



格力红四月

全民抢格力

抢购

仅此3天

4月5日-7日

全年价最低



格力空调、格力净水机、格力小家电、格力空气能热水器、晶弘冰箱
全省招商进行中，招商热线：0531-80993550

格力红四月 正解“中国式抢购”

与略带调侃和嘲讽意味的“虚假宣传”不同，格力红四月所掀起的“中国式抢购潮”带有显著的正面意义。它是当下与时俱进的中国社会新风尚的一个缩影。满足的是深度转型期中国经济的新节拍和民众的新期待。



中国式抢购

搜索

格力百科

中国式抢购:由格力红四月活动而引发,其突出特征是,重品牌,善比较,爱扎堆,对价格高度敏感,相信口碑相传的力量,哪里人多去哪里。它集中体现了中国消费转型期人们日益增长的提升生活品质的迫切需求与无法满足这种期待之间的矛盾。格力红四月活动为其提供了有效的解决之道。

山东格力的一位普通市场员工这两天突然感觉到了自身的“价值”。

自3月30日起,他连接到了许多亲戚朋友打来的电话,目的只有一个,帮忙买几台格力空调。“现场太挤了,你就帮忙把货买出来,钱一分不少,省的就是排队拥挤的麻烦。”活动还没有开始,他手中已经积攒下了数十套格力空调的“预订单”。

万众期待的2013版格力红四月——万人空巷抢格力活动正在进入“读秒”阶段。无须渲染,格力员工越来越忙碌的节奏和各认筹处火爆的预售场面预示了一切。一个看似普通的行业营销活动为什么会聚集如此大的能量?一个品牌所散发出的号召力为何会如此之强?格力红四月“万人空巷”的背后又有着怎样的因果?格力红四月“点火引爆”的前夜,山东格力电器总经理段秀峰与广大消费者共同探讨格力红四月现象的深层成因和现实意义,以相互激励,与君公益。

“我们搞红四月活动,就像张罗自家的家事一样,花最大的心思,用全部的气力,虽然操心费神,但心甘情愿,心底快乐。”

笔者:格力红四月不是今年家电业最早的一场活动,给人的感觉是,无论外界如何喧嚣,格力一直在按照自己的节奏走,不快不慢却恰到好处。对此,格力是基于怎样的考虑?

段秀峰:品牌搞活动,肯定是基于自身的实际情况通盘考虑的。早有早的道理,晚也有晚的理由。但有一点是最重要的,就是一定要掏出自己的一颗心,呈献给消费者,让他们感觉到你的“真”。经过这几年的活动,老百姓也逐渐看清楚,谁真正对他们心存敬畏,将他们的利益举过头顶,谁怀着一副“赌徒”心态,视自己的利益高于一切。格力红四月连年的火爆,实际上是消费者用手中的人民币解释了一切。

格力红四月认筹的这几天,我在某地的百货大楼看到,格力认筹点人头攒动,排起了长队,商场的负责人对我说,排队购物,在计划经济年代很常见,在现在物质条件如此丰富的情况下,竟然也出现这样的场面,格力算是创造了奇迹。今年的红四月,全省各大卖场争相与格力紧密合作,格力红四月三年多的努力,曾经浑浊的水正在被澄清,“裸泳者”开始无处藏身。

有人说,你们的红四月搞了好几年了,已经驾轻就熟,消费者也已经熟知,不用再像刚开始那样劳心费神,市场一“炒”就起来了。说实话,我们一点也不轻松,反而感到越来越累,我们真切地感觉到,

这个活动的分量太重了,它承载了消费者所有的信赖,承载了我们格力人所有的良知。

虽然累,但从心底感到快乐。我们把它看做自己的家事,来的也如同是自己的亲人。为自己的亲人而忙碌,我们心甘情愿,快乐无比。

笔者:格力红四月有一句口号:有广大消费者共享格力品质。能否具体解释一下,到底什么是格力品质?

段秀峰:用一句话概括,格力品质就是当代人所追求的生活品质,它满足了消费者的各种现代需求。当前,大众消费的品质意识已经开始觉醒。作为大众消费品,就必须随时满足民众的这种新期待。可以说,格力品质正好契合了这种需求。

刚刚过去的这个冬天,持续的雾霾天引发了大众的高度关注和普遍担忧,如果回到十几年前,估计没有多少普通人会对天气如此关注。这说明,随着社会的进步,人们对自身的生存质量和生活品质有了新追求、新期待。但是,这种新追求和新期待还处于成长期,尚显脆弱,所有的中国企业都应该有这种使命和责任,对民众的新期待给予明确的响应和有力的引导。格力红四月就承载了这样的时代重托。

格力电器改变了过去那种基本的制冷制热的功能,上升为调节消费者的生存环境和生活品质。比如,你在什么样的环境下,需要什么样的湿度最合适;在睡眠的状态下,需要什么样的送风方式最舒适;用你意想不到的人性化关怀让你感到更便捷;还有节能、环保、艺术价值等等。消费也是一种投资,要想让你的投资回报更高,你就用格力空调,它回报给你洁净的空气、安逸的空间、充足的精力、健康的身体,当然,也倍有面子。

“现在盲目崇洋的人已经不多,但为什么满大街跑的还都是国外品牌的汽车?消费者不爱国货,我们扪心自问,我们该拿什么给我们的消费者?”

笔者:与往年相比,今年格力红四月的亮点在哪里?

段秀峰:今年的格力红四月活动有三大背景引人注目。其一,2012年,格力电器单品销售突破了1000亿元,成为中国唯一一家销售破千亿的专业化家电企业;其二,格力红四月举办3年,7天的销量突破100万套,创造了家电行业单项营销活动的历史纪录,今年能否再创新高,整个行业都在拭目以待;其三,格力独创的行业服务标杆——一年包换全额补偿至今已经实施了整整5周年,没有任何第二家品牌跟进,借实施5周年之机,格力的这一“品质保证金”制度将再掀高潮,使这一服务承诺深入人心。

与往年有所不同的是,今年的红四月我们明确打出了“高端品质、低端价格”的口号,就是要告诉消费者:便宜也能买好货,因为有格力红四月。

好货不便宜,是因为制造“好货”需要更大的成本,付出更多的代价,品牌是要用智慧、勇气以及全部的心血换来的,自然要体现出它的价值。格力红四月则是格力将自身的利润压至最低,用最好的产品与广大消费者共享的一次难得盛会。全年最低价,仅此两三天。通过价格这个切入点,让更多的人有机会体验、共享格力带来的生活品质。有对比,才能分高下;感受过,方知品质高。过去我们不屑于价格战,通过这几年的红四月活动,我们认识到,价格战应该理直气壮地打,前提是必须端正打价格战的目的。当看到通过格力红四月活动,更多的人享受到了格力所带来的前所未有的舒适感受,由此增进了互信共赢和社会良序,我们深深感受到,格力的这种牺牲和付出,值。

笔者:您常说一句话,格力这个品牌是千千万万的消费者用手中的人民币投票投出来的,您有没有仔细地分析过,消费者为什么对格力情有独钟?

段秀峰:消费者手中的人民币不是天上掉下来的,是他们用一点一滴的汗水赚来的。正因为如此,消费者的投票最公正。世界上没有无缘无故的爱。然而在空调领域,我们可以自豪地说,这里已经没有国外品牌的立足之地,格力不仅做到了全国占有率遥遥领先,也成为全球空调业的老大。有这样的民族品牌,消费者为什么还要用国外的产品?格力红四月,不仅普及了格力的高品质,在一定程度上,也普及了中国人的那颗爱国心。

“你敬我一尺,我敬人一丈。格力的很多奇迹就是在这种彼此敬重中完成的。格力给了消费者追求和享受品质生活的信心,消费者给了格力屡创传奇的底气。”

笔者:当前,各类名目繁多的促销活动很多,格力红四月如何来体现自身的“唯一性”?与其他品牌活动相比,格力红四月最大的不同在哪里?

段秀峰:格力红四月是山东格力体现其营销竞争力的核心产品。它与“一年包换,全额补偿”一起,构成山东格力在营销领域的核心竞争力。格力红四月为什么这么红?首先源于格力与消费者之间共同经营起来的默契以及由信任为基础建立起来的彼此依赖。信心比黄金还要珍贵,格力给了消费者追求和享受品质生活的信心,消费者给了格力

屡创传奇的勇气。格力单品销售突破千亿,这是广大消费者用手中的人民币铸就而成的。红四月活动,就是格力回报广大消费者的“专场演出”。

格力红四月与其他品牌活动最大的不同,则在于它的与时俱进,不断地融入崭新的时代成果和精神动力,让其活力四射,青春永驻。当前,人们对生活品质和生存舒适度的需求愈发迫切,格力必须牢牢抓住这一机遇,给民众的这一新时期待一个突破口,让它喷薄而出。

笔者:格力红四月至今已举办了4年。通过这个活动,格力最大的感受是什么,它给消费者带来的最大益处又是什么?

段秀峰:格力红四月通过4年的运作,已经成为大众熟知的营销品牌。我们能感觉到,它已经具备了较大的影响力,但还有更为充分释放的空间,尤其是在当前急需提升内需质量,中国迈向“全民幸福”的新征程中,格力红四月还有巨大的潜力,还会有更大的作为。

通过这个活动,我们最大的感受是,中国消费者日益增长的提升生活品质的迫切程度与无法满足这种期待之间的矛盾,真切感受到消费者对格力的殷切期待,这样的感受让我们热血沸腾。格力必须分秒必争,我们已经清晰地认识到,中国消费者的目光所到之处,就是格力前进的方向,中国老百姓“幸福指数”飙升的未来,就是格力的未来。消费者同时也能够感知到,他们未来的好日子,除了国家绘就的宏伟蓝图和顶层设计之外,还必须有力格力的未来。消费者同时也有首倡精神的微观行动来落地。

笔者:格力红四月有着灿烂的未来,那么在具体的运作上,今后还会有哪些创新的思路?

段秀峰:一个品牌的影响力不是靠某个“炒作点”来维系,它一定是一个厚积薄发的过程。“价格”是吸引消费者的一个重要途径,格力依然会秉持“全年最低价”的一贯承诺。但格力红四月同时又是一个与消费者进行深度交流的平台,一个共享现代生活品质的磁场。格力红四月今后必须在每一个细节上精雕细琢,就像一个人,不但要长得强壮,还要精致。首先要靠真功夫,其次还要有软实力。在这方面,我们遍布全省各地的数千家格力专卖店和销售网点就是个“与消费者共享格力品质,分享格力科技”的载体。这里有格力最新科技成果的生动展示,有消费者深度参与其中的消费体验,有专业化所带给你的无微不至的消费关怀。所有这些,入口处就是“低价格”。消费者进来以后,会豁然发现,原来里面还别有洞天。



格力空调 世界名牌

高端品质 低端价格

认筹还剩2天 抢购即将引爆

已有数地市认筹券即将售罄 告急! 告急! 告急!



山东格力电器
微信号: SDgeli
已开通敬请扫码关注

服务热线 4008-365-315



好空调 格力造