



苏宁易购818全新升级品牌主张 专注好服务

在苏宁818 30周年庆云发布会上,苏宁易购集团副总裁顾伟宣布,苏宁将未来十年定义为“场景零售服务十年”,由“零售商”升级为“零售服务商”。同时,苏宁易购对品牌主张和视觉体系还做了全新升级。

顾伟强调,今年818苏宁将扩大商品范围,价保60天,将是苏宁史上力度最大的818。

由“零售商”全面升级为“零售服务商”

2020年的818,对苏宁而言多了一层特别的意义:不仅是购物狂欢、30周年庆,更是下一个战略十年的崭新开端。

苏宁30年里,先后走过了专业零售十年、连锁零售十年和互联网零售十年。这30年苏宁更换变化的是零售创新的形式,不变的是专注服务的初心,服务一直都是苏宁唯一的产品。

据悉,双线融合、流量集散、边界淡化这三个趋势,将引领下个十年。2020-2029年,线上、线下将进一步融合,各个消费场景的数据将进一步打通。流量在集中也在离散,基于位置、兴趣、内容的私域流量将快速走向前台,并可能成为主流。商业边界将进一步淡化,不同角色的分工及相互赋能成为提升整体效率的必然。唯一不变的是,用户需要更快、更好、更人性化的服务。

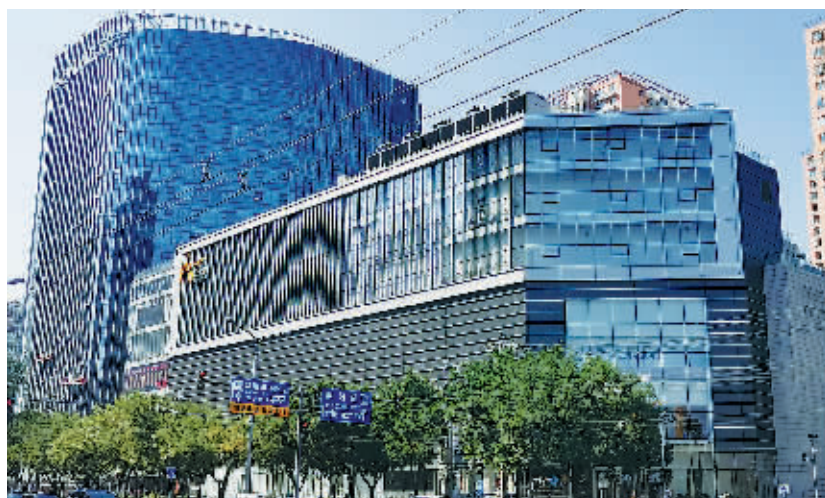
苏宁顺应市场发展和用户需求趋势,将未来十年定义为“场景零售服务十年”,将进一步加强零售基础能力的开放。苏宁将整体进一步升级为“零售服务商”,帮助更多的中小零售商成功,让用户更近、更便捷地获得服务。

零售服务商的 五项赋能

未来十年战略升级为“零售服务商”,苏宁承诺将进一步夯实并输出供应链、物流、场景、金融和技术五项服务能力,开放赋能产业生态中的中小微经济体,进一步满足广大用户需求。

在供应链服务方向,苏宁基于独创的B2S2B2C模式,将深度定制单品比例提升至25%;同时采用开放平台模式,撮合上下游的匹配及履约的全链路管理,帮助各品牌方有机会实现整体的一盘货。对于全平台商户,苏宁将开放全场景用户、全渠道资源,并保证开放平台政策的行业最高竞争力。

在物流服务方面,苏宁将通过



818大促看点 明星主播、60天价保

据苏宁披露,818期间将有5个重要促销节点,分别是7月31日开门红、8月6日全球进口日、8月8日拼购值买日、8月10日家电巅峰日以及818的核心爆发时间:8月17日-19日。在营销活动方面,苏宁818恰逢北京消费季重启,届时,北京苏宁易购将推出818元家电消费券,进一步加快推进智能家电的普及和推广,带动新消费发展。通过打折、优惠促销等方式,融合线上线下多场景体验,真正实现让利于民。同时,多场形式多样的落地活动也将在北京核心商圈落地,全面激发新消费需求,促进消费市场信息回暖。

据悉,818期间苏宁将有强大的主播阵容,贾乃亮、张艺兴、关晓彤等众多明星担当苏宁易购“超级买手”,他们将携手足球主播、电竞主播、母婴专家等专业主播,以及苏宁供应链端百大品牌总裁主播、万名店员店播,与广大网友们在苏宁直播间见面。在政企联合直播方面,伴随北京消费季的重启,北京苏宁易购与通州区政府、通州区商务局、通州区发改委相关领导开展联合直播,为对口扶贫支援地区产品带货,致力于扶贫助农,直接带动扶贫产品的销售转化。

在服务方面,“贵就赔、延时赔、急速退”三项服务,也成为了苏宁818的标配。贵就赔承诺价保60天,差价赔付;延时赔确保发货、配送、售后服务的时效;急速退全面保障用户权益,平台急速审核、急速退款,确保退换无忧。全方位构建起无忧购物的新消费体验。

此外,今年818苏宁将再度联手东方卫视打造“苏宁30周年818超级秀”大型直播综艺盛宴,邀请众多顶级明星艺人,THE9、王嘉尔、关晓彤、贾乃亮等众多明星艺人将重磅登场,打造一场全民狂欢,同时使得苏宁易购品牌更加年轻化,受到更多年轻消费用户的青睐。

“百川2025”计划,2025年,苏宁将在核心经济带完成2000万平方米仓储基础设施布局。针对合作伙伴们,苏宁也公布了一项福利举措。顾伟宣布:未来三年,在满足一定周转效率的前提下,我们将减免仓储存量费,并追加各项政策扶持”。

在场景服务方面,苏宁将致力于帮助零售商升级场景,打通线上线下数字化能力,并协同品牌方,更有效率地通过各类渠道触达各场景用户。

在金融服务方面,苏宁将坚持普惠金融的服务理念,未来三年,将向合作伙伴新增借贷投放3000亿元,为广大的中小微商户提供500亿元补贴融资成本,免息让利100亿元助力品质消费。坚持普惠金融的服务理念,向供应商、加盟商等合作伙伴提供更多低成本融资、向消费者提供更多免息消费。

在科技服务方面,苏宁将通过零售云战略和星河云战略,在“店铺基础、营促销、广告、交易履约、数据”五个方向,推出ISV(独立软件开发商)三年免佣政策,培育100个航母级ISV,构建“10万商户+10万门店”的智慧零售赋能生态。

全新品牌升级 专注好服务

苏宁始终认为,服务是苏宁的唯一产品。由“零售商”升级为“零售服务商”,再次明确了“服务”对于苏宁的战略意义。对于苏宁来说,今年的818,不仅是购物狂欢、30周年庆,更是下一个十年的崭新开端。顾伟表示,苏宁一直专注于服务,先后走过了专业零售十年、连锁零售十年、互联网零售十年。30年来,变的是零售创新的形式,不变的是专注服务的初心。

下一个十年,苏宁将如何进化?苏宁818 30周年庆发布会给出了答

案:始终围绕用户价值和经营效率提升来展开。全新升级的品牌主张,体现了苏宁易购回归业务初心,对品质服务的始终坚守,明确了苏宁易购全面赋能生态合作伙伴、满足广大用户需求的品牌价值方向。

与此相匹配的是,苏宁易购对品牌视觉体系也做了全新升级。新版VI设计,从色调、型体及适用性等方面更加迎合主流人群审美习惯;苏格拉宁的平面形象设计更加简化、萌化,已经应用在新视觉体系中;另外还发布了一版全新的品牌形象宣传片,体现“专注好服务”的品牌内涵。

营销计划升级 消费者喜欢什么就降价什么

此次818苏宁易购迎来主场作战,作为电商大战中的重要战役,苏宁的底气来源于全场景融合及供应链效率的提升。未来,场景、供应链、服务这三大零售核心要素,进一步升级云化,是苏宁在新零售领域的重要布局,为消费者提供更好的服务,同时赋能线下商户。

818发展到今天,苏宁已经掀起由早期的产品、价格到平台、服务、玩法的全面进化;在用户服务能力上,已经达成“易购、易达、易用”为标签的交易服务、履约服务、体验服务的全面提升。

今年818将是苏宁“史上力度最大的一次购物盛宴”。此次818期间将选品范围将进一步扩大,不仅仅局限于百亿补贴的商品,同时选品也将进一步聚焦行业TOP品牌,并与品牌方联动加大降价力度。苏宁利用强大的供应链优势和平台势能,将活动产品的价格直降到底,为消费者提供更大力度的实惠,而且在活动选品和服务方面也相当给力。并且对覆盖商品范围将全面扩大,同时价保60天。