

快报“金牌营销员”大PK火热进行中

你还等什么? 赶快来投票吧!

“我支持 TCL 的蔡强,我曾在他的手上买过彩电。他的服务态度好,说话实在、有亲和力,介绍电视机时业务知识相当丰富。”

“我投 4 号选手,她的服务态度特别好”……

自 4 月 11 日起,快报 B40 版刊登了《快报五一“金牌营销员”评比热力开炉》一文后,吸引了众多读者、网友登录江苏都市网或拨打快报 96060 热线,为自己心目中的“金牌营销员”投票。截稿前,记者在江苏都市网上发现投票总数已达 501659 票,其中 4 号选手创维促销员沈灏遥遥领先,3 号选手方太的刘长青紧随其后,TCL、海尔的两位选手也不相上下。

4 号创维 沈灏:顾客就是上帝

“我觉得网上票数多少并不重要,重要的是我的服务能让顾客满意,能给他们提供合理的建议。”2 号选手沈灏告诉记者,他参加“金牌营销员”PK 后,有不少顾客特意跑到他工作的地点来找他。可由

于他们是两班倒,所以不少顾客都扑了个空。你别看沈灏才 25 岁,可他却是一个老促销员了。“上大学前,我就开始当临时促销员了,读大学期间我也一直在做。”时间的推移,沈灏渐渐喜欢上促销员工作。大学毕业时,他放弃了机械工程专业,一心一意当起了专职促销员。“我认为一个‘金牌’促销员必须了解自己的产品,对顾客做到有问必答,因为顾客就是上帝。”沈灏表示,无论这次是否能获胜,他都会一如既往地为顾客服务。

3 号方太 刘长青:用心为客户服务

“真的吗?竟然有这么顾客支持我!”当记者告诉刘长青,目前她的网络票数有 140269 票时她大吃一惊。41 岁的刘长青告诉记者,1996 年她从工厂辞职后考入方太当促销员。最初她只是想换一个工作环境,可没想到慢慢就喜欢上这份“说话”的工作了。“每天,我都希望能用自己的专业知识为顾客挑选适合的产品。”刘长青笑着说,她参赛的第二天就有不少顾客慕名到她柜台选购产品。其中,一位 70 多岁的老奶奶让她记忆最深。那位老奶奶在卖场转悠了半天,最后还是停下脚步在刘长青的柜台买了东西。临走前,老奶奶告诉刘长青,她在快报上看到刘长青要

竞选“金牌营销员”才特意到她工作的地方买东西的,经过再三比较她选择了在刘长青的柜台买东西。听到这,刘长青的心头颤了一下,她没想到这次参赛的影响力那么大。“我想通过快报报告各位读者,我一定会用心为客户服务,让大家在我这购物放心省心更舒心!”

快报五一“金牌营销员”大PK,面对面较量,你一言我一语,看谁最能说服顾客,看谁最能成功推销自己,谁就是真正的“金牌营销员”。“金牌营销员”候选人将用他们的微笑+三寸不烂之舌,真诚为您服务。你曾经在卖场买过商品吗?你喜欢他们的服务吗?还等什么?赶快为你心目中的“金牌营销员”投上一票吧!

快报记者 郭芷冰



我只用国产家电!

本期嘉宾:肖军云
职业:创维集团中国区营销总部南京分公司总经理
家电理念:只买国产家电品牌!

“家电,我只用国产品牌。”肖军云表示,这么多年来他一直坚持用国产品牌的家电,彩电用的是创维,空调用的是格力,洗衣机、电冰箱用的是海尔……“其实,国产品牌家电技术并不比合资品牌的差,相反有的国产品牌甚至领先合资品牌技术一两年。”

2001年,肖军云大学毕业后带着梦想加入深圳创维集团。7年间,肖军云的工作地点在不断变换,职位也在不断提升。每次,肖军云都会告诉自己机遇是要留给那些有准备的人,所以他必须一直处在一个高度紧张的工作氛围中。

创维每款新品我都试看

“当你的职位越升越高时,你的休闲生活就会变得越来越少。”肖军云无奈地说,每天晚上 10 点钟他才能下班,因此就不得不放弃看电影的爱好。“幸好,创维酷开网络多媒体娱乐电视解决了这个问题。于是,我经常出门前打开电视菜单在网上下载自己喜欢的 RMVB720P 格式的高清电影,然后选择 4W 待机,这样晚上回家一般就已经下载好了 7 部电影。同时,液晶电视比电脑屏幕更能保护眼睛。”

在创维工作了 7 年,肖军云也漂泊了 7 年。可无论到哪里,肖军云总是坚持房间里一定要摆放一台创维电视。“其实,我看电视也是为了工作。”肖军云笑着解释道,每次“创维”推出一款新产品他都要亲自试看。“如果我自己不看,怎么能推销给消费者啊?”

电视、洗衣机用得最多

2002 年,创维推出了一款“卧室纯平”彩电。这个“卧室纯平”理念,就是他在苏州看电视时突然想到的。

“这款彩电与其他彩电不同的是,它可以根据卧室内的光线强弱自动调节屏幕的色彩。这样,当你在床上看电视时,眼睛也不会感到累。”肖军云笑着说,每次看电视他都是以一个消费者的身份去看电视,不断了解产品的性能,了解哪些是消费者需求的……肖军云告诉记者,在每个“家”中他用得最多的家电除了电视机就属洗衣机了。每次,肖军云开动洗衣机洗衣服时就会想起他在广州家中的海尔滚筒洗衣机了。“现在,我租的房子洗衣机不是滚筒的,每次洗好的衣服总是皱巴巴的。更重要的是,每次洗衣服时我就会想起远在广州的妻子。”

[嘉宾心得]

目前,液晶电视是彩电销售市场的主流。其色彩柔和,无辐射,健康环保。其中,IPS 高清硬屏的酷开网络多媒体娱乐液晶电视可以不用电脑主机直接上网,深受厂商和顾客认可,其散热性、色彩都要比软屏液晶电视好。

[记者印象]

采访中,肖军云一直给我非常健谈的感觉。他对自己是如何进入创维工作,再聊到他如何在短短七年间走上领导的岗位。

其间,他跳跃式的思维更让我深深感觉到水瓶座的人求新求变,喜欢挑战的个性。在整个采访过程中,肖军云一直强调每一个中国人都应该支持购买国货,而不要一味相信国外品牌。他告诉我,去年他到韩国出差时发现,韩国人基本上都购买本国的家电产品,外来的产品大多无人问津。那次的韩国之行,更让肖军云坚持购买使用国产品牌家电。快报记者 郭芷冰

■候选人名单

第一批候选人

1号:海尔 董玲娣、2号:TCL 蔡强、3号:方太 刘长青、4号:创维 沈灏

第二批候选人

5号:老板 王翠玉

6号:帅康 武德清

7号:松下 成凯



2003年加入老板电器以来,连续两年获得最佳销售能手奖、三年获得总经理嘉奖,2007年其个人表现受到杭州总部产品培训部的一致嘉奖。
竞选感言:企业的荣誉来自消费者,员工的荣誉来自企业,最终来自于每一个员工不懈努力所创造的价值。



2005年获得帅康优秀促销员称号;
2007年获帅康总公司金牌促销员称号。
竞选感言:我认为一个人好不好,大家好才是卖场销售的灵魂。”



1999年进入松下电器,一直担任松下彩电促销员。每年都荣获“优秀促销员”、“促销能手”等称号,并多次获得松下“完成率大奖和销售卓越贡献奖”。
竞选感言:心有多大,舞台就有多大!我要用我的热情与活力感染每一位顾客!

■如何参与

方式:

拨打快报热线 96060;
登录江苏都市网进行投票;

移动、联通、小灵通用户发送 997 加内容到 10665566085 (注:1元/条)。如:您支持 1 号选手,编辑 9971 发送至 10665566085。

时间:

4月11日-5月5日

奖品:

凡是参加投票的读者都有机会获得价值 4000 元的家用电器大奖 (将从短信投票和 96060 热线投票的读者中抽出)。

评比标准详见 4月11日现代快报 B40 版

海信变频空调荣膺“2007 最佳变频空调奖”



4月11日,“变频专家”海信空调以卓越的品质、出色的市场表现和销售业绩,以及在推动变频空调普及方面做出的杰出贡献,在中国电子报社主办的“2008 首届空调产业年会暨新品流行趋势发布会”上被授予“最佳变频空调产品奖”。这是继“2007-2008 中国家用空调行业高峰论坛”上,

海信空调获得“最佳变频空调奖”、“国内市场先锋品牌”、“2007 最佳成长奖”,其挂机、柜机分别获得“2007 冷冻年度变频空调之星”称号后,海信空调再次成为行业瞩目的焦点。

据悉,1997年,海信研发出国内第一台变频空调,就一直执着于实现变频技术不断升级,致力于高节能、高舒适变频空调的研发、生产和推广,主动肩负起为国家节约能源的责任,使中国变频空调市场从无到有、再到迅速发展壮大。十一年的领跑,更是铸就了“海信空调,变频专家”的坚实市场地位。

展望整个行业,自 2007 年来,国内空调市场已形成以变频空调为主的高端化消费态势,且呈不断上升的趋势。2008 年后更是如此。据中怡康调查数据显示:2008 年 2 月,变频空调累计零售销量同比增长 20.47%,累计零售额同比增长 38.80%,势头迅猛,空调市场正迎来变频绽放的春天。

为了更好地满足消费者对变频空调的增长性需求,海信空调不断加大核心技术研发,将节能、环保、时尚等要素与高质量产品相结合,即将推出具有极致舒适度的 Anyfeel 尊

享变频系列为代表的 8 大系列 70 余款全新的变频产品,不仅进一步强化了海信的变频技术优势,更使变频产品阵容扩大到原来的 1.5 倍左右,引导空调高端化消费潮流。

海信空调相关负责人表示,海信 Anyfeel 尊享变频空调采用行业领先的矢量 180 度直流变频控制技术和数码科技电子膨胀阀节流技术,能根据压缩机频率和室内外温差大小,自动调节开度大小,最大程度减少能量损耗,提高空调器压缩机的效率,能耗更低,超级节能。

此外,尊享变频系列空调除了在节能技术上占尽优势,还拥有快享、恒温、舒睡、智感等突出性能优势,成为市场最具舒适性的空调产品。

芳,用来煮饭、泡茶、煮咖啡,会给你更醇香的感觉。

新衣颜色一次比一次暗淡,洗完以后就硬硬的总是让人沮丧——这是硬水的过错。在清洗中,A.O.史密斯软水不会在衣服上留下碳酸钙、碳酸镁,洗完、晒干的衣服柔软得让你直想往身上套。A.O.史密斯软水,用无添加的方法,达到添加了衣物柔顺剂的效果。

从今天起,别再用自己的身体对硬水迁就。让自己的身体健康起来,高兴起来,用全新的 A.O.史密斯柔水源,向你的身体问好,向你的每一天问好。

国家统计局中国行业企业信息发布中心数据显示

2007年万家乐燃气热水器再次蝉联全国第一

近日,国家统计局中国行业企业信息发布中心在京举办的“第十二届全国市场销量领先品牌信息发布会”上公布的权威调查数据显示:广东万家乐燃气具有限公司生产的“万家乐”牌燃气热水器产品,在 2007 年市场销售量和销售额两项指标上均名列全国第一,而“万家乐”牌电热水器、

燃气灶具、吸油烟机等产品也都名列前五名。同月,中国商业联合会、中华全国商业信息中心在北京发布的 2007 年大型零售企业经营情况及国内消费品市场 90 多种商品的品牌监测结果表明:“万家乐”牌燃气热水器产品,在 2007 年全国市场综合占有率上名列全国第一。

打开流光溢彩,开启影院享受

如果能把电影院的视听效果搬回家,那是多么令人向往的享受。光影交错的面、澎湃震撼的音效带来全方位感官冲击,让人沉醉其中。想轻松获得这种感受并不难,飞利浦流光溢彩突破屏幕限制,精彩绝伦的光影流泻完美打造私人影院般的非凡视听体验,让你在家中尽享影院震撼。

逼真的影院效果来自于飞利浦特有的流光溢彩功能。流光溢彩独具匠心地电视机背面安排先进智能背光,根据屏幕内容变换灯光色彩和强度,突破屏幕限制,将观赏视角延伸到电视屏幕外,带来生动的整体观赏氛围;同时,结合逐点高清画质

处理技术令屏幕内外相得益彰,精彩纷呈,营造出前所未有的影院级享受。

流光溢彩 2 采用了炫彩 LED 发光技术,其灯光变幻更为绚烂多彩,营造出的视觉效果令人心旷神怡,美不胜收,进一步加强了画面效果的感染力。另外,它的灯光强度可以智能根据屏幕亮度自动调节,在夜间明暗对比强烈的环境下使观赏更舒适,让你尽情享受家中影院的饕餮盛宴。

无事的夜晚,惬意地窝在家中看碟,美轮美奂的流光溢彩配合极致高清的画面内容,在家中演绎随情而动的影院效果——如此美妙的体验,就在飞利浦“流光溢彩”。

A.O.史密斯 柔水源,赋予生活温柔质感

这里有两件衣服,分别是粗麻与丝绸质地,你一定会选择丝绸贴身穿了。然而,在同样与肌肤亲密接触的用水时,其实你一直在用如粗麻般的水质——硬水。它可能会让你的皮肤干燥难耐、头发枯燥,让你洗完的衣服总是硬硬的,带给你种种不适,那么,何不换上丝绸质感的水质呢?这就是软水,有着 130 年深厚品牌历史的 A.O.史密斯新上市产品——A.O.史密斯柔水源,它能将普通自来水变成软水,让

您尽享软水给予肌肤温柔的呵护。这种被欧美、日韩消费者普遍使用的软水水质,大大去除钙、镁、铁等对体肤有害的金属离子,将为您带来更多的美丽和健康。

A.O.史密斯柔水源 温柔呵护体肤 美丽又健康

护发乳、精华乳、发膜……为了拥有柔滑的头发,你往头上敷一层又一层保养品。其实,只要简单用 A.O.史密斯软水洗头——你就会发现发丝

拥有不同以往的柔滑感觉。A.O.史密斯软水能给肌肤保湿水般的丰沛滋润,预防干纹细纹,并在无残留的彻底清洁中,让肌肤做好吸收下一步保养品的准备。用软水洗澡,能让周身得到深层的温柔滋润,并可以解除皮肤干燥难耐的问题。

谁都想喝到水本源的味道。它清凉、纯粹、无味。去除了钙镁离子的 A.O.史密斯软水,去除了水中莫名的气味,忠诚传达每样食物的本色芬