

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人式的服务开门揖客?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群就格外忙碌。她和同事每天都要挨个核对各供货商的购物节备货情况,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。

“翠微的生日,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,还有满减活动;当日累计购物满100减20元,再累计购物满1000赠50元电子礼券,单次购物满19万元以上再赠500会员积分。

光打折还远远不够。在胡群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”,一看到打折,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月就开始跟供货商讨谈判,这一切都是为了保证顾客能买到尖儿货。

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已陆续上货。

最有说服力的还是数字,今年购物节,翠微准备了32万种新品,同比增长了40%左右,品牌参活率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、骆驼等大品牌,虽然折扣各不相同,但都低至5-6折。

活动有多大吸引力?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”。

精明的老客户会提前来转场,挑好要买的货品,连看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地,特意从廊坊开车过来,提前“瞄奸”,就等购物节一开始直接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。”她对记者说。

前两年还会提前来商场拍价客的唐晋今年淡定了很多,“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,“真诚的服务加有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,5档价格,记者随意打开一个,与市场价对比,能打到4折左右。

“真是比海外代购还便宜。”看着活动PPT上的商品清单,翠微自己的员工都这样感叹,策划部门两名新晋升为奶爸奶妈的员工,也瞄准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,让服务更尽善尽美。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,能吃蛋糕、看表演、抽大奖,甚至带机器人回家……

“每年翠微购物节就是个购物和娱乐的大Party。”翠微股份的忠诚顾客李璐说。

为了做好这个大Party,“翠微八店餐饮类、功能类等品牌店,推出折扣、送礼、送礼品等精彩活动,让顾客在购物之余有的吃、有的喝、有的看、有的听、有的玩。”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2200个超值大礼包,满额赠礼等多档精彩活动。

11月18日生日当天,一场名为“翠微时光派对”的演出将在翠微拉开序幕。这场好看与顾客同庆的活动,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,超重娃娃一出,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、顶链吊篮,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天也都有落地活动,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,疯狂动物城的米迪、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,当日前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,千方百计地丰富顾客购物体验,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量的引力之二。

### 引力三 46万官微红包雨 71万银行刷卡礼

网络让生活变得更加便捷,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,翠微在官方微信上发出了一封会员邀请函,两个小时后,点击量便超过2万。目前,翠微集团30万会员中,公众号的粉丝用户突破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,尝试建立更为丰富的沟通连接渠道。

愿意以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,提前做好抢购准备。

要抢的还有翠微官微撒下的46万元红包雨。11月9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单品,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?”早已动心的记者追问。“一点都不麻烦,关注翠微股份的官微后,直接跟着导航走就能注册电子会员卡。”翠微股份服务管理部部长助理史传红笑着回答。

今年,翠微八店所有款台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。

活动引来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”们还能享受一项锦上添花的优惠,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,翠微人用诚心赢得了顾客的热心和放心。”翠微文化负责人韩云说。

张丽燕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的时间和折扣情况,在转场核实的过程中,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,位置在哪儿,他们都能说出来。”服务管理部部长崔莺自信地说。

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》几十页厚的资料,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在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领,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曾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入口的温度都去仔细测量,“可能商场大门口的温度会凉一些,楼上中央的区域又比较热。”翠微物业部员工孟紫超说,均衡商场的每个位置的温度,才能让顾客感到最适宜。

孟紫超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、储备急救药品……正是这些做到极致的细节,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,但是自身体型偏胖,他找遍了北京城,也没有裁缝敢帮忙改衣,最后,他找到了翠微的钱华芳改衣部,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,钱华芳又把衣服干洗了一遍,熨烫好,找好相应的品牌购物袋……交给顾客时,就像新买的一样。这让顾客十分叹服。几年来,他一共送了180件衣服过来改,现在,每次到北京,这位顾客都会来翠微坐坐,喝杯水。他说,每次到翠微就跟回家一样。

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中学,长期坚持与敬老院、乡村结对子开展一对一的帮扶,开展向贫困地区少年儿童送温暖活动,成立了18支爱心服务队,帮助照顾商场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”。

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

“开始的时候是我们邀请供应商,后来是供应商主动参与。”韩云说。对于顾客,翠微购物节是一个买优质优惠商品、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,这么大一整个系统工程,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。



甘家口百货精彩纷呈的厨艺大赛



2米多长的购物小票



顾客现场体验自助收银机



微支付受到顾客热捧



1905南慕私人定制“当代商城”影院为消费者打造不一样的观影空间



塑造“商品精致、环境精美、服务精心、管理精细”的成熟名品百货店店形象,使顾客的购物成为一种享受



卖场内传出悠扬动人的乐曲

#### ——翠微服务理念——

提升消费者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。



晓式服务,宾至如归