

J 经营看台

“微”应用 “大”收益

——十堰新合作搭建微信平台拓展营销服务新渠道

■十堰新合作 喻喜



近年来,随着移动互联网的迅猛发展,十堰新合作公司积极着手搭建微信平台,目前已发展微信粉丝 20000 余人,取得了良好的社会效益。

“微”传播,点对点的信息传递

在快节奏的今天,相对于传统的派发传单、群发短信等传播手段,微信最大优势在于把碎片时间收集起来,以便消费者在休闲间隙轻松查看微信上发布的动态信息,有效提高了促销信息传播的广度和深度。

十堰新合作针对这一特点,将每期活动主题与微信有效结合,每天定向推出分类商品最新促销信息,并根据气候、季节等特点,每天推出 1-3 款特价商品,让微用户第一时间了解公司活动详情。同时,公司根据消费者的特点,适时在各门店所属商圈、重点社区内进行现场微信推广,增大辐射面。先后推出了“指尖微微动,关注新合作官方微信,即送丰富礼品”,“现场加粉,现场送礼”等丰富多彩的加粉活动。如巴西世界杯期间,公司结合半年会员答谢活动,推出现场扫码加粉送好礼等。实现了微流量的逐步上升,有效保证了促销信息传递的有效性和针对性。

“微”互动,线上与线下的有效融合

线上线下的互动,能最大限度拉近消费者与商品的心理距离,增加消费者的体验感,从而最有效地推动商品销售业绩持续增长。

十堰新合作在“微”互动过程中,充分抓住消费者特点,进行针对性营销活动。如清明踏青小长假,推出“美味乐分享 微信送惊喜”活动,通过分享、截图、触发关键词、参与排行等方式,送超市 10 元优惠券;五一小长假,推出“我爱旅游晒旅游照片”活动,微粉只需晒出旅途中的美照,即有机会获得水杯或优惠券。母亲节、父亲节、儿童节期间,只需晒出幸福照,就有机会赢取 20 元儿童玩具券。此外,十堰新合作还通过一系列活动,增加顾客到店体验,促进线上线下相融合。如 6 月份,公司推出了新合作蔬果节专题活动,线上消费者只要分享就送礼,线下开展了吃西瓜 PK 大赛,引起广泛的关注和社会参与度。7 月份,公司组织开展了“新合作亿童暑期周周乐”活动,除门店现场报名外,公司还开通了微信报名通道,参与者只需发送“新合作周周乐”到新合作微信平台,就成功报名,并可获得精美礼品。

“微”生活,构建一站式消费服务平台

如果把电商比作一栋房屋,那么微信就是这栋房屋的大门。十堰新合作公司推出了日常促销、活动展示、文化娱乐、生活感悟等涉及消费、文化、娱乐等 8 个固定模块,丰富的信息量,给微用户提供了一个自由选择进出的通道。

同时,基于微平台,十堰新合作将公司发展动态、最新资讯、活动交流、生活服务及电商的零售、批发、特产等平台打通,只需点击相关菜单,就可实现一站式服务、消费。目前,新合作零售、批发、特产商城已开始试运行,其中零售商城上线商品涵盖日用百货、食品等 5000 余个单品;批发商城上线单品 1000 余类,提供最新新品及活动政策,点对点营销;特产平台已基于淘宝建设区域最大的网络专营店,上线十堰区域土特产 1000 余种。微用户通过新合作微信的自定义菜单,可自主选择了解公司及商品最新动态及营销情况,如需购买,可选择进入商城购买,还可通过微信平台进行相关增值服务的操作,如查询积分、消费投诉、帮助及答疑等,大大拉近与客户的距离,也缩减了客户与公司之间的沟通成本。

“微”工作,完善便捷内部沟通渠道

和 QQ 等交流沟通工具一样,微平台已成为手机用户必不可少的日常交流沟通工具。数据显示,2013 年下半年中国微信用户数已破 6 亿,这个数字呈逐年上升趋势。

十堰新合作针对微信交流沟通方便快捷这一特点,根据各部门工作属性分别设立了储备干部群、店长群、采购群、中高层群和业务群等,搭建相互学习交流的平台。一是信息“微发布平台”。及时准确地传递国家、区域最新政策、法规,公司相关方针政策,决策部署和工作安排。二是业务“微互动平台”。借助微信发送短信、视频、图片和文字等功能,分享最新业务资讯、工作新思路和新方式,各抒己见,有针对性地学习借鉴。三是贴心“微建议平台”。把微信平台作为广纳意见、建议的重要载体,在线接受员工的咨询和投诉,了解员工在生产生活中存在的问题及困难,帮助员工排忧解难。

微信以更灵活、更易接受的方式进入了大众的生活,微信开发、微信营销无可厚非成为了各商家营销推广的重要手段。未来几年,十堰新合作将积极把握市场动态,努力探索,不断完善十堰区域性电商、批发业务平台,全国性农副特产展销平台,利用微信进行全渠道营销推广,形成线上与线下的高度融合,稳步开展电商业务。

G 管理交流

山东新合作公司“三个转变”
推进销售环境大提升

■山东新合作副总经理 陈军先

今年以来,山东新合作公司狠抓销售环境,着力于“三个转变”,即由重点提升向连片提升转变、向长效保持转变、向文明提升转变,促进销售全面提升。

由重点提升向连片提升转变

2014 年,山东新合作改变以前重点抓县城店的举措,突出“板块管理、整体提升”,在巩固 2013 年“五大板块”管理的基础上,引入了各板块相互促进、共同提高、齐头并进的竞争机制,从整体上提升了销售环境。

其中最具有代表性的是乡镇板块。该板块共有 12 个乡镇直营店,分布在不同的乡镇,正所谓“十里不同风、百里不同俗”,居民的经济水平、消费习惯各不相同,相对而言,管理难度也比较大。针对这种情况,山东新合作制定了详细的乡镇板块管理规定,尊重员工意见,突出乡镇特色,注重因地制宜,做到“有店必有制度,有店必有服务,有店必有竞争”。目前,乡镇板块管理已逐渐规范,同比销售增加 21%。

由阶段推动向长效保持转变

如何跳出“低迷——提升——再低迷”的怪圈,实现销售环境的长效管理,山东新合作围绕这一课题进行了有效探索。

“重制度轻管理一直是销售难以提高的一个突出问题,为了解决这个问题,我们从人员配备入手,强化制度约束,初步建立长效管理机制。”山东新合作公司总经理王希明说。

今年以来,山东新合作在开展销售环境大提升的基础上,狠抓各板块管理长效运转,实现了销售环境长效保持。一是完善销

售环境基础设施建设。每一个板块都配有顾客休息椅、会客室、意见箱、免费送货车,标明购物指南、标注购物常识等,满足不同消费者的需求。二是配备 5 名专职管理人员,具体负责各单位执行制度情况。同时健全了销售环境优化考核机制,将优化销售环境作为一项重要内容纳入各单位综合考评中。通过对销售环境的系列优化,商品销售有了大幅度提升。

由教育引导向深化提升转变

在优化销售环境的过程中,山东新合作注重把评选“最美新合作人”、争创省级“青年文明号”和创建“巾帼建功岗”等活动结合起来,将文明经营内化为员工的自觉行动,促进优化层次整体提升。

树新风促提升。在公司显著位置放置企务公开栏、优质服务宣传栏、文明用语提示栏、安全教育宣传栏等,及时公布企业经营情况和费用开支情况、刊登企业好人好事、宣传优质服务理念、提倡防范安全隐患等,引导员工文明经营。

开展评比促提升。今年以来,山东新合作先后确立了中心店、冯家店和百货大楼店等 3 个销售环境优化示范店,这 3 家销售环境优化示范店是严格按照“示范店评选标准”,通过民主评议、综合考核评选出来的,通过这次评比,真正让员工比有方向、学有榜样,引导员工养成文明经营的良好习惯。

新合作员工综合素质的提高,形成了“超市环境美、员工服务好、销售节节高”的良好循环。“这么好的环境,让我们养成了购物就到新合作的习惯。”冯家店居民张强说。

