对消费快乐的理解,站在不同的视角,就有不同的理解;站在不同的层面,就有不一样的感知。

论谈会上,来自南京商业界的近20位大佬献计献策,为破解快乐消费提供真知灼见。

本版撰文 快报记者 陈诚 黄建军 曾茜

部分与会代表合影

# “BOSS 课堂”解码“快乐消费”

## 服务升级 消费才升级

2009年中央商场的一个大动作,就是把VIP客户服务中心扩建到近半层楼。中央商场总经理助理陆飙坦言,“一个商场卖的不只是商品,还有服务。”如何做好服务?“如果顾客来退换货,一个换一个地站着排队,前面的还没解决好,后面的二个三个又都挤了上来,这样的情况下问题能解决吗?消费能快乐吗?”因此,要解决顾客服务难题,首先要营造一个好的环境,再提供优质服务。2010年,中央商场将进一步大规模提升环境,刺激消费者购买欲望,让零售业再上一个台阶。

对这样的观点,南京万千百货总经理万俊非常赞同。他表示,如今每个商场都在强调服务和细节,但是要真正把这个观点落到实处,关键是要把这个理念自上而下传导给每一个在一线的员工。另一方面,万俊认为,要让消费者在消费过程中体验到愉悦,购物场所也是一个至关重要的因素。“相对于传统百货,大型城市综合体项目越来越成为未来的消费趋势。随着人们对消费需求的提升,大型综合体项目才能在多方面满足顾客的综合需求。”

玉桥市场副总经理吴祖灏则表示,消费快乐的基础在于对消费有信任感。他认为,大市场一直以来纠纷较多,为改变这种现状,玉桥市场率先提出“不满意就退货”,只要顾客在玉桥市场承诺商铺购物并持有“信誉卡”,自购物之日起本地顾客三天、外地顾客七天内,对所购商品的质量、款式、型号、色泽、规格等不满意即可予以退换。“这种承诺的出现,让消费者产生信任,也就有了快乐的基础。”

在南京商厦副总经理李洪昌看来,快乐消费则是一个社会命题。“漂亮女孩刚穿上高跟鞋走出去,鞋跟卡在了阴井盖里,她能快乐吗?”李洪昌举了一个生动形象的例子,“我认为,快乐消费其实更是一个社会命题。除了商家能够做的,这与整个社会大环境也分不开。”只有环境好了,人们文明了,吃穿住行等消费行为才会愈加快乐。

苏宁环球常务副总经理林纲认为,快乐消费的命题其实是一个以消费者为中心的理念。“以我们去年举办的VIP活动为例,我们带VIP客户参观苏宁环球旗下的威尼斯假日酒店,给他们留下了美好的回忆,也拉近了客户和我们商家之间的距离。”

### 家电大佬迎接快乐

通过分析2010年家电市场的走势,苏宁电器南京大区总经理陶京海认为,家电快乐消费的春天已走近。

“总结苏宁2010年一、二月份的销售情况,同比上升了30%,增长形势看好。”2010年家电市场的繁荣,也促使了苏宁电器在今年进一步提升消费过程中的消费附加值。“我们提供的不仅是产品,更是服务。”陶京海表示,今年苏宁将继续加大物流配送能力、信息系统建设、人员管理,以及对消费者售前、售中、售后的服务,让消费者无后顾之忧,放心购买,享受快乐。

五星电器南京分部总经理陈武俊则给出了五星的解决方案:简单即快乐,从提升购物体验开始。对于快乐消费这一主题,陈武俊特别提到升级后的五星电器江东北路店,“这个店引用了全新的体验式消费方式,这种体验强调的不仅仅是顾客体验,也强调员工体验、供应商体验。”五星通过调研了解到,很多人在消费过程中感受不到快乐,是因为购物太繁琐了,因此把购物流程简化,也是快乐消费的一个重要议题。

拥有丰富的工作背景,让国美电器南京分部总经理曹健的观点更为独特。“消费快乐主要自心理的快乐,这就需要在做好一对一的、个体的服务方面下大功夫,让他享受到心理满足。2010年,我们的重头工作就是在点对点服务上做足文章,刺激、扩大消费者的购买欲望。”

## 商业的核心是快乐

和男性高管对快乐消费的理解有所不同,女性高管们则提供了另外一种视角。

南京万达广场商业管理有限公司区域总经理朱逸表示,“快乐消费”的命题是商家一直在认真思索并实践的主题。她认为,如今人们对商品的消费已经逐渐从物质满足转移到精神满足,因此,商家应该提供更多元、更多样的丰富产品,并更多地关注能为消费者带来娱乐、文化享受的精神消费产品。

“我们注意到,消费过程是具有增值和累加效应的,就是说消费者在挑选的过程中,消费的每个环节都要快乐。”同时,消费方式、载体的创新,也是未来营造快乐消费的一个重要方面。“在消费方式上,购物中心、专业店、一站式、复合型、关联消费等多种创新的方式出现了,这些购物方式能带给消费者全新的体验;消费载体方面,网络虚拟购物以一种全新的方式改变了人们的生活。”

金鹰国际商贸集团总监刘梦洁则称:做百货是一门艺术,核心是快乐。“因为我们卖的不仅仅是产品本身,更是一个过程一种体验。所以我们尤其看重细节,细致到电梯的速度和容量、音乐是否动听、卖场播音系统是否让人感到舒适、空调温度高低,甚至是灯光的明暗,每一个细节都力求完美。”金鹰国际还提供了方便快捷的一站式退换和异地退换。

华联商厦总经理陈大文用自己的亲身经历,诠释了消费从“满意”到“快乐”的升级。“以前,我们强调的是满意消费,如今升级成快乐消费。从购物过程来说,消费者对购物不只需要物质满足,更需要精神满足。”陈大文举了一个例子,她一年前在北京的一家商场是一个女性商场经营者,“我也是一个普通女消费者,和很多普通女性一样,我经常在心情不好时购物,通过购物缓解不好的心态。因此,购物过程中,我们商家营造的快乐,就显得非常重要。”

爱儿时代总经理张慰慈认为,几乎所有的消费都是在把商品带回家使用时快乐达到顶点,只有两种除外,一种是餐饮,一种是儿童娱乐,这两种消费都是在消费过程中,快乐达到顶点。“所以我们精心打造所有细节,尽力把快乐酝酿到顶点,让小朋友一来就能享受到。让小朋友觉得这是专属于他们的乐园,才能感受到最大的快乐。”

快乐消费的春天已经来了,本刊记者将带大家去南京各商家开启一段快乐消费之旅。

# 快乐消费第一站
## 金鹰商贸异地退换货 快乐升级

购物最纠结最不省心的环节是什么?售后!购物过程再HIGH,碰上闹心的售后服务,这消费也快乐不起来。

王丽丽在新街口一家外贸公司上班,前几天到扬州出差,偷空逛了会街,看上一件打折冬款外套,很是喜欢,正打折还划算,当场买了下来。哪知道回家仔细一试,小了一号。“单穿还好,里面加件毛衣就紧了。当时也没来得及认真看,同事都起哄说好看,就买了。”在外地买衣服,王丽丽本来心里就很忐忑,没想到还真出问题了。“再到扬州出差就是明年的事了,家里也没有合适的人可以送人情的。”虽然早就知道金鹰有十天内无条件退换货的售后服务,“问题的关键是,我买的这个牌子南京金鹰店没有。这四百多块钱不会是打了水漂了吧?”

抱着试一试的态度,王丽丽拎着衣服来到南京金鹰,在工作人员的指点下,到了六楼的客服中心。问了问,大多数的工作窗口都是可以办理售后服务的,王丽丽排队时,顺便向前面排队的人打听打听情况,哪知道他们全是在本地买的,王丽丽很是沮丧。“轮到我时,工作人员检查完吊牌和小票后,就直接办理了。”王丽丽担心是工作人员疏忽,特地提醒,“小姐,我是在扬州金鹰店买的。”“小姐,这个牌子南京金鹰店没有哦!”客服微笑着告诉她,“我知道,没关系,金鹰店全国办理异地退换货。”王丽丽一阵惊喜,“呀,金鹰还有这么贴心的服务,以后我在外地也可以放心地购买金鹰商场的商品了。”

与王丽丽的快乐方便相比,狄莉娜要面对的却是一大堆麻烦事。狄莉娜是南京金鹰店客服中心的领班,她每周都要处理来自扬州、泰州、上海、西安、昆明等全国各地金鹰连锁店的货品退换。“每一单多的几十件,少的几件。我们整个客服团队有大多数的人力都在做退换货的服务。”狄莉娜表示,这可不是一个简单的工程,“金鹰的每个连锁店都是独立运营的,而且同一品牌在每个城市的代理商也不一样。比方说碰上在扬州店买到商品的消费者来换货,我们要跟南京的代理商协调,先借一件换给消费者,扬州寄还我们一件,再把消费者退的衣服寄到扬州。”要是赶上活动期间购买的产品退换,情况就更复杂了。但是狄莉娜的团队都会与顾客协商一种双方都能够接受的方式,带给消费者最大的快乐。

# 快乐消费第二站
## 金轮新天地欧式长廊开启美妙旅程

在寸土寸金的新街口商圈,消费者习惯看到,每一个“火柴盒”式的购物场所,都试图最大程度挤进各种品牌。“别说快乐消费了,商场留给我们的空间这么小,人流量又这么大。每次在新街口一圈逛下来,比上一天的班还累!”消费者王女士向记者抱怨。但位于新街口中心的金轮新天地却别具创新,在体量本来就不大的商场,开辟出了一条百米长的欧式长廊。

“要让消费者在购物的过程中感受到愉悦,首先要营造好的环境,创造舒适的空间。”金轮新天地购物中心总经理卢革宁接受记者采访时表示,欧式长廊不仅以简洁明快的南欧地中海风格贯穿,并设置了很多休息椅,“消费者在购物的间隙坐在休息椅上,欣赏欣赏风格独特的欧式长廊,也算是我们牺牲掉一些商业利益,给大家带来商家的人性化的关怀。”记者到步行街感受了一番,欧式风格的小品,精致的天使美陈,以及当期正在举办的美食节与书市活动,无不体现出商家的点滴用心,为消费者创造了舒适愉悦的环境和浓浓的文化气息。

美国城市土地研究会的一份研究报告指出,越来越多的顾客到购物中心不是为了购物,而是为了享受“购物环境”。舒适、休闲、愉悦,正是金轮新天地要带给消费者的购物理念。俗话说“吃好玩好”,要先吃好才能玩好,金轮新天地在“吃”这一方面下足了功夫。“快乐消费的一个重要方面,就是各种需求都能得到满足。金轮新天地在2008年9月开业前,考察了新街口商圈的商家,我们发现高中低档、潮流的、成熟的,各种定位的商场都有了,市场很饱和,但餐饮和生活类商品尚有空间可挖。”如今,餐饮已经是金轮新天地的一个金字招牌,“在新街口逛街累了怎么办?到金轮吃点东西吧!”这一观点逐渐成为南京市民的共识。另外,要在新街口商场林立的大环境下杀出重围,让消费者体验到别具一格的消费快乐,金轮把生活类商品作为重点经营对象,“已经引进了图逗、朴坊、热风、林清轩等创意家居生活类品牌,未来我们将继续加大这类商品的比重,引进更多更好的生活类品牌。”

### »链接

**金轮新天地 欢畅美味迎春来**

金轮新天地第二届春季美食盛典3月5日起温情上映,缤纷美味热情邀约,全面领跑全城一站式欢畅体验。

美食节期间,金轮新天地联动场内各餐饮、购物、娱乐旗舰商家,隆重推出惊喜盛宴:消费满200元即可参与抽奖,赢取餐券与充值卡;更与南京书局合作开展步行街书市展销活动,与扬子晚报合作推出儿童玩具、图书户外交换大会等主题活动;同时,每周六盛邀场内诸餐饮名师于步行街内亲授制作各国特色美食,届时,顾客朋友更可亲自体会美食DIY的乐趣。美食自是享乐主题,特价菜品、现金券、惊喜赠品……优惠眼花缭乱,折扣力度空前,乐爆多情味蕾;多纳时光特选多纳3元/个限量供应。全面解读美食风尚,颠覆感官享受极限。

本版撰文 曾茜