

新融合

2016消费风尚榜

年度
营销事件

新风尚

★ 贵和购物中心——最文艺的IP展小王子遇见贵和

2016年12月10日,来自法国的《小王子》主题展——小王子遇见贵和的圣诞点灯仪式在贵和购物中心北广场正式启幕。此次正版授权的《小王子》主题展,不仅有总高6米的巨型小王子及两百多平米的小王子玫瑰花园,有根据书中及电影情节实景还原的飞机、羊盒子等场景,更有经典人物与插画装饰遍布贵和购物中心的每个楼层。此外,主办方还组织了多场互动活动,开幕仪式及圣诞夜的小王子情景剧演出,“一直深爱,不曾离开”温暖治愈系爱情分享会,圣诞小王子Cosplay主题巡游……

本次小王子主题展是首次进入济南,不仅使省城市民近距离接触了文学艺术作品,更为省城增添了浪漫的节庆气氛。贵和购物中心用这种更温情的方式,吸引越来越多的市民走出家门参与互动,让消费回归实体商业。



★ 银座——11.22超级“独利日”会员答谢活动

随着商业的不断进化,不管是实体零售还是电商,顾客忠诚度降低都是不容忽视的问题,而实体零售在解决这一难题时有着先天的优势——通过体验来增强顾客黏性。“转变商业模式,强化消费体验”,已成为业界共识。银座举办本次11.22超级“独利日”会员答谢活动,归根结底就是为了提升购物体验,从而为其会员群体奉上一份大礼。

如果说过去几十年传统商业是以卖货为主,零售商与顾客往往是买卖关系,那么未来零售商业更多是为消费者提供舒适的消费体验。未来的消费者会更愿意为体验、环境、情感和服务买单,体验式购物中心的发展已是大势所趋,通过轻松愉悦的购物环境,以实现对客流的重新集聚,增加黏性。未来的实体商业无疑是要从注重销售额,向侧重引客来流转变。



★ 济南恒隆广场——点亮圣诞主题活动

每年的圣诞和新年活动,是恒隆广场给济南的最大惊喜。2016年恒隆广场以点亮圣诞为主题,回归节日的本义,用经典元素打造节日氛围,却又处处展现创意。

西翼中庭高达12米的摘星圣诞树内部藏有玄机:顾客步入其中举手之处灯光熠熠,仿佛点亮了夜空中的星;东翼中庭寻愿之路的尽头,面对屏幕即可捕获表情包,还没完成的节日愿望就由自己变身的圣诞老人来实现。12月24日平安夜派对上,型男圣诞老人和童声天使合唱,新潮而又经典。12月31日的新年派对,以70、80、90、00年代为线索,带领顾客从过去到未来,享受超时空的狂欢体验。



此外,恒隆广场还推出了满额赠礼活动,定制以点亮圣诞为主题的圣诞树灯饰和实惠的购物卡大受欢迎,多数租户也推出丰富的节日活动。顾客在恒隆广场玩得尽兴,买得满意,自然带来商场客流及销售的大幅增长。

★ 济南振华商厦——主题餐饮空间精彩亮相

2016年济南振华商厦通过不断改变经营模式来满足消费者的需求,从单一的百货商场转变为集购物、餐饮、休闲、娱乐为一体的现代百货。其中,对美食餐饮做了重点调整,将六楼、七楼改造为具有鲜明主题的特色美食餐饮商业圈,与原有商家相互拉动。黄三怪陕北美食主题让就餐客人置身于陕北文化为主的复合文化之中,集杰尚品自助餐厅美味不限量领跑百姓自助餐,蓝海·百姓厨神美食广场也即将闪亮登场……



济南振华商厦6、7楼主题餐饮空间的特色美食不仅给商场注入新鲜血液,也改变了商场的营销方式,用崭新的形象来吸引消费者的目光。

★ 领秀城贵和购物中心——属于孩子自己的“禾塘市集”

这是一处孩子自己当家作主的舞台,这是一方历练孩童独立成长的空间。“小鬼来当家,摆摊做老板”,由领秀城贵和购物中心结合社区购物中心特色、自行策划推行的“禾塘市集”活动自2016年6月开市以来,受到了小朋友的热烈欢迎,参与度节节攀升。现场有欢声笑语,小朋友醇厚的友情,内心的成长,特卖义卖的收获所得……每一届都尽显精彩。目前“禾塘市集”已连续做了五届,2017年将创新活动形式,以更加精彩的内容为小朋友们创造出学习、交流、互助和树立责任观和价值观的良好舞台。



★ 海尔——海尔专卖店20周年庆

海尔专卖店经营20年,创下家电行业最长寿专卖店纪录,于2016年12月10日开启了一场席卷全国的庆祝盛典,用品牌实力、产品和服务掌握市场主动,打开实体店发展新思路。

目前,海尔已经建立起近4万个专卖店,区县覆盖达98.7%,拥有10万服务兵,在其他品牌专卖店消失或者减少之时,海尔专卖店依然以21%的两位数速度增长。在周年庆期间,海尔为用户带来了真正的优惠,提供多重感恩老用户活动,如进店有礼、生日同乐会、家电免费保养等,为新老用户带来一场除旧迎新的年末家电盛典。

海尔专卖店20年走来,亿万用户好友形影不离,是不断前行的源动力;10万服务兵风雨同舟,真诚守约、使命必达,一起践行“真诚到永远”的人生信念。20年最长寿,是感恩好友一路相伴的节点,更是真诚再起航的新起点!



★ 格力——格力红四月第七季

一年一度的格力红四月已经成为山东整个家电行业的标志性事件,“买空调就等格力红四月”也已成为山东消费者普遍认同和肯定的品牌标签。2016年在家电市场萎靡不振的大环境下,第七季格力红四月逆势爆发,4月2-4日,3天45万套的成绩单不仅巩固了格力第一空调品牌的市场地位,多元化的增值服务和组合更是让消费者在购买“全年价最低”的空调同时,获得了更多超乎想象的实惠和体验。格力红四月已不再是一场单纯的促销活动,而是融入了更多内容和内涵的品牌盛宴。



★ 山东凯瑞餐饮集团——公交营销

2016年,山东凯瑞餐饮集团在营销战略上又向前跨进一大步,经过前期的缜密调研发现:大众化餐饮的目标群体与乘坐公交的人群高度吻合。因此,凯瑞借助公交电视媒体认知度高、接受频率高、灵活性强的传播特点,制定了周密的品牌宣传公交营销策略,根据各品牌的自身特点,经过精心策划,聘请专业人员拍摄、制作宣传片在公交媒体投放,让山东凯瑞餐饮集团更进一步走进百姓生活,提高各品牌的知名度与美誉度。

银座INZONE

大吉大利

1月13日-1月26日

福袋来了 | 1.30开售 | 售完即止

开年福至,新春首发,“袋”福回家

银座会员凭会员卡/电子会员卡

【商城店】享300元起购价值600、1200、1800、2200元等定制福袋

【其他门店】享50元购价值200元起超值福袋

来银座,春节吃喝玩乐购,帮您一袋搞定!

狂买不停1.20-1.23

购穿着类单笔现金部分

满1000送50元(超市券)

(赠完为止,商城店、八一店除外)

大单有礼1.20-1.26

购百货类单笔现金部分

商城店满2000元,其他门店满5000元

即可获得精美礼品一份,多买多得。

畅销品牌 新春动享

满百50起变100

化妆品80/85变100

银行刷卡

新年礼

兴业银行:现场刷卡用户,满300元立减100元(1.13-1.15,1.20-1.22)中国银行:百货类满800元立减100元(1.14-1.15,1.20-1.30)邮储银行信用卡:百货类满300元立减50,超市类满300减10(1.14-1.15,1.29日期间每周六周日)银联白金信用卡:百货类满500元随机立减20-999元(12月24日-2月3日)光大银行:百货类满500元立减50元(1.21-1.27)浙商银行卡:百货类满618元立减100元/满额赠礼(1月21日至25日)广发银行银座联名卡:自在卡、借记卡:满117元送春联福字大礼包(1月13-1月26日),满2017元送购物车1辆(1月27-2月2日)。

以上活动限指定门店参与,数量有限,额满为止。详情见店内海报。



金鸡送宝 “码”上有礼

关注微信“银座惠生活”,扫描各门店店内活动二维码,参与寻宝,新年惊喜在等你!