



反省

冲动是魔鬼,此话实在不假。每每店庆结束的时候,总是几家欢喜几家愁。一时冲动拼回来的战果,却发现根本和自己的风格不搭;有的买回来就塞到柜子里,压根就没穿过。

为凑数败下的阿童木包太花哨

讲述者:程律师

银泰店庆9周年了,可是今年我才第一次去血拼,是陪老婆去的。那天还特意请了假,早上10点半的样子杀到银泰。

老婆说要好好犒劳我,所以我们先去了男装商场,平时这些品牌很少折扣的,这次居然大部分都有活动,蛮划算的。直接去了帝爵,这个牌子我平时买得蛮多,老早就看中了一款带十字架图案的碎钻18k白金戒指,要2610元,是女款。我手细,戴女款正好,男款要4600多呢。算下来折扣以后是1700元左右,老婆说很划算,于是买下。看了很多回了,总算等到大折扣了。

再去杰克琼斯,参加满500减200,挑了好一阵子,可是这些衣服穿上去就好像在演《墨攻》一样,实在吃不消,挑不到好的衣服,只好改战杭百。杭百是满400减160,力度差不多,于是买下一款原价899元的黑色西装,只花了579元。

吃完中饭后再战,老婆买下jeep的一款斜挎包,标价633元,我下了一个阿童木的草包,268元,老婆又筹了300元左右的内衣,减后总付617元。

第一次参加这种店庆活动,感觉很实惠。不过阿童木这款黑加白的漆皮风格挎包太花哨,回家后就后悔了,和我律

师的职业格格不入啊,要不要回去换还在犹豫。

去年店庆疯狂抢来的衣服 放在家里从来没穿过 今年不敢下手了

讲述者:朵朵

从来也没觉得自己是个疯狂的血拼者,可是,一看到搞什么促销啊,店庆啊,那些平时从来都不打折的品牌都这么便宜了,我就血往头上涌。

去年银泰店庆搞活动,我花出去了2000多,买回来一大堆衣服。当时可兴奋了,ONLY、VERO MODA都参加活动了,我冲进去就出不来了。记得那个时候VERO MODA出的都是一些圣诞礼服的款,银色的闪亮闪亮的手提包,黑色天鹅绒衫,还有黑色短裙,当时看到了就觉得好喜欢啊。当时还想,趁活动把这些漂亮衣服都抱回去,这样圣诞晚会就不用发愁买不到礼服啦。

当时也是对自己的身材太自信了,看见那么多人抢,我连试都没试就开了票,哎,结果回家以后才发现,裙子太小,压根就穿不进去。那个手提包,看着好看,可是提在手里怎么都觉得出不了门,太闪了。还有那件天鹅绒短袖衫,领口开得太大,太容易走光了,哪能穿得出去啊。

今年银泰又搞活动了,看那些人抢得热火朝天的,我一点兴趣都没有。我哪敢去啊,要是再搬这么一堆衣服回家,老妈肯定非砍死我不可。

高手指点

商场经理的购物样本

一年难得一见的店庆促销,到底该买什么才最划算?什么品牌最值得购买?成天和这些商品打交道的商场经理们,听说最近也频频出手,疯狂扫货。CKJEANS、TENNI&WENNI以及MNG,这几个平时不大折扣的品牌,成了她们中意的对象。

样本A: 只买难得做活动的品牌

银泰百货潮流服饰商场经理章燕,虽然从15号开始,一连四天都在忙着店庆的事情,但是还是抽空给自己淘了几件好货,一件TENNI&WENNI的大衣,一条E-LAND的牛仔裤,还有两件CKJEANS的T恤。参加满500减200的活动之后,原价要2590元的衣服,算下来只花了1600元不到。

章燕说,碰到这种难得一见的活动,肯定是挑平常从来不打折的品牌买,店庆的时候打到6折,绝对划算。像TENNI&WENNI这次就卖得很疯,单日的销售额居然做到了100多万,成为华东地区日销量最高的商场。CKJEANS的

单日销量也不错,居然达到了全国单日销量最高。另外,MNG的衣服虽然平时也会有5折,甚至有时也有3折,但像现在这样拿新货出来参加折扣的机会也不多的,MNG的不少冬装款式很时髦,搭配上亮色的漆皮皮带,或者是新款的漆皮包包,都能让你在人群中亮起来,是这个冬天很值得为自己投资的品牌。

样本B: 买男装和小孩子的衣服最划算

某商场的楼层经理,趁店庆也赶着去血拼了一回。在她看来,这样的活动肯定是买男装,还有孩子的衣服最划算,因为男装商场里很多品牌,平时活动很少,价位也很高,总是下不了手,只有等到店庆的时候才有机会。比如像C.R、SCOFIELD等等,折扣下来,平时买一件的钱,现在都有两件好买,而且价钱越高的款式越划算,特别是男人的冬装。另外,床上用品和宝宝的衣服也可以尽量多买一些。女装就没必要了,平时每周都有活动,款式也经常变化的,这个时候去买也占不了多少便宜。



美的微波炉启动“全蒸宴”活动

日前,在微波炉市场上销售业绩蒸蒸日上的行业新领袖美的微波炉启动了一场旨在推广微波炉蒸文化的“中国八大菜系‘全蒸宴’”全国巡回体验活动。

用户潜在需求的深度挖掘:蒸

据国务院发展研究中心市场经济研究所“家电课题组调查数据”显示:我国一线城市微波炉普及率高达80%以上,但大多数拥有微波炉的消费者只使用了其功能的15%,就用来热菜、热饭、做早点,真正用来做饭菜的不到20%,处于“高普及率,低使用率”状态。

这与微波炉功能体验、宣传滞后不无关系。“74%以上受访者说不清楚微波炉还有除加热以外的功能,”就北京、上海、广州三地1000名消费者的一项调查显示,“若能在加热时保持水分不流失,80%受访者将在日常烹饪中经常使用微波炉。”营养美食历来是消费者一日三餐健康饮食的追求,在中华饮食文化“蒸、炒、煮、炸”等烹饪方式当中,蒸最能有效保存食物水分,锁住营养,使食物口感纯正润滑而备受老百姓欢迎。微波炉若没蒸的功能,或者加热时不能保持水分不流失,就满足不了消费者的营养需求。

早在2004年,美的微波炉就破解了微波炉不能使用金属器皿加热的技术难题,率先在我国推出获国家专利的“食神蒸霸”,掀起微波炉蒸食时尚。2006年底,美的与电子科技大学共同起草的“蒸”式微波炉功能标准《家用微波炉蒸功能要求及试验方法》,获中国标准化协会颁布,推动了微波炉蒸功能升级;随后,美的纳米内胆微波炉推出,使微波炉几乎可以达到无菌烹饪,蒸出来的食物营养保存度更高,更干净。据资料显示,仅以广东一地为例,今年1—4月间,美的销量比去年同期增长了100%,创造了历史最高纪录,而且全球销量目前已经突破1300万台,业内预测,美的微波炉将借着“蒸”食时尚春风再创新高。

注重用户体验,微波炉行业演绎“蒸食尚”

此次“中国八大菜系‘全蒸宴’”的全国巡回体验活动将让消费者亲眼看到、亲口尝到由美的微波炉“蒸”出来的“中国八大菜系”。据美的微波炉相关负责人介绍,通过这次活动,消费者将接受从未有过的烹饪体验——用微波炉做饭,完全杜绝油烟,味道却丝毫不差。

与此同时,一场被业内人士称作“微波炉扫盲”的运动正在全国范围内展开。当我们走进家乐福、好又多等超市、卖场,很容易就看到由美的等企业赞助的公共视频,趣味盎然地播放用微波炉烹调各种美味菜肴的方法。许多家庭主妇已经从电视、广播上介绍的微波炉“蒸”食谱中学会了用微波炉做出使人垂涎欲滴的美食,让家人、朋友赞不绝口。此外,报纸、杂志和网络等媒体也可以找到由微波炉企业发布的关于如何用微波炉蒸制“一日三餐”的科普文章。“全蒸宴”的启动无疑将把这场“扫盲”运动推向一个高潮。

蜀道难,难于上青天!对于空调这种素有“三分产品,七分安装”的电器来说,难在哪?难在售后。

近日,人民网公开的《2007中国空调产品质量与售后服务调查研究报告》显示,格兰仕空调被广大消费者一致票选为中国空调业“最佳服务满意度”和“最佳安装速度”品牌。格兰仕空调为消费者从选购、安装到售后提供快速、一流的优质服务,得到消费者的高度认同,尤其在“服务质量”和“装机速度”上深受好评。

事实上,从2005年起,每到“3·15”时,格兰仕便启动“收留

空调遗孤”的“关爱工程”。原来,空调行业每年都会有很多品牌倒闭,据估计,仅空调行业,社会上至少有超过500万台的空调成为无人照管的“遗孤”。这样一来,消费者成了最无辜的人,空调坏了,无处维修。格兰仕秉承高度的社会责任心,向社会公布了“心连心”服务热线,并承诺遍布在全国各地的数千个售后服务网点接受消费者的咨询、维修及服务。

在“今后将会购买何种品牌的空调”调查中,超过一半的消费者表明将会选购像格兰仕这样高品质、好售后的品牌。