这或许就是翠微购物节近20年仍火爆京城的引力之一。

引力二 有买、有玩、有看、有惊喜的大Party

让活动更精彩,服务更尽善尽美。翠微人在张罗货品和优惠的同时,考虑的还有顾客的购物体验,让顾客不仅能买到超值商品,而且通过各种主题营销活动,通过丰富多彩的商品展示、演示、体验,让顾客享受时尚与潮流,能吃能玩,看表演、抽大奖,甚至带机器人回家……

“每年翠微购物节是那个购物和娱乐的大Party。”翠微的忠诚顾客李娜说。

为了做好这个大Party,翠微八店餐饮类、服饰类等品牌店,推出折扣、试吃、送礼品等精彩活动,让顾客在购物之有的点,有的吃的、有的玩的、有的买的”。翠微股份物流管理部部长助理张丽燕介绍,同时,翠微店会送出生日礼,翠微超市也推出220个超值大礼包,满额赠礼等多档精彩活动。

11月2日当天,一场名为“翠微乐派对”的演出将在翠微拉开序幕,这场翠微与顾客同庆的活动,现场不仅有互动魔术、小丑杂技表演,创意平衡车舞蹈、动感小提琴等精彩好看的节目,让顾客大饱眼福,更让人心动的是,切蛋糕之后,顾客还能现场参与抽奖,抽出包括平衡车、台式组合音响、空气净化器、项链吊坠,以及胶囊咖啡机等在内的大奖。

自11月18日起,翠微各门店连续3天都有落地活动,卡通小丑与小朋友进行互动、赠送小朋友气球翅膀参与巡游;疯狂动物城的朱迪、尼克、闪电和小朋友合影,带领顾客一起狂欢。

有11月18日出生的会员,就更幸运了,凭本人身份证件,当日100名顾客能在翠微百货翠微店领取价值100元的抵用券。

“办一个活动,要经得起时间的检验。”采访中,翠微负责人屡次提到。

以顾客满意为目标,千方百计丰富顾客购物体验,带给顾客更多体验乐趣,这或许是翠微购物节每年能迎来数百万客流的引力之二。

引力三 46万官微红包雨 71万银行刷卡礼

网络让生活变得便捷。紧跟时代潮流的翠微当然不会放过新媒体营销阵地。

今年购物节,“手机控”顾客不仅能提前抢红包,网购翠微货品到家,还能直接微信办电子会员卡,享受会员福利。

11月2日下午,翠微在官方微博上发出一封会员邀请函,两个小时后,点击量便超过2万。目前,翠微集团30万会员数,公众号粉丝用户突破10万。

这两年,翠微成立了全渠道项目组,升级微信公众平台,引入移动支付,搭建了微购商城,尝试建立更为品牌的沟通连接渠道。

翠微以首盼想知道翠微购物节各品牌优惠信息的顾客,自11月8日起,就能提前从翠微的微信平台了解到商品推广信息,提前做好购物准备。

要抢的还有翠微微降下的46万元红包雨。11月10日-13日期间,翠微向绑定电子会员卡的会员,发放了46.25万元的优惠券,方便他们在购物节期间使用。

购物节期间,翠微官微“翠微购”平台推出现场抢专享品牌优惠券和线上专享商品。共有52个品牌发放6000张折扣券,顾客通过线上预约,凭预约码可到店享受专享折扣;以翠微店为例,在试点推出线上专

享商品,顾客可在线上付款,线下到店取货或选择快递送货。

今年,翠微打通了新增的电子会员与线下实体会员功能,数十万会员通过手机即可实现原有的会员功能,同时能及时了解掌握自己的消费动态。

“绑定电子会员卡麻烦吗?”早已办好的记者追问。“一点都不麻烦,关注翠微股份的官微后,直接跟着导航就能注册电子会员卡。”翠微股份服务管理部部长助理史红笑着回答。

今年,翠微八店所有款盒都配备了移动支付设备,达到100%覆盖,购物节将全面支持微信、支付宝等移动支付模式,丰富顾客的购物需求。

活动吸引了农行等多家银行的捧场,购物节期间,刷这些银行的信用卡,满千元可获百元礼,共71万元。

此外,“手机控”们还能享受一顶线上开花的优惠,翠微借力与腾讯公司合作,顾客在鼓励金的合作商户使用微信支付消费第一笔且大于等于2元,即可获得随机不等的鼓励金,最高888元……

每年购物节的活动方式都与时俱进不断创新,就如同翠微不断提升的服务一样。这或许就是翠微虽为京城老牌百货,却源源不断焕发活力吸引新客户的引力之三。

引力四 精心服务 奉献社会

持续了近20年,翠微购物节为何还有这么大的引力?

“顾客的心,企业的根。翠微人用诚信赢得了顾客的热心和放心。”翠微文化负责人韩云说。

张丽随身携带的笔记本上,密密麻麻记录着商场各个品类、各个品牌参加活动的时间和折扣情况,在转场核算的过程中,她还不时添上几笔。

“现在只是准备阶段,等到购物节期间,你问每一个挂着红绶带的翠微员工,什么品牌什么时候打折,位置在哪里,他们都能说出来。”服务管理部部长熊霞自信地说道。

这是因为翠微总会提前一周为员工们培训购物节知识一本名为《应知应会》几十页的资料,里头集合了每一项活动细节,每一个品牌情况,翠微的员工在每天的晨会集体学习,直到烂熟于心。

台上一分钟,台下十年功。购物节期间,你看到的或许只是一名前台帮忙开发票的员工,但那可能就是翠微某个部门经理。每年购物节,翠微的200多名管理人员都会来到一线。

做大事要有见微知著的本职。要办好购物节这个大Party,大到备货和收银,小到商场一个角落的装点,任何一个细节都关乎顾客的体验。

翠微的每一个服务细节都让人折服,甚至连购物节期间的每一个奖品都用心选购。今年,翠微为会员顾客准备的礼品是—一款获得德国红点设计大奖的玻璃杯品牌,小小的杯子,却浓缩了高品质和高品位,价值1000多元。“绝不能糊弄消费者”,负责选择礼品的魏来认真地说。

物业部门也一样,细致到连商场每一个出口的温度都要去仔细测量。“可能商场大门口的温度会高一些,楼下中央的区域又比较热。”翠微物业部员工孟繁起说,均衡商场的每个位置的温度,才能让顾客感到最舒适。

孟繁起和同事的工作还有很多。清理卫生间下水系统、检修电梯、检查消防设备、贮备急救药品……正是这些做足了细节,共同撑起了翠微购物节的品牌。

“翠微引力”的背后,还有他们多年来坚持的极致服务,譬如一个小的故事,有一位顾客买了一套价值8万元的阿玛尼西装,但是身体型偏胖,他找遍了京城,也没有裁缝敢帮忙改衣。最后,他找到了翠微的华芳劳改衣服。没想到,等改完一试,像量身定做的!故事并没有结束,改完衣服,华芳又把衣服干洗了一遍,熨烫好,找好相应的品牌的包装……交给顾客时,就像新买的一样。这让顾客十分叹服。几年来,他一共买了180件衣服来改。现在,每次到北京,这位顾客都会来翠微坐坐,喝杯水,他说,每次到北京就跟回家一样。

跟购物节一起坚持下来的,还有翠微的社会责任。创立19年来,翠微每年拨出专项资金支持公益事业,翠微生日向社会捐助成为多年的规定动作。捐资在革命老区延安宜川建立了翠微希望小学,长期坚持与敬老院、乡村结对子开展一对一的帮扶,开展对贫困地区少年儿童送温暖活动。成立了18支爱心服务队,帮助照顾偏远周边鳏寡孤独困难户……累积下来,翠微通过各种渠道向社会捐助已达2000余万元,被授予“全国扶贫突出贡献奖章”。

如今,翠微一个看似普通的购物节活动,却成了消费者、品牌供应商、商家三赢的平台。

开始的时候是我们请供应商,后来是供应商主动参与。”韩云说。对于顾客,翠微购物节是一个优质优惠商品,体验各种活动的大Party;对于供应商,几天的购物节抵得上他们几个月的销售业绩,

购物节期间上百万的客流量比广告的作用还要好;而对于翠微,这么一个系统工程,也是自己的一场年终考核,可以检验自身的服务和管理。

小赢在智,大赢在德。在琳琅满目的尖儿货和丰富多彩的活动背后,翠微多年如一日的极致服务和社会责任,或许是翠微购物节骨子里最有气质的引力。

11月2日当天,一场名为“翠微乐派对”的演出将在翠微拉开序幕,这场翠微与顾客同庆的活动,现场不仅有互动魔术、小丑杂技表演,创意平衡车舞蹈、动感小提琴等精彩好看的节目,让顾客大饱眼福,更让人心动的是,切蛋糕之后,顾客还能现场参与抽奖,抽出包括平衡车、台式组合音响、空气净化器、项链吊坠,以及胶囊咖啡机等在内的大奖。

自11月18日起,翠微各门店连续3天都有落地活动,卡通小丑与小朋友进行互动、赠送小朋友气球翅膀参与巡游;疯狂动物城的朱迪、尼克、闪电和小朋友合影,带领顾客一起狂欢。

有11月18日出生的会员,就更幸运了,凭本人身份证件,当日100名顾客能在翠微百货翠微店领取价值100元的抵用券。

“办一个活动,要经得起时间的检验。”采访中,翠微负责人屡次提到。

以顾客满意为目标,千方百计丰富顾客购物体验,带给顾客更多体验乐趣,这或许是翠微购物节每年能迎来数百万客流的引力之二。

网络让生活变得便捷。紧跟时代潮流的翠微当然不会放过新媒体营销阵地。

今年购物节,“手机控”顾客不仅能提前抢红包,网购翠微货品到家,还能直接微信办电子会员卡,

享受会员福利。

11月2日下午,翠微在官方微博上发出一封会员邀请函,两个小时后,点击量便超过2万。

目前,翠微集团30万会员数,公众号粉丝用户突破10万。

这两年,翠微成立了全渠道项目组,升级微信公众平台,引入移动支付,搭建了微购商城,尝试建

立更为品牌的沟通连接渠道。

翠微以首盼想知道翠微购物节各品牌优惠信息的顾客,自11月8日起,就能提前从翠微的微信平

台了解到商品推广信息,提前做好购物准备。

要抢的还有翠微微降下的46万元红包雨。11月10日-13日期间,翠微向绑定电子会员卡的会员,

发放了46.25万元的优惠券,方便他们在购物节期间使用。

购物节期间,翠微官微“翠微购”平台推出现场抢专享品牌优惠券和线上专享商品。共有52个品

牌发放6000张折扣券,顾客通过线上预约,凭预约码可到店享受专享折扣;以翠微店为例,在试点推出线上专

享商品,顾客可在线上付款,线下到店取货或选择快递送货。

今年,翠微打通了新增的电子会员与线下实体会员功能,数十万会员通过手机即可实现原有的会

员功能,同时能及时了解掌握自己的消费动态。

“绑定电子会员卡麻烦吗?”早已办好的记者追问。“一点都不麻烦,关注翠微股份的官微后,直接跟着导航就能注册电子会员卡。”翠微股份服务管理部部长助理史红笑着回答。

今年,翠微八店所有款盒都配备了移动支付设备,达到100%覆盖,购物节将全面支持微信、支付宝等移动支付模式,丰富顾客的购物需求。

活动吸引了农行等多家银行的捧场,购物节期间,刷这些银行的信用卡,满千元可获百元礼,共71万

元。

此外,“手机控”们还能享受一顶线上开花的优惠,翠微借力与腾讯公司合作,顾客在鼓励金的合

作商户使用微信支付消费第一笔且大于等于2元,即可获得随机不等的鼓励金,最高888元……

每年购物节的活动方式都与时俱进不断创新,就如同翠微不断提升的服务一样。这或许就是翠微虽

为京城老牌百货,却源源不断焕发活力吸引新客户的引力之三。

提升消费者的的生活质量和生活品位,传播现代时尚消费文明,开辟现代生活新境界。

商品有价,诚信无价。

退的是货,留的是客。

都市生活,翠微相伴。

今天的服务是明天的市场。

在服务和管理上与日益提升的顾客需求

赛跑。

做服务就是做细节,把每一个细节做得完

美便是成功。

顾客的利益永远是翠微人思考问题的出

发点。

全心全意投入,尽善尽美服务。

岗位有分工,服务无边界。

翠微服务理念

