贵和购物中心——年度最强“巅Phone之夜”

银座百货——十八周年司庆时尚盛典

# ★ 2014风尚领袖 年度经典营销 消费风尚榜评选 ★

恒隆广场——蓝精灵陪你过圣诞

高第街56号餐厅——闺蜜节活动

□本刊综合

## 银座百货——十八周年司庆时尚盛典

2014年6月13日至22日期间，通过会员回馈、大型抽奖、增值预购等活动进行串联，奖品类的活动、会员日、父亲节、司庆等主题促销活动进行融合，通过连续不断的宣传及活动，来营造司庆促销的氛围，活动高潮阶段以18周年会员先享及司庆生日回馈盛宴为主。全系统联动，共聚盛宴。18年来“购物银座，享受生活”，“买真货，到银座”已深入人心，银座百货也一直深得消费者的喜爱和信赖，作为时尚生活、品质消费的引领者，银座百货不仅会经营一流的产品，更会奉献一流的消费体验，打造更专业、更一流的消费场所。

## 贵和购物中心——年度最强“巅Phone之夜”

2014年12月19日，贵和购物中心年度最强回馈，策划、推出“巅Phone之夜”活动，提前抢占商机，引爆圣诞商圈战。本次活动立足创新、追求改变，不管从促销活动方面，还是人气活动方面都是一次新提升、新突破，借助iPhone6上市之势，在基础优惠活动之上满额加赠iPhone6手机，如此大力度的回馈得到消费者的认可及肯定，活动当晚赠出iPhone6手机百余台。公关活动方面，邀请外籍知名乐队现场演出、互动，深情的拉丁歌曲与非洲手鼓舞美丽邂逅，激情碰撞，有效带动现场气氛，为顾客呈现一场视听盛宴。同时，活动期间为贵和会员提供夜宵、饮品、豪车送等温情服务，让会员感受到全方位立体服务。顾客们流连忘返，一致好评，活动当天创造了客流量与销售业绩的新高，2014年度收官之际打了一场漂亮的胜仗。

## 恒隆广场——蓝精灵陪你过圣诞

继2013年圣诞节的“小熊圣诞树”萌翻泉城之后，济南恒隆广场于2014圣诞节持续发力，自比利时引入经典动画形象蓝精灵家族，一场快乐的蓝色风暴瞬时席卷泉城！蓝精灵正式亮相之前，一场“谁来陪你过圣诞”的线上竞猜即已开启，小蓝人快闪随即上演，网友们脑洞大开，答案五花八门，“谁来陪你过圣诞”瞬时成为最期待话题；12.5晚恒隆广场圣诞季璀璨点亮，蓝精灵家族闪亮登场，不仅深受孩子们喜爱，更是勾起诸多80后的儿时记忆；圣诞期间，两届奥运会冠军刘春红在恒隆广场被浪漫求婚，蓝精灵化身爱情使者，打造完美爱情童话；12.24平安夜派对、12.31跨年夜派对，更是将这股快乐的蓝色风暴推向高潮。

## 人民商场——感恩节、羽博会重装升级

感恩节及羽博会是济南振华人民商场的重头活动，众多知名品牌携手、让利幅度大、礼品丰富，已经成为感恩节及羽博会在消费者心中最深的印象。2014年，经重装开幕后，多家快消品牌注入，快消、潮牌、量贩类多种服装组合迎合了年轻消费者的选择。比如穿着即时尚——H&M、服适人生——优衣库(UNIQLO)、自然、当然、无印——无印良品、引领潮流　至上感受——TOPFEELING等时尚品牌在人民商场竞相绽放。济南人民商场的羽绒服饰博览会，是羽绒服饰行业最具活力的盛会，国内羽绒服厂商把人民商场羽博会当作了竞相宣传自己品牌、抢占销售市场的有力战场。特价、抽奖、明星等一系列眼花缭乱的促销阵势对消费者更是有着极强的“杀伤力”，极具诱惑力的价格以及品类繁多的款式成为人们追逐的目标。

## 华联集团——线上线下店庆营销

华联店庆一直将怎样让消费者以最简单的形式获得最直接的实惠为立足点，不断调整活动方式，在现金翻倍的基础上不断深化活动形式，丰富活动内容，从“传统营销”到“微营销”等新媒体进行深入挖掘，相继推出特色活动，使微博/微信由宣传平台逐步转向营销平台，增加了线上活动的趣味性。在货品和价格的控制上，以诚信立店的华联，一是在店庆时严格控制供应商活动前提价，保证优惠的真实性；二是保证品牌的参与度，近年，华联店庆的品牌参与度均在97%以上；第三严控货品特价商品的比例，严禁利用店庆倾销旧货的行为。

同时，华联借助自身的网购平台——华联易购网，在市内首次推出“网上预售”活动，线上购券，线下消费，在店庆活动基础上可再享受9折的优惠。400万元的预售券在3天内被抢购一空，易购网也成为华联回馈广大泉城市民厚爱的促销平台。

## 海峡整形——网络红人沸腾女孩茜茜代言

2014年10月，网络上的一支"沸腾舞"快闪表白视频，迅速受到了众多网友的关注，视频点击率也多达百万。视频中的女主角，正是沸腾女孩茜茜。在经过网络蹿红、质疑炒作以及各种身份的猜测之后，10月30日，沸腾女孩茜茜终于现身海峡整形，正式签约海峡，成为“沸腾沟”丰胸代言人。对于成为海峡沸腾丰胸的代言人，茜茜很开心地对笔者说：“是海峡沸腾丰胸术改变了我，让我重新找到人生的目标，非常感谢海峡沸腾丰胸！我希望以我为示范，让更多受困乳房问题的女性意识到医学科技的发达可以改变不完美的人生，我不怕自己隆胸找不到男朋友，我对现在的自己充满自信。”

## 海信冰箱——获得"用户体验评测(UET)"证书

2014年8月6日，由中国家用电器研究院主办的“2014年冰箱行业用户体验指数发布暨冰箱产品用户体验评测发布会”在北京召开。来自中国家用电器研究院、中国家用电器检测所、北京中怡康时代市场研究有限公司及冰箱企业的数十名专家参加了此次会议并为获奖企业及产品进行颁奖。其中，容声十字对开门冰箱凭借合理的空间配置及创新的“十字”设计顺利通过测试并获得了“用户体验评测(UET)”证书。

## 海尔——智慧城市行活动

秉承“智慧科技·活出新鲜”的用户体验理念，围绕健康与智慧做交互，传播海尔智慧家电健康理念。2014年在省内8个城市展开了大型体验式家电体验巡回展，零距离体验智慧家电，体验受众900万，多元的产品结构、高端的陈列组合展现了未来家电的智能、聪慧、灵动、有效，将抽象的科技创新具体化，通过现场操作让用户了解海尔家电的智能化，家电不再是冰冷的机器，而是融入家庭中的一员，家电的操作更为便捷灵动，程序简化效率提高。同时现场展示给予用户以感官的唯美体验，诠释智能家电生活下充满朝气积极向上，不断前行，融合多种新鲜元素的优质生活方式。2015年海尔将一直以用户需求为创新点，给用户提供更多更好的家电产品及优质服务。

## 红星美凯龙——让"爱家"成为信仰

12月3日，这个原本普通的日子从5年前开始变得不同寻常。2010年的这一天，中国家居流通行业领导品牌红星美凯龙正式发起“爱家日”运动。从此，每年的12月3日就成了“红星美凯龙爱家日”。2014年，“爱家日”迎来5周年，“M Home：随寓而安”——红星美凯龙艺术大展在798尤伦斯当代艺术中心(UCCA)开展，用艺术给人们的“爱家”情愫带来全新的视角和思考。济南红星美凯龙与齐鲁网联合推出视听杂志——“我想陪你吃晚饭”，短短5天，微博阅读量达到16.9万，微信转发量达10万，点击量1028万次，人民网、新华网、光明网、新浪、凤凰等上百家网站转载。

## 皇城根北京风味主题餐厅——烤鸭炉明档走进城市综合体

一直以来，我们吃烤鸭从来没有全程跟踪过。现在，皇城根北京风味主题餐厅别有新意地将烤鸭房设计为明档式，并走进城市综合体，用完全透明的橱窗设计将烤制过程清晰地呈现在食客面前，使顾客对美食的体验达到了极致，多看一眼便多一份兴趣、馋味。如今，明档式烤鸭已然成为城市综合体里一道亮丽的风景线，变等待为对美食艺术的观赏，既可以让顾客欣赏到全套正宗的北京烤鸭技艺，又增加了顾客的参与感与趣味性。

## 高第街56号餐厅——闺蜜节活动

高第街56号餐厅投入大量的人力、物力和财力，联合山东电视台公共频道，开展了“闺蜜节”活动。为了配合“闺蜜节”活动，高第街56号餐厅为此专门推出了花式鸡尾酒、嘻哒气泡苏打等系列新饮品，投放了大量的公交站牌广告，并开创了使用电视台主持人作为“闺蜜节”活动形象代言人的先例。本次“闺蜜节”活动经过媒体的广泛宣传之后，在社会上引发了很多人的共鸣。不少人专程到高第街56号餐厅，来上一场闺蜜之约，重温那最美好的青春年华。

## 茉莉餐厅——“冰桶挑战”

面对餐饮业激烈的竞争，茉莉时光大胆进行多元化的营销尝试，一直引领着山东省内餐饮业的时尚潮流。茉莉时光旗下品牌茉莉餐厅在中秋节上演“冰桶挑战”，用时尚的态度颠覆传统，在中秋佳节让顾客体验冰桶挑战的“透心凉”。茉莉餐厅力求为大家带来难忘的节日体验，与大家共同关注渐冻症病人，共同关注弱势群体。这一活动点燃了顾客们的热情，纷纷来到茉莉餐厅的活动现场接受了冰桶挑战。茉莉时光坚持以注重顾客体验的营销方式打造特色主题活动，将快乐带给顾客，也感染自己的员工，让员工在工作中体验到非传统餐饮带来的价值感和新鲜感。

## 新蒂餐厅——实现微信预定点单打印

扫二维码就送大桶爆米花，快到爆米花里来冲浪吧，还可以参与大抽奖活动，进口红酒、ipad、iphone6等百万大奖等你来拿。享受美食的同时还能获得精美好礼，粉丝们纷纷表示不能再等了。新蒂恒隆店是济南市第一家集微信订餐、预定、团购、打印多功能为一体的微营销运营餐厅。点单买单全凭手指一动，手机支付、现金支付、刷卡支付，想怎么付就怎么付，就是这么任性！

## 萨博瑞斯比萨——微信点餐平台

对每一个细节都一丝不苟并不容易，而且需要每天一大清早便开始准备。面团需要发酵，新鲜的食材等待切配，你要做到最好便没有捷径可走。为了更好地体验，我们开发了强大的微信点餐平台-萨博瑞斯，把口味极棒的健康比萨送入每家每户。我们从来不收外送费，是的，我们还有更多的惊喜要送给你。

## 新闻大厦——“挑战极限，永不说NO”月饼销售

2014年餐饮业面临的种种困难和压力。新闻大厦销售部是企业的龙头，大厦推行全员营销政策，做好营销工作是企业经营的重中之重。中秋期间，月饼销售是大家工作的重点，利用各种营销手段进行宣传促销，联系客户，进货、发货，大家忙得不亦乐乎。我们推出的低脂、低油环保铁盒月饼，以其独有的特点得到了广大客人的好评。有很多外地客人订购，这就需要我们到邮局为其邮寄。客人的需求是我们服务的最高命令，“挑战极限，永不说NO”经过全体员工的共同努力，顺利地完成了销售任务。