

饥饿营销下的争抢效应

小吃店爱上“限量供应”

提起限量供应,很多人第一反应就是香奈儿、LV 这些世界大品牌经常推出的限量版。记者采访中却发现,省城街头一些小店尤其是美食店,也效仿大牌打起了限量供应牌,这种饥饿营销还特别奏效,不少小店门口天天有人排着长队。

不少小店挺大牌
每天限量供应天天有人排队

“这个店生意太火了,每次去买它的东西都得排半天队,老板也很奇怪,甭管排队的人有多少,东西卖完立即就走。”近日,记者在山东省济南市天桥区一酥锅店看到,与很多小店每天营业到晚上10点不同,这个店有些大牌,每天的营业时间只有不到4小时,老板每天中午和下午只开门一两个小时,卖完两锅产品接着



关门。无独有偶,记者在王官庄附近也发现了这样一家炸鸡店,下午4点多钟,旁边几家店只有零星几个人买,而这个店门口则排了很长的队。记者了解到,这家店的特别之处,也是限量供应。该店一工作人员告诉记者,不管有多

少人买,每天炸的鸭子数量就那么多,先到先买,“如果顾客想吃来晚了没买上,那就明天早点来排队。”

近两年济南街头这样限量供应的小店越来越多,其中以美食的特别多,也是限量供应。但是拥有相同的特征:每天特定时

间段开店,限量供应,排队的人特别多,卖完就走。

记者走访中发现,这些打出限量供应牌的小店,几乎都是供不应求,每天都有人排队等候购买,还有一些其他地方的食客慕名前来,这其中不少都是回头客。

生火为啥不扩大产能?
专家称这是饥饿营销

采访中,不少消费者发出这样的疑问,既然小店生意这么火,干吗不多做点产品多卖些钱呢?记者也发现,虽然所售的产品天天“供不应求”,但多数称限量供应的小店老板却都不为所动,并不会增加产量。

有不少消费者表示,店家这招“限量版”的策略很厉害,“因为每天限量,所以大家觉得不好买到才会去排队抢,要是一天到晚

全在卖,随时去都能买到,大家可能就不觉得多稀罕了生意也不会像现在这么火。”

对此,从事市场营销多年的孔先生称,物以稀为贵,限量版的商品正是利用顾客愿意追捧紧俏东西的心理,“比如一些国际品牌,针对特定日期推出限量版产品,必定会在世界各地掀起一股抢购风潮。”

虽然商品价格相差甚远,但省城街头这些小店推出的限量供应,与大牌有着异曲同工之妙,“在现代市场营销学中,这种方式叫做饥饿营销。”商家先通过各种手段为产品营造出一种供不应求的市场氛围,就会抓住消费者的心。然而,孔先生表示,饥饿营销并不是百分之百奏效,“只有保证产品的高品质,还有好的服务,才能在行业中长期立足。”

(摘自《山东商报》 冯云云/文)



本月初,下岗女工

裴三华的第四家小型平价便利店在下陆开业。面对大型超市纷纷入驻下陆,大有“大鱼吃小鱼”之势,裴三华错位经营打起“巷战”,走出了一条特色创富之路。

便利店与超市打“巷战” 下岗女工开4店 终成“区域之王”

下岗开“铁棚子”超市

1995年,大冶有色劳动服务公司员工裴三华结婚不久,单位裁员裁到了她的头上,一家三口的生活仅靠丈夫微薄的工资维持。

俗话说,穷则思变,变则通。裴三华一狠心,将只有9个月的孩子托付给公公婆婆。暗下决心,一定要靠自己,拯救自己,养活自己,用自己的双手打开一片属于自己的天地。

裴三华做的第一个决定就是把自己的结婚首饰全部变卖,再向亲朋好友借钱,在离家不远处的闹市街边开办一家“铁棚子”超市。为讨个好兆头,店名取为“旺旺平价超市”。

创业之初,由于人手不够,又无钱雇请员工,裴三华既当老板又当店员,凡事亲力亲为,骑着三轮车去上窑商贸区进货。当时三轮车能载10来件货,来去一趟就是20多公里,辛苦程度可想而知,经常是一车货回来后,当晚加班清点至凌晨,第二天一大早又照常开门做生意。

错位经营打“巷战”

一分耕耘一分收获。由于该店物美价廉,渐渐顾客源源不断,店子步入良性发展的轨道,裴三华终于赚取了人生的第一桶金,但她并不满足。2004年,听说位于有色学校附近的一家超市想转让,考虑到自己手上有些积累的资金,她不惜高价投入,拿下了该店。经过她的苦心经营,不久,该店也经营得有声有色。

然而,商场如战场,风云突变。2006年,华联超市、金港超市等大型超市纷纷入驻下陆,其经营品种和规模对副食店带来了很大冲击,大有“大鱼吃小鱼”之势,裴三华意识到,必须避其锋芒,走出一条自己的特色之路。

想到下陆住宅小区不断增加,她确立了自己新的经营思路:以小型平价便利店方式渗透到各个小区。同时,为节约成本,让顾客享受到低价的实惠,直接从厂家进货。而此时,恰逢新的小额贷款优惠政策出台,在社区的帮助下,她申请到了5万元的小额贷款,2008年底,她的第3家便利店在紫金花小区诞生。由于定位正确,经营不错,今年5月初,她又在下陆及第小区开下第四家便利店。

真心把顾客看作上帝

爱拼才会赢。谈起自己的创业历程,裴三华脸上洋溢着成功的喜悦。

裴三华经常对手下的员工说:“我们服务不是施舍顾客,而是顾客赏赐机会让我们服务他们,绝不允许任何人与顾客发生争执,因为顾客不是我们争执的对象,满足顾客的需求就是满足自身生存的需求。”

现在,裴三华在下陆开便利店开成区域之王。在她店里的员工大多数是和一样的下岗人员。到目前为止,共安置失业人员达60余人,这也是她始料未及的一大喜事。

(摘自《东莞晚报》 全起锋/文)

文化人开店新主张:

谢耳朵 T 恤带来粉丝商机

“谢耳朵”是谁?也许很多人没听说过。他就是刚得了艾美奖的美国情景喜剧《生活大爆炸》里的主人公,这个电视剧描写的是四位“宅男”科学家的有趣故事,他们是高智商的天才,却在生活中有着种种怪癖,闹出不少笑话。而就是这个大洋彼岸的“谢耳朵”,却给一位北京小伙子带来了致富的商机。

网友四处寻购“谢耳朵 T 恤”

没有看过《生活大爆炸》的朋友不会了解“谢耳朵 T 恤”的有趣之处,虽然很多热门电视剧都会推出自己的特定服装,但是没有哪种服装比“谢耳朵 T 恤”更加种类丰富,而且内涵深刻。在《生活大爆炸》中,“谢耳朵”作为一个生活严格遵循固定模式的物理学家,他的所有衣服都是一个款式,就是里面一件长袖 T 恤,外罩一件短袖 T 恤,这种古怪的穿衣方式自“谢耳朵”开创后据说已经风靡美国,成为新的时尚。而且他几乎每次出场都要换一件,尤其是短袖 T 恤上的图案,完全切合他作为一个动漫迷、科幻电影爱好者和科学家的身份,其图案包括

“超人”、“闪电侠”以及“电视测试卡”、“进化论”、“多普勒效应”、“薛定谔的猫”等等,有网友统计,仅在第一季的17集中,“谢耳朵 T 恤”就出现了40多种不同的图案,目前播出三季,“谢耳朵 T 恤”款式已超过百套。

《生活大爆炸》自前年在美国首播后很快传到中国,如今,“谢耳朵”在中国已经拥有了庞大的“粉丝”群,记者在百度、天涯等网站都发现了“粉丝”的讨论专区,有趣的是,很多“粉丝”的话题都集中在“谢耳朵 T 恤”上,还有“粉丝达人”收集了全剧出现过的所有“谢耳朵 T 恤”,并一一截图放在网上,更多的人在互相询问:“哪里可以买到‘谢耳朵 T 恤’?”

先有美剧迷后成淘宝老板

这位在淘宝专卖“谢耳朵 T 恤”的老板网名叫做“一九八六 913”,是个24岁的年轻人,小小的网店开业一年已经取得四钻的不俗成绩,他称这全靠“谢耳朵”的魅力。“一九八六 913”告诉记

者,他其实很早就注册了淘宝网,但是一直也没设计好卖什么,他曾经打算卖原创 T 恤,但是现在做的人已经比较多了,很难做出自己的特色。因为他是一个美剧迷,看《老友记》的时候就曾经萌生过卖剧中主人公服装的念头,但苦于特色不足,难成系列,直到看到《生活大爆炸》,他和所有的“粉丝”一样,立刻被“谢耳朵 T 恤”迷住了,他当即决定,就做这个了,去年3月,他的网店终于开张了。

有了创意,真正实践起来也不是一件容易事,因为粉丝的眼光是非常挑剔的,必须要和剧中人所穿的一模一样。他先从网上截图,然后找来学美术的同学,照样子画下来,有时候一个图案要改很多次,直到完全一样。T 恤的颜色也很关键,要一丝不苟还原本来的颜色,需要和剧照反复比较才能最终确定。

他制作的第一批“谢耳朵 T 恤”上市后,被粉丝追捧程度出乎他的意料,其中最受欢迎的一款——紫色“电视测试卡 T 恤”,累计售出已经超过1000件。

自己先当“骨灰级粉丝”

记者了解到,随着《生活大

爆炸》的热播,目前卖“谢耳朵 T 恤”的网店也越来越多,竞争不断加剧,但是“一九八六 913”的这家却一直在“粉丝”群中保持稳固的地位,对于其中缘故,年轻的老板认为,因为他自己就是《生活大爆炸》的骨灰级粉丝,所以最能明白“粉丝”的痴迷与热爱,更贴心地满足他们的需求。

“一九八六 913”告诉记者,他倾注心血最大的一项工作,其实是“宝贝描述”,这是为真正的“粉丝”准备的。所谓“宝贝描述”就是针对每一件出售的“谢耳朵 T 恤”,要写出这件衣服出现在剧中哪一季哪一集,这件 T 恤的典故故事,来龙去脉,还要有剧照、截图、解说等等,如果不是超级“粉丝”,确实难以完成这项工作,这也是他和其他网店不同的地方,粉丝一看就知道是“同道中人”,立刻产生共鸣。

理院校成淘金点

如今,“一九八六 913”已经在淘宝开店一年,从开始的牛刀小试,到不断向纵深挖掘“粉丝市场”的资源,“一九八六 913”先后推出了50多款经典的

“谢耳朵 T 恤”,还自创了“谢耳朵假两件”,因为里面长袖外套短袖的穿衣方式虽有特色但太过麻烦,这种在短袖 T 恤上接出一段长袖的“假两件”一推出就非常受欢迎;他还推出了女款的“谢耳朵 T 恤”,以满足广大女“粉丝”的需求。

“一九八六 913”告诉记者,现在他的“谢耳朵 T 恤”销量已经比较稳定,平均一个月能售出500件,赢利超过1万元,而且已经拥有固定的客户群,主要是清华、北航、北理工等理院校的大学生,他们因为有着和剧中四位科学家相似的生活经历和知识背景,所以很多人是铁杆“粉丝”,一有新款就会来买,还经常团购。

“一九八六 913”说,没想到当初一时兴起的念头最终获得了市场的认可,由此证明“粉丝市场”潜力无穷,目前他打算开发《生活大爆炸》中的其他商机,因为剧中有特色的东西实在太多了,包括剧中人物经常玩的各种奇怪游戏,例如“3D 国际象棋”等,还有“谢耳朵”用来叠 T 恤和袜子的叠衣板,“元素周期表浴帘”等等。

(摘自《北京晚报》 张鹏/文)



茶艺表演“玩出”财富新天地

久的宜昌求学。当时三峡大学的园艺专业包含了蔬菜、花卉、园林、茶叶等相关学科知识。通过一年的学习,她发现自己对茶有着发自内心的热爱。

在该专业辅导员的带领下,2001年成岩和几个同学组建了茶艺队,并担任第一任茶艺表演队长。

作为湖北省第一支专业茶艺表演队,2001年成岩和队员向宜昌市领导汇报演出,同年还参加了与我国台湾东方茶文化交流的大会。在2002年又参加了五峰“国际品茶旅游节”,并表演了名优绿茶茶艺、盖碗茶茶艺。这次表演在全国起到很大的反响。

茶艺表演开茶店不走寻常路

2003年春节后,成岩听从母校辅导员的意见,在一家茶叶公司打工,每月1000元左右薪水。半年后,她发现仅凭那么一点薪水无法实现“在宜昌买房并将内蒙古的父母接来宜昌生活”的愿望,于是她毅然辞掉工作,盘下了一个门面,开始了自己的创业之路。

当年7月17日,成岩的茶行开业了。作为一个外地人,在宜昌没有任何的人脉资源,怎样经营是成岩最大难题,“可以说是天时、地利、人和,这几个条件我当

时一样都不具备,但是我没有时间问自己怎么办,只有向前冲了!”为打开局面,成岩在对宜昌茶叶市场的调研和分析后,决定将创业与自己大学的专业结合起来,除了提高服务质量积累人脉外,将所有的精力都放在茶艺表演方面——通过茶艺表演来吸引顾客,并在城区各大茶楼进行茶艺培训,培训的同时,还顺便做起推销茶具的生意。

半年的努力下来,成岩已经初步积累了人脉,更可喜的是,宜昌许多茶楼都纷纷推出了茶艺表演的项目,她顺带销售出大量的茶具。她告诉记者,虽然茶具是个小物件,但是其背后的利润却十分可观,特别是茶楼这样的大宗购买更让她有了许多额外的收入。

盲目扩张经验不足失败告终

成岩告诉记者,2007年初,她在某小区内又盘下了一个20多平方米的新店面,花费了数万元资金,这笔资金主要就是2005年春天和2006年春天卖新茶的收入,以及近3年时间卖茶具赚来的收益。

在谈及2007年盘下的第二个新门面时,成岩坦言这是“十分失败的投资”。那一年的时间,新店面一直在亏本经营。

事后,成岩对自己这次失败的投资进行了总结,认为自己的失误主要集中在三个方面:没有足够的经济实力、没有真正成熟的员工可以帮她照顾新门面、自己经验不足。新店面的选择,特别是对于没有多少资金积累的她而言,新店面的地段与大小都是至关重要的因素,但是在选择的时候她却并没有充分考虑。

投资新门面的失败,让成岩开始考虑自己未来的生活规划:“我不能再这么下去了,虽然小店能够养活我自己,但是员工跟着我却没有出路,而且在宜昌定居的梦想还没有实现,更别说让身在内蒙古的父母过来定居了!”

2008年1月份,成岩毅然下定决心——自己外出考察广州、上海等地的茶楼经营,学习经验,而且自己不在宜昌的这段时间还可以让员工们独立锻炼,也可让员工迅速走向成熟。

学习归来扬帆整装重新起航

随后的半年时间里,成岩的足迹踏遍了广州、上海、杭州等城市的知名茶楼,这时的她把自己放在一个学生的角度学习那些大城市里大茶楼的经营之道。2008年5月份,考察学习结束回到宜昌的成岩卖掉了新开的门面,并在原有门店内增添茶叶销售品

种。

成岩的选择无疑让自己找到了新的方向,这时成岩再一次发扬自己的专业优势,大力开拓茶艺表演。

此前略显稚嫩的员工也开始逐渐成熟起来,而许多老顾客也渐渐对茶艺表演有了认同感,并不断介绍新的客源来消费。接下来的一年多时间里,成岩的门面人气不亚于其他经营多年茶叶的大门面。

2009年5月,成岩偶然盘点了一下自己的资产,发现自己已完全能够支付一套房子的首付款,可以实现接父母来宜昌定居的愿望了。不过思虑许久后,她做出了一个意外的选择——重新盘下一个总面积达200余平方米的大门面,并将茶艺培训业务作为一个主攻方向,很快她的想法便得以实现。

新门面优越的地理位置以及合理的布局,加之有专门的教室用以茶艺培训,在新门面开张的第一个月,她就尝到了盈利的甜头。此后的半年时间里,新门面走上了正轨,所有老顾客都在心理上接纳了这个更为庞大的茶店。

2009年11月份,成岩卖掉了跟随自己多年的旧门面,全力经营着这个全新的大茶行。

(摘自《三峡晚报》 聂烽/文)

一个从内蒙古呼伦贝尔草原来到宜昌求学的女孩,因学业关系与茶结下了不解之缘,并在宜昌扎根创业。从初出茅庐的青涩大学生,到四处跑业务的创业者,再到已拥有百万资产的老板,29岁的成岩在宜昌经历创业的酸甜苦辣后,终于收获了人生的第一桶金。

千里求学茶成她的一生知己

4月15日下午,记者见到成岩时,她正在紧急备课——当天晚上她要为几个学生进行茶艺培训,而这也是其公司现在的主要业务之一。

成岩出生在美丽的呼伦贝尔草原,2000年,她考取了三峡大学园艺专业,不远千里来到憧憬已