

孔茜 王浩然 济宁报道

一天营收可抵半月业绩,是济宁龙贵集团12·10超级会员日交出的“成绩单”。而一家实体经济企业如何能在线上零售“围猎”下,打造专属会员的独特购物节日,这其中有不少“高招”。



超级会员日活动优惠颇多,吸引顾客前去消费。

## 现场销售空前火爆 各大品牌收获颇丰

12月10日,当天虽为工作日,但前来龙贵购物广场购物的消费者依旧热度不减。“今天活动力度大,想着来给孩子买几件衣服,顺便再把积分兑换了。”作为龙贵会员的李女士,一下班便马不停蹄地前来购物,势必要薅把“羊毛”,不到半小时就已收获颇丰,“火速”拿下一件外套、两条裤子。

“对于会员日,我们品牌积极参与、大力支持,满减、折上折都是平时没有的优惠力度。”之禾区域经理刘捷直言,龙贵超级会员日活动在商场的主导和品牌的支持下已成为一个回馈消费者的成功节日。截至当日20时,品牌已完成销售目标,未来三天将超过预定目标,销售热情可顺延至周末乃至月末。

而对于新升级7.0店铺的品牌可隆而言,会员日亦有收获。“品牌工作日销售额2%,周末销售额为4%,当天虽然是工作日,但销售额可达6%~8%,达到双周末效果。”可隆区域经理表示,在会员日优惠活动加持下,品牌亦大力提供支持。活动前,会提前邀约客户,并精心挑选商品投放,满足新老顾客需求,激发购买欲,提高回购率。

“超级会员日即使非周末,销售也已达‘双11’、春节等销售旺季的消费量。”济宁九龙商贸有限公司百货运营部总监胡金华表示,卖货是百货商场与消费者、品牌沟通最为直接的形

式。除了提供丰富的商品外,举办各类活动即来自龙贵集团对当下消费需求的捕捉。龙贵超级会员日自2021年起实施,连续四年消费量稳步提升,同比增长16%。而谈及“12·10”的成功,胡金华坦言离不开对会员运营的用心及多元化、创新性的营销策略。

让顾客得到实惠,才是真实惠。今年“12·10”在传统积分兑换,抵扣的基础上,首次推出储蓄尊享、金卡限时发售等活动,其中金卡限时发售及时降低门槛,助力会员跨级升级的有效路径。日常,普卡顾客升金卡需年消费3万元。但“12·10”当天普卡顾客仅需预存5000即可获得金卡专享权益,并能享受1000元返100元的优惠。

## 精准施策氛围拉满 提供购物情绪价值

从以商品、品牌为中心到以用户运营为中心,营销理念与运营模式的转变是传统百货的“革新”路径。加速迭代需求推动百货业态变革是龙贵集团“刀刀向内”的破局举措。

多年来,“常来常新”是济宁人对龙贵购物广场的普遍感受。龙贵新引进128个新品牌,其中包含娇韵诗、安德玛户外、西塔老太太、油花寿喜烧等首店品牌,持续丰富的业态和极具观赏的氛围场景营造,让顾客进店后有了更多选择与新鲜感。其中,2023年情人节当天,龙贵购物广场内的“玫瑰瀑布”引得顾客拍照打卡自发宣传,一度登上“热搜”。

“会员购物并非‘一锤子买

龙贵集团12·10超级会员日交出亮眼『成绩单』

# 一天销售额顶半月,他们有招

卖”,需要我们长久的陪伴。”胡金华坦言,线下消费场景,比拼的往往就是服务与体验,而真诚是永远的“必杀技”。为将会员运营做深做实,龙贵通过线上线下调研,研判会员消费轨迹、刻画消费画像等方法,利用大数据分析消费者行为,预测消费趋势,使龙贵能够及时调整商品结构及品牌招商,满足消费者不断变化的需求。

历经20年发展,龙贵购物先后吸引欧米茄、香奈儿、COACH、迪奥、UGG、Tommy等国内外知名品牌入驻,成为济宁市高端商业新地标,现代生活的新导向。“首店选择龙贵,入驻龙贵是综合考量商场综合实力和市场表现,以及未来发展潜力。”迪奥区域经理肖经理说。

除提供一站式购物体验外,完善会员软性服务亦是龙贵在意之事。到目前,龙贵已经形成了包含“基础服务”“退换货”“暖心服务”和“车服务”的诸多服务,就连皮鞋免费打理、入户美容保养等都位列其中,真正让会员感受到如沐春风般的暖心之感,成为会员常来常逛的一大原因。

不仅如此,立足济宁区域特点及消费人群特征,龙贵将5家门店定位予以细化。济宁城区中产、白领消费群体居多,打造中高端品牌。县域则采用中高端兼顾大众品牌路线,覆盖全部受众。“12·10”期间,5店同庆,各有特色。

## 迎合本地消费趋势 提升顾客消费体验

“作为本土企业,我们想将

‘12·10’打造成面向社会的一个主流消费理念,进一步拉动内需。”谈及“12·10”,胡金华内心有着清晰的规划与远景。胡金华说,会员日活动并非“冰冷”的供需关系,而是一种结合属地情感,将活动链接商场与消费者之间的桥梁。

“从十年前我就常逛龙贵。”33岁的张女士,是龙贵的一名资深会员。她直言,自己从青葱岁月到如今而立之年,逛龙贵已成为一种生活习惯。

而如张女士般有相同感受的90后亦不占少数。从消费者的视角,“12·10”超级会员日活动的举行,点缀了消费者的日常生活,并且以“时光”为约定,串联起彼此之间更深刻的陪伴。

对商家而言,“12·10”的举行也在一定程度上,深度挖掘并激活了促进销售的“生长因子”,持续对外部资源合作的升级并相互赋能,形成客流的有效转化。

在“多方奔赴”之下,“12·10”也有了更深含义的情感链接,今年更是取得了同比增长18%的成绩。这一组来自市场真切的亮眼数据,不仅让龙贵看见了消费者的热情,也坚定了龙贵打造“12·10”的信心。结合自身高质量发展战略,龙贵更明确了会员服务的方向与着力点。

“龙贵购物广场倡导新型优质生活理念,引领消费文化,致力成为改善消费者生活品质的卓越零售企业。”胡金华表示,为进一步赋能会员服务,在2025年,龙贵将推进会员信息一体化,打通线上线下会员渠道,预计会带来新老会员更多有趣新颖的体验。

## 开展志愿服务活动 普及相关防治知识

日前,兖州区疾控中心联合区红十字会、鼓楼街道社区卫生服务中心,走进红西社区开展“关注健康,预防艾滋病”宣传活动。

本次宣传活动通过举办知识讲座和发放宣传折页的形式开展,在现场,疾控中心党员志愿者们以“星愿耀亮·共创美好”为主题,向参与居民介绍了艾滋病对社会、家庭和个人造成的危害,

普及相关防治知识,倡导群众树立“每个人都是自己健康的第一责任人”的理念。

活动不仅展现了区疾控中心党员及志愿者的风采,更在实际行动中诠释了“奉献、友爱、互助、进步”的志愿服务精神。“今后,我们将持续开展此类活动,为构建和谐健康的社会环境不懈努力。”中心相关负责人表示。(通讯员 倪爽 刘之源)



顾客在选购物品。