



以消费者为中心 东方电器打造服务新生态

受到电商平台及经济环境影响,家电市场增长乏力,这是业内的共识。不过,经历过行业洗牌后,实体家电卖场不乏逆势而上者,无锡东方电器便是如此。

2015年东方电器实现了销售额10%的增长,今年的目标还是继续保持这样的增长。另外,东方电器将加强售后反馈、配送物流等软性配套服务,增强消费者的忠诚度,增加市场的美誉度和信任度。



新年甫至 喜气东来 万象更新
东方电器 祝您和家人新春快乐 阖家幸福!
徐同志

互动营销升级 消费更省钱

作为本土专业化的家电卖场,“东方电器”以极具无锡品牌特色的“大东方百货”为依托,锐意进取,融合升级,不断扩大其在市中心家电商圈的影响力。

据了解,2015年,东方电器联合大厦门店、鸿运店、解西店、江阴店,深入洞悉市场变化,推出了“最惠3·15”“五一盛典”“年中狂欢”“9.18店庆”“国庆家电狂欢”等一系列家电购物盛宴,掀起锡城一波又一波家电热购潮。

不仅如此,东方电器从去年开始不断融合新的宣传推广方式。除了传统电视、报纸、户外宣传之外,东方电器借助微信这一营销新模式,通过东方电器官方微信发布相关主题微信,将各品类优惠信息一网打尽,并以转发有奖等互动方式来扩大宣传,增强了与消费者之间的互动交流,不但实现了粉丝数量的增长,更激起了粉丝们的购物热情。

此外,东方电器注重小区点对点宣传,提前锁定家电消费者,做到精准宣传,为消费者零距离提供更贴心的家电服务。

门店环境升级 购物更省力

当然,不可否认,电商平台销售日渐火爆,多少给实体店带来一些影响。但由于实体店的“体验性”很难被网购取代,人们去家电实体店购物的依旧不少。

“确实如此,很多消费者选择东方电器不只是深入人心的品牌和优质的产品,还在于舒适的购物环境。”东方电器相关负责人表示,东方电器更注重消费者的实际需求,2016年将通过一系列的门店改造升级、营造舒适的卖场环境、合理布局商品线、提升商品竞争力和提高服务质量,让消费者得到更轻松舒适安心的购物体验。

该人士介绍,以销售商品为例,东方电器大厦门店的消费客群以大东方百货购物人群为主,相应的,大厦门店销售的家电商品也以中高端产品为主,而且2016年不少家电品牌商的新品首发都将计划在大厦门店展示。“鸿运店、解西店销售的商品则将调整为以中端家电商品为主,更有针对性地服务消费者。”

售后服务升级 使用更省心

除此之外,对于家电实体店

而言,其市场竞争力的关键还在于服务质量。“过去认为哪家价格卖得便宜,哪家就赢了。现在不是这个观念,谁的服务质量好,谁让消费者满意,谁才能塑造品牌忠诚度。”上述人士解释说,东方电器在2016年将更注重商品的售前和售后服务。

提升服务质量,首先要通过长期有序的培训,提高店面营业人员的整体素质和服务态度。其次,还有配送物流方面,东方电器有自己的物流,保证客户商品按时送达。另外,售后维修服务也将是今后东方电器打造的一个重点。依据设想,东方电器今年将组建一支自己的售后服务团队,消费者购买的家电在后期使用中遇到一些普遍的常规问题,均可以较快地得到基本解决。

另据了解,2016年东方电器对于客户维系也将更加用心、更加专业。比如,在售前服务方面,对于因结婚,需要装修房屋、购买家电的消费者,卖场会派出专家,到客户家里,建议消费者购买什么样的家电、摆在什么位置比较好等,给出一系列的方案,满足消费者的需要。在售后方面,每半年、一年及两年都将对客户进行回访,积极主动了解客户使用情况,真正做到让客户放心,真正做到服务好这最后的一公里。 殷珩



家电专家 品质服务

2016.1.29-2.15

2016

新年新

器

岂止5折

喜迎新春大牌贺新年

满额抽奖百分百中奖

夏普“邀宴” 惠新春

- 1 即日起至2月7日购买夏普58吋及以上机型即可获得三反桥合家宴一份
- 2 即日起至2月7日购买夏普58吋4K网络电视58S3A 享特惠价5999元(加赠三反桥合家宴一份)
- 3 即日起至2月7日购买夏普(60UF30+40MS30 原价¥14798)享套餐价¥9999(加赠三反桥合家宴一份)

直降优惠来真的
不玩虚的

夏普 + 夏普
LCD-60UF30A LCD-40MS30A
原价¥14798
套餐价 **9999**

夏普 LCD-58S3A
特惠价 **5999**
加赠三反桥合家宴一份