C 新渠道、新融合、新模式

3G正式商用两年多时间以来,随着运营商对终端依赖程度的大大加强,以及数据业务和产品个性化特点,使得运营商的自有渠道远不能满足消费者的需求,卖场渠道恰好契合了这一需求。

随着3G的发展,不仅三大运营商纷纷主动与各种卖场签约,完善自己的渠道网络布局,而且像宏图三胞这样的专业IT卖场也主动出击,抓住3G以及无线智能终端爆发性增长的契机,把握无线智能终端销售从原来的手机简单销售转变成现在的终端+应用+运营商套餐的专业销售模式,改变原有的业务形态和销售布局,与运营商的渠道相融合,这不仅让卖场和运营商获益,更让消费者能在轻松、便捷的环境下智能消费。

□俞婷/文

专业e时代 品质e生活(中)

3G时代体验为王

顾客的选择不仅依赖于客户、亲朋之间的口碑传播,更重要的还来源于客户的亲身体验。由于无线智能终端的普及,新的操作系统(ios、Android等)的出现不仅提升了消费者的试用门槛,也提升了对专业卖场专业性的要求。毋庸置疑,现场体验不仅能够让客户及时地掌握来自于产品及应用领域的真实讯息,同时还能够让客户体验更多新的应用。

一直以来,宏图三胞都十分重视对店面专业营销元素的现场植入。今年上半年,宏图三胞在全国范围内大规模复制第三代PC MALL消费模式,不仅沿袭了以往PC MALL模式的各类体验元素,还对现场产品出样的丰富性、开放陈列方式以及现场及后台的运营模式等都进行了360度的立体式升级。

随着9月3日宏图三胞首个4000平米的超级数字化旗舰卖场暨"宏图三胞山大路旗舰店"亮相山东济南,标志着"全景云端体验"销售新模式的精彩登场。据介绍,"全景云端体验销售模式"是指将包括零售用户、企业用户在内的不同消费形态的产品和服务,全景集成在一个终端里。同时,以各式专厅、专用场景、专用空间为载体,以及基于"云技术"为核心的"数字家庭""数字商务""数字娱乐""数字生活"的场景和体验,也通过终端集成起来,直接展示到消费者面前。消费者可以通过活生生的互动体验,真实感受和触摸到各项最先进的科技和应用之后,才决定是否购买产品和配套解决方案的一种新型销售模式。包括基于3G无线互联、3D高新娱乐、家庭数字中枢,以及智能终端等领先技术打造的"潮流电脑体验区""DIY梦工厂""商务云服务体验区""时尚附件自选区""智能手机及平板电脑综合体验区"、"3G无线互联体验中心""家庭娱乐数字中心""精品数码模拟区""Apple精品生活馆""国际IT精品体验馆"等功能区,都会将与"云"技术相结合。同时,宏图三胞还独家推出了基于Android等智能系统的"云端服务站",以及"红快服务——IT全功能服务站"等定向增值服务,消费者在这里既可以纵情享受来自最新应用、娱乐技术所带来的"云"服务体验,还可实现真正意义上的一站式IT消费需求和服务需求。宏图三胞"商务云服务中心"的首度亮相,成功开启了国内商务云服务市场现场体验的新纪元。该负责人强调,基于信息技术、产品应用技术的关联融合趋势,此次在店内推出"商务云服务中心",就是希望借助这种实景模拟的形式将最新的产品、最新的技术以及最先进的理念为客户所展示,同时以此为基础,加强对客户在"云商务""云办公""云会议"等相关领域内解决方案的提供。

无线智能无限融合

3G时代,运营商对终端的依赖程度大大加强,终端捆绑套餐销售模式已经成为运营商推广3G产品的重要方式。在2G时代,用户与运营商的交集主要集中在各种通信资费产品和卡号产品结算买卖上,手机终端基本都是由用户通过各种社会渠道自主购买,因而运营商与各种手机卖场的关系薄弱。到了3G时代,由于各种数据业务和应用对于终端产品的依赖,运营商纷纷推出各种定制手机,终端捆绑套餐模式已成为运营商的主要推广模式,用户与运营商的关系空前紧密,使得用户对于运营商渠道的需求自然大幅提升。

此外,在2G时代,运营商销售的多为标准化产品,不管是移动通信产品还是固定通信产品,其产品构成都很简单,如话费、号卡等,消费者选择性也很少,参与度也很低。因此,代理门槛很低,遍布大街小巷的路边店、报刊亭等就可以完成业务的简单办理,这些小店也在很大程度上弥补了运营商的自由渠道局限。而进入3G后,用户对业务的需求也多种多样,基本的语音通信已远远不能满足,数据业务和产品已经成为主流,此时的通信产品也多以产品组合的形式出现,包括通信业务的组合,终端产品和通信产品也多以产品组合的形式出现,消费者可根据自身需要进行选择和定制,从而使得运营商和客户的沟通与交流需求上升,这些业务办理的时间成本自然也随之上升。与此同时,代理商的门槛也随之提高,以往诸多的业务代理小店已远不能支持3G时代数据业务办理的需求。

因此,随着3G的发展,运营商对代理渠道的需求急速增长,并且这种需求是对核心渠道的需求,传统连锁卖场、3C卖场的上下游优势和信用度恰好契合了这一需求。

继两年前与中国电信携手合作后,今年,宏图三胞又与中国联通签署战略合作协议,一方面,未来PC类产品的发展方向是消费者获取信息时所要进行的应用终端,强调的是功能性,但如果离开网络,则会没有价值。另一方面,运营商要快速发展3G网络、提升流量、增加客户群,则可以借助专业卖场的专业性,在专业卖场里,销售人员可以为消费者带来展示和体验以及客户群,同时为运营商带来更多客源宣传相关网络和运用。