

如果苏宁新街口店不卖第一 我们第一反应是怎么会?不可能!

这几天,各家电品牌的南京公司都忙得够呛。因为,苏宁新街口店本周六就要重装开业了,布置全新的专柜,制定开业的促销战略,各品牌都期待能在这个周末打上漂亮的一仗。

作为苏宁电器最有“历史”的一家门店,新街口店如何在十余年的激烈竞争中,稳居南京家电市场的销售龙头,成为众品牌体验厅的首选之处,成为新品上市的集中地,成为南京消费者买家电的不二之选。记者带着这些疑问走访了各大家电厂家老总,下面让我们来听听他们怎么评价苏宁电器新街口店。

□小茜/文

如果新街口店不卖第一 我们第一反应是不可能



南京美的制冷产品销售有限公司总经理 何方龙

记:很多品牌在苏宁新街口店的销售额都是江苏第一,乃至全国第一。美的也是吗?

何:是的。新街口店一直以来都是美的全国单店销售额最大的门店,这样说吧,如果有哪一次新街口店没有卖第一,那我们第一反应肯定是怎么会?不可能!

这个店不管是客流量、成交量,都是整个江苏市场最大的。同时,这个店也是竞争最为激烈的。因为各大品牌都把最优秀的营业员派到这个店,把促销资源向这个店倾斜。这也是各品牌营业员最想来的门店,因为这个店收入最高。

记:您认为新街口店有哪些独到之处,让它成为家电市场的

销售龙头?

何:说实话,我以前也暗自纳闷,这个店究竟是有何特别之处呢?后来我分析,因为这个店是南京人看着成长起来的,南京人经历了它在开业时候引起的轰动,以及12年来的逐步变化,说白了,南京人对这个店有感情,就认这个店。

最早的时候,新街口店最热闹的不是淮海路这头,而是中山南路大华电影院那一片,还有汉中路友谊华联那一片。苏宁新街口店开业后,极大地拉动了这边的人气,再加上中央商场朝这边开了一扇大门,万达广场的开业,现在新街口人气最旺的就是这边了。

可以说,苏宁新街口店在某

种程度上改变了新街口商圈的商业格局。

记:除了终端销售,美的还和苏宁电器开展过哪些深度合作?

何:在定制包销方面,美的有专门为苏宁渠道定制的产品,涵盖空调、冰箱、洗衣机等多个品类,并且在新品方面也率先保证苏宁供应;在信息化合作方面,双方在B2B系统直联对接项目上已经完成了订单、票据等信息的传递,双方还约定各种数据全面共享。

与此同时,美的作为苏宁渠道销售领先的制冷品牌,我们还会和苏宁共同引导行业的走向。比如在变频空调的市场推广上,苏宁上半年曾举办“变频空调普及风暴”商业论坛,邀请各大品牌商讨如何推广变频空调。而美的作为变频空调的先锋,已经连续三年取得全国变频销售冠军。目前,在苏宁的销售平台上取得了骄人的成绩。

记:此次苏宁电器新街口店重装开业,美的将有哪些资源支持?

何:此次新街口店升级开业及中秋促销期间,我们将大力度地投放资源。消费者凭内购卡购空调单套还能再优惠100元/台,同时,特价家电产品方面,三门冰箱以旧换新价不足1500元、对开门冰箱以旧换新价仅3699元;1.5P变频空调以旧换新价仅2609元。

引领家电潮流 让南京人钟爱这家店



南京小天鹅品牌总经理 李静

记:您认为新街口店有哪些独到之处,让它成为家电市场的销售龙头?

李:我想,苏宁新街口店的销售,是由它在消费者心中的地位决定的。这个店在消费者心目中的认可度很大。而在门店经营上,这个店也有它的很多独到之处。

首先,苏宁电器新街口店是家电行业的一个标杆性旗舰店,不管是店堂布局还是产品展示,新街口店都在不断摸索最受消费者喜爱的模式;而在产品出样上,新

街口店的出样也是最全最多的。

另外,新街口店在它的历次转型中,可以说是引领了家电行业的潮流。2001年首家开卖手机产品,2003年店面开始向3C模式转型,2006年开始3C+全新经营模式,2010年升级为Expo超级旗舰店……每一次转型,都带给消费者全新的购物体验,让消费者印象深刻。

记:此次重装后的小天鹅专柜将有何改变?

李:在这里要特别告诉消费者的是,小天鹅在新街口店增加了一个冰箱厅和一个空调厅。

另外,原有的洗衣机专柜出样量从30款增加到40余款。而且,在门店陈设上,我们设计了一面“滚筒墙”,立体地、最大程度地向消费者展示我们的产品,相信能给消费者带来不一样的消费体验。

记:此次苏宁电器新街口店重装开业,小天鹅将有哪些资源支持?

李:新街口店的小天鹅销售额一直以来都是江苏第一,而小天鹅也和苏宁电器是十几年的战略合作伙伴关系。所以,我们对这次重装开业的销售非常有信心,同时也将投入大量的特价机、最丰富的礼品,大力度地支持此次重装开业。

南京人都认这个店



三菱重工苏皖销售公司南京大区总经理 徐景

记:苏宁电器新街口店即将重装开业,对三菱重工来说,这个店有没有特别的重要性?

徐:不夸张地说,苏宁电器的新街口店,对三菱重工的南京市场,乃至整个华东市场,都有着举足轻重的意义。从销售上而言,新街口店是一般门店销售额的6-7倍,是南京市场销售额最高的王牌店。所以,我们把最有经验的销售能手调到新街口店,公司的新品也是第一时间在新街口店上柜。另外,每次日本总部的领导过来南京市场签售,我们都会很有幅度的价格直降让利,这样的活动也都是安排在新街口店。

记得1999年苏宁新街口店刚刚开业的时候,就已经是5层楼、1.2万平方米的体量,是当时南京第一家、也是最大的一家综合家电卖场。当时,门店的火爆让我们很震撼,整个卖场“人山人海”,我们预备的货根本不够卖,只能临时从其他销售点调货,南京消费者的“热情”杀了我们个措手

不及。

而在12年来的发展中,新街口这个店,已经成为南京人最认可的一个家电商场。记得几年前,有一次新街口几大家电卖场拼价格战,其中包括一个刚开业的卖场,调集了很多资源做促销,在媒体上做大量的宣传。但是从销售额来看,我们都惊讶地发现销售最好的还是苏宁新街口店,哪怕某一个节点上新街口店的对外宣传不占优势。南京人对这个店的偏爱可见一斑。

记:三菱重工空调有特别为苏宁渠道定制的“zf系列”,只在苏宁渠道销售,是基于什么样的考虑?

徐:专门为苏宁定制“zf系列”,当然首先是基于对苏宁这个强有力的渠道的信任,希望和苏宁建立起更紧密的合作。另外,“zf系列”是一个性价比很高的系列,平均价位在4000元以下,我们希望能够给苏宁的消费者带来更优秀的产品。

“zf系列”已经在去年年底上市,事实证明,我们做这样的决定是正确的。目前,“zf系列”已经占到三菱重工在苏宁整体销售20%。对于一个刚面市的系列来说,这样的成绩是相当优秀的。基于这个良好的开始,我们在后期还会与苏宁根据消费者特征以及购买习惯,量身定制最适合产品。

记:这么多年的合作下来,三菱重工和苏宁电器开展过哪些深度合作?

徐:我们和苏宁电器的战略合作关系,首先当然体现在终端销售上。每一次重大的销售节点,比如说3·15、五一、十一、元旦,我们都和苏宁制定联合促销方案,共同制定销售目标,一起让利来刺激销售,从今年3·15、五一的销售来看,我们完成得很不错;其次,我们公司从上游工厂,到南京销售公司,都和苏宁保持长期的友好的合作。从物流、信息共享到产品开发等方面,都有深度的合作。

我们成立了“苏宁经营体”

记:海尔和苏宁是多年的合作伙伴了,双方如何实现合作的无缝对接?

王:多年前,海尔青岛总公司就成立了“苏宁经营体”。这是一个专门为苏宁量身定制的部门,团队共有30多人。为了实现与苏宁的随时沟通,我们总公司特别把这个部门的办公地点设在苏宁总部的所在地——南京。可以说,这个部门“麻雀虽小,五脏俱全”,包括产品、业务、财务、物流等多个部门,是一个非常完整的体系。“苏宁经营体”的存在,让我们能够对苏宁的信息进行快速地响应,保证业务流程的顺畅。

另外,在信息化合作方面,双方在B2B系统直联对接项目上已经完成了订单、票据等信息的传递。我们还约定各种数据全面共享,通过对数据的交流和分析,及时解决终端销售过程中的问题,制定促进销售提升的方案,特别是针对重点城市,将实现即时数据的监控。

记:海尔是不是有特别为苏宁提供的特供产品?

王:是的,我们为苏宁渠道提供特供产品已经有十几年了。空调、冰箱、洗衣机等全品类都有,共有接近20款。这是针



南京海尔工贸总经理 王文喜

对苏宁消费者的需求而特别研发的。

记:此次苏宁电器新街口店重装开业,海尔将有哪些资源支持?

王:新街口店的海尔专柜一直是我们展示品牌形象的窗口,是我们最核心的旗舰店。因此,

这次重装开业,我们非常重视,将投入上百万的促销资源。值得一提的是,新街口店开业期间,购海尔整套家电可以享受各种优惠,不仅仅有整套精美礼品,还能享受到一步到位的全面服务,和每年为家电“体检”一次的上门服务。