

距离11月11日还有半个月的时间,但国内的零售企业却早已秣马厉兵,进入了备战状态。天猫号称“买遍全球,全球可买”;京东主推“新消费主义”;国美在线低价出招;苏宁易购则开启“百日会战”……电商纷纷打出了“双11”期间的促销活动。

据悉,今年天猫全平台销售目标已内定为“500亿元”,而苏宁、京东、国美等纷纷出招对天猫进行阻击,欲抢食“双11”份额,引发行业间激烈竞争。

“双11”电商混战:

国美苏宁围剿天猫

天猫:明确“全球化”等三大方向

天猫新一年的购物狂欢节攻略有三个战略:“全球化”,可以买遍全球,全球可买;“无线化”,将社交化、个性化、本地化相结合;“平台化”,除了阿里系平台以及生态圈的合作伙伴外,阿里宣称将给予每个人参与“双11”的机会,让其都能发挥自己的专长并且实现价值。

中国电子商务研究中心网络零售部主任莫岱青分析称,阿里上市后欲打“国际牌”站稳脚跟,天猫“双11”战略因而寻求全球化突破口,想在全球范围内扩大影响力。天猫“双11”交易规模的大小、为阿里带来的收益多少,最终将会成为投资者评判阿里的重要指标,直接影响其实际股价的未来走势。

国美:无定价销售

近日国美承诺:自10月31日起至11月12日,在家电及3C类商品方面,将颠覆线上线下价格。消费者凭其他商家广告报价前往国美任意门店,国美就将在广告报价的基础上至少再降11元出售此商品,以最切实的优惠举措回馈消费者。

国美还针对年轻消费群体的购物习惯,推出了微信卡包优惠券大放送、100万元国美滴滴打车红包大派送等措施,消费者只要在微信平台领取国美的微信卡包,即可在线下、线上、移动端渠道使用。100万元国美滴滴打车红包则利用滴滴打车的分享功能,从而实现11.11的流量闭环。

另外国美还承诺:如货品的送抵时间与消费者约定的送货时间前后相差两个小时,配送人员将现场赔付11元。同时,国美还进一步承诺送装同步,前后超过两个小时安装,国美再赔11元。

苏宁:线上线下全面发力

自10月27日起,苏宁易购率先开启粮油大作战、汽车用品节、坚果大挑战、母婴美妆超省大挑战等非电器品类商品大促,提前打响“双11”。

苏宁云商运营总部执行副总裁李斌介绍,此次苏宁的主题就是“正品超省 击穿5折”,海量的商品将以低于5折的价格对外销售。此外,苏宁还将推出红包、大聚惠、买赠返券、零点免单、1元秒杀、5折抢购等多重玩法,以移动端、PC端、门店端等多端互动为入口,配合微信游戏轻应用、会员精准营销、社交媒体传播等整合营销,全方位回馈消费者。值得一提的是,苏宁针对性地开发了用户特权产品S码,用户可以选择通过微信、微博、苏宁易购客户端或PC端玩游戏互动的方式获取S码,获取S码的用户将会得到爆款、稀缺商品的优先购买权,享受绑定商品的专属优惠价,同时可获得PPTV会员、苏宁彩票、苏宁阅读等附加权益。

苏宁将在近1600家门店通过二维

墙、电子显示屏等方式展示超过1000万个二维码。消费者可以通过扫描二维码,抢购低于5折的商品以及领取店铺优惠券,也可以使用苏宁易购移动客户端的“附近苏宁”的声波签到功能,扫描户外的楼宇液晶电视、影院、公交地铁移动电视等广告中植入的苏宁声波二维码,领取全场通用的红包券和抢购爆款商品。

另外,今年苏宁更是将门店直接化身成为门店仓和快递点,通过大数据挖掘预测备货,提前将消费者需要的商品放置门店仓,并通过用户选购商品和配送地址的智能匹配,优先从门店仓直接进入“最后一公里”的配送。

京东:专注于提升购物体验

10月21日,京东正式发布“新消费主义”宣言,京东“双11”大促将在11月1日拉开帷幕,发起“一价到底12天”的活动。

京东集团副总裁兼家电事业部总经理闫小兵表示,在货品方面,京东自营商品采取品牌直供等方式。今年“双11”,与京东合作的所有家电品牌全部以全年最大力度支持京东的促销,把京东当做他们的销售主场,会有多个爆款奉献给消费者。“双11”当天,京东将以全年最大力度投放大量与竞争对手预售价格相当的家电爆品,消费者到时可以轻松购买,完全不需要被貌似诱人的预售行为提前绑定。

闫小兵透露,今年家电厂商的参与度是史无前例、超乎想象的,“双11”期间,京东所有的家电品牌都会参加促销活动,而且价格比国庆节期间更低。

“双11”期间,京东移动客户端发起“砍啊砍”、“拼图领京豆”、“跳啊跳”等趣味活动;手机QQ购物入口在10月20日也引爆“脱光”热潮,用户参与就有机会获得千元购物券及iPhone6手机等大奖;10月25日,微信购物和手机QQ购物的双入口还将启动“亿元合体红包”活动,用户可通过朋友圈与其它用户“红包合体”,不断收获更大金额的红包,最多可赢取1111元(人民币)至尊红包。



美的空调 服务质量不打折 时间“不打烊”

□记者 徐如景 文/图

本报讯 连日来,我市阴雨天气不断,气温普遍下降,有的市民已经开始使用空调取暖。记者采访时发现,低碳、环保的美的空调颇受消费者青睐,美的空调专卖店的销售异常火爆。而即买即装、及时维修的贴心服务,也成为消费者“买空调 选美的”的主因。

“三分空调,七分安装”,这是空调行业的一句老话。空调用着好不好,虽然由产品质量决定,但安装的水准也是极为重要的一环。美的空调以品质为基础,服务为保障、技术为支撑,通过不断完善售后服务体系,为全国各地的用户带来“网点最完善、工程师最专业、响应最及时、回访最全面、机制最健全、承诺最彻底、态度最热情”的全满意服务,从服务品质上不断提升用户体验。家住东新区的王女士原来住一套小平房,今年新换了一套面积较大的房子,想添置一台空调,看到市场上琳琅满目的空调,还真不知道如何选择。

10月10日,王女士到市区各大家电商场和专卖店转了转,服务人员向她推荐了几款空调,做了一番比较后,她选择了一款价格和样式都比较合适的美的空调,并和销售人员约定好当天下午两点上门安装。由于距离她的新家很远,买空调的人又多,王女士认为不一定能按时把空调送过来。所以,她吃过午饭就去附近的周口公园散

步去了。谁知,离约定时间还差20分钟的时候,王女士的手机突然响了,原来是美的的服务人员已经把空调送到她家门口了。

工作人员先出示了工作证和监督卡,套上了鞋套才进屋,用专业仪器给她家测了电。一切做完后,他们没有急着安装,而是先仔细分析了房间的整体布局,结合王女士的意见,为她设计了两套安装方案。征求了她的意见后,确定采用其中一套安装方案,并且很快安装调试完毕。最后,他们又讲解了一些使用方法和保养常识,并让王女士亲自操作一遍后才放心地离开。

看着美观大方的空调和打扫得干干净净的地面,享受着空调吹出的暖风,此时王女士才想起来还没有来得及给工作人员买瓶水呢,这样的服务,让王女士既放心又感动。

