

营销实战

苏宁“双 12”单日销售欲爆 5 亿

拉响岁末互联网营销战

■ 夏妍

“双 11”刚过不久,又迎来了“双 12”。各大电商纷纷摩拳擦掌,准备新一轮的互联网营销战。

记者从苏宁了解到,12 月 12 日,苏宁效仿“双 11”,再度在线上线下推出大规模促销活动,冲刺全年销售任务。苏宁副总裁、上海苏宁总经理范志军指出,电商的疲劳式促销后,将是实体店的强烈反弹期,“双 12 是实体店打响岁末促销战的开始,加上圣诞、元旦等传统促销节点,2013 年的最后一个月有望成为全年销售最大月——‘黄金 12 月’。”

不过这次,苏宁将以实体店为阵地“携网而来”。

投入 1.5 亿促销资源

范志军认为,“黄金 12 月”将为今年岁末的零售行业带来爆发式增长。苏宁也将抓住这样的机会,通过 O2O 模式,联动苏宁易购,打响全渠道营销战。

“12 月 12 日,上海苏宁投入 1.5 亿的促销资源,撬动线上线下 5 亿的销售。”范志军表示。

记者了解到,去年,上海苏宁初尝甜头,“双 12”以 1 亿投入呈现爆发式增长,创造了单日 3 亿的销售额。业内观点认为,岁末消费

营销经典

2013 年是餐饮行业尤其高端餐饮业困难的一年,包括眉州东坡、小南国等餐饮品牌都在积极寻找新的路径期待突破。也许目前这些企业的探索还没有太大成效,但是起码他们已经行动起来。传统行业应对移动互联网,试错不可怕,可怕的是毫无反应。

俏江南的 O2O 艰辛履历:高端餐饮转型记

■ 彭成京

随着移动互联网的渗透,已经有越来越多的餐饮企业开始了 O2O 探索。

2013 年是餐饮行业尤其高端餐饮业困难的一年,包括眉州东坡、小南国等餐饮品牌都在积极寻找新的路径期待突破。也许目前这些企业的探索还没有太大成效,但是起码他们已经行动起来。传统行业应对移动互联网,试错不可怕,可怕的是毫无反应。

团购

团购是俏江南较早迈向网端的 O2O 尝试。2012 年 3 月俏江南入驻窝窝团,首次尝试网上用户向线下实体店引流。此后不断与多家团购网站合作尝试,这里值得了解的如 2012 年 12 月先后与聚划算(2012 年 12 月 3 日聚划算联合澳门豆捞、俏江南、四海一家等近千家餐饮商家开展“聚划算 123 年度庆典”)、拉手网(12 月 7 日拉手与俏江南合作加入 360 团购导航“360HOME+计划”)合作团购,今年 11 月京东推团购品牌“京品惠”,以买断形式与俏江南签署排他性团购合作协议。

实际上俏江南的团购之路走得并不顺畅。以入驻窝窝团为例,全年销售额约 5000 万元。虽然客流量得到增加,线上业绩有了明显提升,但同时互联网客户的大量投诉,也让俏江南在一段时间内疲于应付,甚至曾一度关停了团购服务。俏江南高级市场总监



赵锡刚表示,尽管同比增长数倍,但线上收入仍旧只占俏江南总营收的 6%以下,远未构成主流。

经过一段时间尝试后,俏江南将团购业务仅只作为公司整体运营的一个补充,尤其放在新菜品推广和调研上。赵锡刚在接受媒体采访时表示:“我们一年团购的营收 7000 万元,但是俏江南一年营收在 20 亿元左右,7000 万元连 1%都不到。从资源上,我们不会对团购有太多倾斜,团购是把新产品放在线上,体验门槛比较低,可以让大量客户试吃。然后我们可以看口碑,团购来的人 80%不是俏江南的目标客户群,但能传递体验。”

微博

开启微博是俏江南最早触网的一个步骤,因为运作起来相对较轻。俏江南的微博之旅也经历了一段波折,刚开始时微博营销并没有把重点放在本地服务上面,在数万微



苏宁还决定招募 150 名神秘顾客,接受全民的价格监督。同时神秘顾客作为价格监察员,将对送货效率进行体验,检验“双 12”购买商品能否及时到达。

“这样的条件显然让消费者吃了颗定心丸。”相关人士告诉记者,一般商家大力度促销也产生不少弊病,给消费者带来困扰,如需要熬夜、排队时间长、计算商品优惠幅度等问题。然而苏宁取消分时段放号、跨夜不打烊等疲劳式促销手段显然聪明地避开了这些问题。

“通过线上直接快捷支付,以及实体店增加收银台、引导和控制人流等方式,保证让消费者及时完成付款,平均付款时间不会超过

5 分钟。”苏宁方面表示。

值得一提的是,为了配合服务代理的销售推进,苏宁正在对店面的硬件进行升级,如新开张的闵行第一店作为 O2O 首家示范店,已经实现全店高速免费网络的覆盖,各类移动终端随时浏览苏宁易购网站,O2O 综合服务专区供消费者在苏宁易购直接下单。

与此同时,一位电商分析师告诉记者,“发展电子商务,已经成为大型零售商转型的必经之路,如今苏宁通过电商的‘空军’配合,加强网络服务,以网上展示的形式,展现出店内商品的出样,毫无疑问是提高盈利的好办法。”

开拓在欧市场

星巴克推出加盟连锁营销策略

据美国《华尔街日报》报道,为了稳定在欧洲咖啡销售市场,星巴克公司已推出“忠诚度计划”,在欧洲不太繁华的地段开咖啡店并且将店面设计本土化,现在又试着在欧洲实行加盟连锁的营销策略以拓展和提振在欧洲咖啡销售市场。

长期以来,为了维护自身品牌,星巴克都避免使用加盟连锁这一策略,即使这一策略大受美国其他餐饮连锁店的欢迎。然而欧洲除外,因为在欧洲,星巴克尝试在大城市的繁华购物区开设店面的计划进行的并不顺利,星巴克认为实行加盟连锁策略可以将星巴克咖啡销售市场发展到了他们并不熟悉的偏远地区。

今年 1 月,星巴克在英国 Liphook 城开设了世界上第一个星巴克加盟连锁店,目前星巴克在整个英国拥有共 45 个这样的咖啡店,由 9 个加盟商运营。星巴克计划在法国实行加盟连锁这样的营销策略,开设加盟店。目前在欧洲,中东和非洲共有近 2000 家星巴克咖啡店,但是其中加盟店仅占一小部分,而且都只是在英国。

星巴克欧洲、中东和非洲这三个区域的销售总监 Kris Engskov 表示,在加盟连锁这一策略的激励下,星巴克可以将咖啡销售市场拓展到未曾考虑的地区,给星巴克在英国的零售市场提供了新的发展机遇,其他大陆也是如此。星巴克除了实行加盟连锁这一策略外,还关闭了在租金昂贵地段开设的咖啡店,试图提高消费者服务水平。

投资公司 William Blair & Co 分析师 Sharon Zackia 指出,加盟连锁这一营销策略恰恰迎合了欧洲疲软的经济现状,这更加促使投资者们在咖啡销售市场上投资更多以获取高额回报。星巴克在维护自身品牌上一直以来都积极进取,但是实行加盟连锁也有风险,因此星巴克也表示,会提高警惕性,选择正确的合作伙伴,对加盟商进行加盟教育,让他们了解星巴克文化。

(环球网)

劳动者的“和谐之家”

——山东省济南市总工会创建和谐劳动关系纪实

■ 李书忠 张昭力

和谐的劳动关系是和谐社会的基石。围绕“和谐”二字,5 年来山东省济南市各级工会组织主动作为,厂务公开民主管理实现创新发展,劳动关系和谐企业创建活动取得新进步,工资集体协商工作取得新进展,职工权益维护工作取得了新成效,调动了企业和职工两个方面的积极性,努力营造职工得实惠、企业得发展、社会得和谐的多赢局面。

民主管理工作创新发展

自 2008 年以来,济南市委、市政府将厂务公开民主管理工作纳入对县(市)区、高新区科学发展观综合考评体系,各县(市)区、高新区也纳入本级党委政府的综合考评体系之中。5 年来,该市紧紧围绕全市经济社会发展大局,按照“组织健全、制度完善、内容丰富、程序规范、形式多样、运作良好、成效显著”的总要求,不断推动该市厂务公开民主管理工作持续创新发展。

用法规政策保障。2010 年 5 月 1 日《济南市企业民主管理条例》正式施行。条例的制定出台结束了该市没有企业民主管理法规的历史。以建制为重点。该市各级工会把“厂务公



济南市总工会第十五届委员会第八次全体会议

开、职代会建制专项行动”列为抓基层、打基础的一项重要工作,扩大非公有制企业覆盖面作为主攻方向和工作重点。据统计,目前全市国有、国有控股企业、事业单位厂务公开、职代会建制率达到 100%,规模以上已建会的非公有制企业达到 95%,全面完成了全国厂

务公开协调小组提出的实现职代会、厂务公开五年建制目标规划。

劳动关系和谐企业创建活动取得新进步

5 年来,济南市总工会按照全总的部署安排,深入开展创建劳动关系和谐企业活动,将创建活动纳入全市经济社会发展大局。促进全市企业普遍建立科学有效的利益协调机制、诉求表达机制、矛盾调处机制、权益保障机制。

据统计 2008 年以来,济南市总工会已隆重表彰 244 家济南市劳动关系和谐企业。推荐 5 个工会组织和 20 名工会干部获“全省工会创建劳动关系和谐企业工作先进单位和先进个人”;推荐 23 个单位荣获“山东省劳动关系和谐企业”荣誉称号……通过大力表彰和宣传各类创建劳动关系和谐企业典型,扩大了社会影响,极大地推动了创建活动深入开展。

工资集体协商工作取得新进展

近年来,济南市总工会认真贯彻落实有关工作要求,深入贯彻工资集体协商三年规划,推动企业积极稳妥地开展工资集体协商,建立完善职工工资协商共决机制、正常增长机制和支付保障机制,维护了职工的合法权益,促进了企业的改革发展和劳动关系的和谐稳定。

自 2011 年起,推动各县(市)区、局公司、大企业工会,在全市各类已建工会组织的企业普遍依法开展工资集体协商,通过加强组织领导,完善有关工资集体协商的地方法规、配套政策,健全协调劳动关系三方会议制度,完善工资集体协商考核机制,建立济南市工作集体协商专家指导团,加大对工资集体

协商的指导力度,加快工资集体协商立法步伐等 5 项措施,该市工资集体协商工作取得新进展,截至目前,全市建会企业工资集体协商建制率达到 98%以上,世界 500 强投资企业工资集体协商建制率达到 100%。

今年以来,该市各级工会又将工作重点向行业性工资集体协商拓展和延伸。结合济南实际,先后在济南旅行社行业、济南茶叶市场、济南科技市场、齐鲁软件园等产业聚集程度比较高的行业,积极推行行业性工资集体协商。针对非公有制企业数量多、职工收入偏低、职工提高收入要求迫切、涉及分配问题的劳动纠纷易多发等实际情况,市总工会还针对不同规模、不同经营状况、不同工资分配形式企业确定不同的协商重点,着力提高普通职工的工资收入水平,促进职工工资随企业经济效益和劳动生产率的提高同步增长。

职工权益维护工作取得新成效

保障职工利益,解决职工困难……让普通职工在工作中感受到幸福与尊严,5 年来,该市总工会充分发挥工会在参与和创新社会管理中的作用,较好地完成了职工来信来访、职工热线等工作,维护了职工队伍的和谐稳定。据统计 2008 年至今,已收到信访来信 117 件,职工来访、热线电话 5342 人次,为 670 名职工提供免费法律服务和法律援助。全市 12 个单位和 10 名个人分别获得全省“五五”普法先进单位、先进个人荣誉称号。长清区总工会等 7 个单位获“全省工会职工维权法律服务示范单位”。