



新品首发直播 自建平台聚能 永康制造 触电 抢跑

不只消费市场提前火爆,今年双十一的战火更是延伸到了企业级市场。虽然,我市企业备战双十一还不够轻车熟路,但已跟风扛起直播、众筹等营销大旗,展开全网流量之争。更令人欣喜的是,我市企业已意识到,入驻各大平台,参与节日狂欢,不代表企业已实现了“两条腿走路”,只有打通全渠道服务环节,让线下经销商主动转变角色,才能真正闭合O2O之环。由此,每年的双十一,更像是一次年末大考,谁畅通了新零售通道,谁或将拿到更多的加分。

记者 田妙联

红包吸粉直播引流 品牌商抱团推满减

败家主播天天有,边看直播边剁手。悦味厨具在淘宝直播,憋说话,快上车!8日,还没到大促高峰,市悦味厨具有限公司就开播了。

直播现场,身系白围裙的长发美女边翻炒边介绍厨具,底下的“火星人”频发弹幕。

直播吸引了2000多名粉丝,其中有100多人加购了产品。悦味公司负责人胡勇新说,天猫店9月底新开,虽然拿不到好坑位,但通过直播提前引流了不少潜在买家。

首次参与天猫双十一大促的金凯德集团10月底就

开始“放大招”了。爆品价格低至5折,预交订金99元抵200元等广告字眼,被摆在了店铺最显眼的位置。线下门店还推出了“到店有礼,满一万免一樘门”的优惠活动。

金凯德首秀一炮而红,截至9日,我们已达到1000万元的销售目标。金凯德集团营销总监董小锋信心十足地表示,该公司将全力冲刺天猫全屋定制进户门类第一。

本土电商平台尚五金官网不甘落后,7日起,就联合超人、雄泰、恩腾、上松等精品品牌,推出满减、3折

秒杀等活动。中国科技五金城集团电商产业发展有限公司经理徐美珍定下“军令状”,今年销售额直指2亿元。

总体而言,今年双十一,我市企业“触电”热情高涨,纷纷出招预热市场,业绩不凡。众泰集团、群升地产还借势造节,推出“11.11疯狂购车节”“购房节”活动。在汽车之家商城,众泰集团推出的0元秒杀、分享红包、立减等活动相当吸睛,仅99元抵用1000元一项活动,就吸引了近2000人提前预定了众泰T600、Z500、Z300。

提前截流,售价低于网商 实体商超 割肉 揽客

记者 舒姿

双十一购物狂欢拉开帷幕,我市不少实体商超提前出招,推出各式优惠活动,频频存在感,引导市民去实体店淘心仪宝贝。

实体商家提前发力

买了双鞋,还添了油、牛奶等,比以往实惠不少。5日,在华联商厦内购会大采购后,市民陈华君如是说。依托该商厦完善的会员体系,闻讯而来的消费者挤爆现场,马大嫂提回了油盐酱醋,白领丽人新衣新鞋在手,人人不虚此行。

选择在电商齐发力的双十一之前先截流,是希望夺回失去的市场。华联商厦企划部负责人胡天希说,在价格战之外,华联更是发挥体验优势,提升了人气和购买力。

除了华联商厦,我市各大实体店都使出洪荒之力,抢占商机。锦华百货从10月28日到11月13日开展满减券促销,物美超市也从3日起,开展为期11天的大回馈,用飞凡二维码付款的顾客单笔购物满60元立享随机减,最高可减50元;世通家电推出1999元购创维电视、1199元的海尔7kg全自动洗衣机等优惠活动。

线上线下同价引客

妈,这款四件套网上售价1990元,店里也同价呢。9日,在罗莱家纺专卖店选购的胡晶晶带着妈妈边挑款边比价,为哥哥买下婚庆用品。

罗莱家纺开展了线上线下同款同价活动,刷农行储蓄卡还可返现15%,信用卡返现20%,精明的市民一算,比网上还便宜呢,赶紧买买买。这不,两天销售额已达80余万元。该店经营者吕秋红坦言,如今许多品牌商纷纷提倡线上线下融合发展,惠利更多消费者。

专属服务增强黏性

实体商场要和电商竞争,应发挥现场体验和售后服务能力优势。世通家电总经理胡诗华认为,与电商平台比,实体店可现场感受电视画面清晰度等,还有售后服务队负责送、装、修,解除顾客的后顾之忧。

如今,黏性十足的会员制也让实体店不愁顾客。实体店会为会员提供预留停车位、美甲、美容、儿童乐园等服务,以及旗袍走秀等专题表演,增强购物体验。

真正的会员制不只是发卡给折扣,可以通过大数据分析,根据会员喜好进行有针对性的策划,主动提供更契合的商品及专属服务,培养会员的忠诚度。物美相关工作人员表示。

精准掌握消费诉求 新品首发众筹吸金

大促之际,一些企业还乘机首发新品,平台竞技新玩法。悦味公司在淘宝众筹频道,全新亮相了元素系列炊具,并推出“双十一”首发价。

这套厨具表现抢眼,拿到了德国红点奖、日本G-Mark设计奖等大奖。如奶锅锅盖翻过来可变成汤碗,煎炒锅高低边设计,让新手翻炒无顾虑,整套锅上的螺丝,可用一元硬币拆卸。

10月31日开启众筹,12月15日结束,到7日为止,累计众筹金额近6万元。胡勇新说,双十一大促,是优秀产

品展示的好窗口,通过众筹能更精确掌握消费者诉求。

一直稳居天猫全屋定制进户门类热销排名第一的王力集团,今年也带来了不少高科技新品,其中一款指纹锁深受买家期待。该集团电商总监叶菁介绍,指纹锁为消费者提供便利的同时,也埋下了不少安全隐患。比如,普通指纹锁往往只有室外一块芯片,指纹信息存储在门外面板,一旦面板遭破坏,不法分子可以通过按线短路、拾取密码等方式开锁。鉴此,王力采用了

内外双芯片技术,外芯片只作信息采集,并加上防窥视、虚空密码等技术。作为防盗门防盗锁国家标准制定单位,王力选择“双十一”上市新品,也是为了向市场表达,指纹锁安全漏洞问题不容忽视。

除天猫平台外,大促期间,王力集团还通过百度、新浪等平台渠道进行跟进报道。这些天,网店进店人数在一万人左右,预热期间,销量、流量、主动搜索量都在第一,预计“双十一”活动销售额在2000万元以内。叶菁说。

自建售后服务平台 全渠道直通运营

更多的企业通过“双十一”历练,提升服务,推出全渠道新零售模式,争夺互联网消费市场。

从布局天猫开始,金凯德集团就采用O2O战略,致力打通全渠道销售路径。董小锋介绍,针对今年双十一,该公司可谓举洪荒之力,线上打造爆款,线下从3000多家实体网点中优选出50家网点,深入运营全渠道战略。这些优选店将得到佣金补贴,以及线上引流、优先发货等政策倾斜。

我们已实现了线上线下统一售价,50家网点将成为O2O全渠道战略样板店,带动更多的网点转型升级。董小锋说,O2O全渠道战略就是要打通全渠道运营路径,建立商品通、服务通、会员通体系,以便更好地转化和留住消费者。

王力集团也不例外,上半年,开启线上线下融合发展后,8月份开始,就大力推动经销商转型为服务商。目前,该集团正加快云集旗下3个门牌,近万个服务网

点资源,加速落实全国统一售价、统一服务标准、总部服务团队建设,实现内部深度变革,为上市做准备。

我们正在开发类似滴滴打车系统的上门服务平台,平台能动态跟踪每一个订单后续测量、运输、安装、评价等进程。现在,平台已进入内测阶段,预计明年将正式推出。叶菁表示,平台将助力公司打通全渠运营,实现服务的系统化、大数据化,为王力品牌晋级为互联网零售品牌插上翅膀。

