兖州新合作公司董事长王连臣在督导工作

火爆的活动现场

供销大集摩托车宣传队

J 经营看台

兖州新合作借势“供销大集”上线 “双十一”销售业绩骄人

■兖州新合作电商公司　靳聪

“二十年来仅此一次!”这绝对不是一句空洞的广告语,借势总部“供销大集”上线,兖州新合作公司拿出 300 万元现金的贴补,实实在在给了“新合作百意”所在的兖州、曲阜、邹城、徐州丰县四地父老乡亲最大的让利!活动期间,登陆“供销大集”平台,线上 85 元购买 100 元百意储值卡,同类储值卡线下卖场 8.8 折销售,服装百货类商品买 100 赠 30,加上供应商提供的大力度优惠,吸引了大批消费者前来消费。11 月 8 日至 15 日“双十一”活动期间,一周的销售同比增长 46%,取得了娇人的销售业绩。

上下互动是基础

供销大集控股公司常务副总裁武利民亲自调度,派专人驻守兖州新合作公司指导活动开展的准备工作。兖州新合作公司董事长王连臣多次主持召开“双十一”活动专题会议,解决活动中的各项问题,他每天巡逻在各部门督战,对后进部门进行严格督促。

组织有力是保障

团队成员秉承吃苦耐劳的优秀传统和良好的执行力,加班加点攻坚克难。利用会议和微信活动群上下协调,有序组织,“同一个声音、同一个步调、同一个目标”,使得活动井然有序开展。

信誉和会员是保证

“信任是黄金”,兖州新合作公司在当地累积 20 年的信誉和拥有 30 万会员基础是活动成功的保证。不需要做太多地宣传解释,只要是“老百意”推出的活动,老百姓一算账实惠,马上就买,没有怀疑。为满足不会网购会员的需求,我们在各卖场现场连上网线,装上电脑,为排队的顾客代购,现场气氛火爆热烈。

宣传到位是关键

11 月 7 日确定活动方案,11 月 11 日要把活动推向高潮。面对时间紧,活动方式新,如何能让更多消费者尽快知晓活动情况,我们在宣传方面出了一些新招:一是前期给员工下达每人发展 5 名会员的任务指标,使得活动迅速升温,快速铺开;二是短信、微信、宣传单、布幅、广告屏等各种宣传方式齐上阵,形成强大的宣传氛围;三是组织 30 人电动车宣传队,悬挂“供销大集”彩旗,深入社区、农村市场进行宣传,效果奇佳。

线下活动是推动力

线下门店同步开展了全年力度最大的促销活动,超市类商品全场 8.8 折,百货类商品全场“买 100 赠 30”。面对线上线下史无前例的双重优惠,消费者自然心动不已。为了满足更多顾客需求,又在 11 月 16 日开展“内购节”,延续“双十一”线下活动内容,把活动推向高潮。

真心为民是真理

“金碑银碑不如老百姓口碑”,“老模式新模式,老百姓认可的才是好模式”,活动成功的根本还是老百姓得到了真金白银的实惠。当然,大集上线的借力,供销社为民服务的宗旨,以及全系统上下一心的共识,更是我们这次活动成功的有力保证。

M 媒体聚焦

新合作常客隆进军汽车后市场

近日,江苏新合作常客隆超市连锁有限公司宣布进军汽车后服务市场,该公司旗下的 4 家常客隆·福仕嘉汽车服务连锁店于同一天在江苏常熟开业。江苏新合作常客隆连锁超市有限公司董事长包乾申表示,新合作常客隆公司将零售连锁的先进理念运用到汽车服务领域,计划通过三到五年时间,在常熟城乡拓展网络 50 多家,并逐步向常熟市外拓展,为市民带来真货、真价、真情的 4S+ 服务体验,同时将旗下家易乐生鲜直投、自助售货机结合到常客隆福仕嘉门店,使之成为社区的综合服务中心,把方便和实惠送到市民的家门口。

跨界寻求新的增长点

11 月 28 日,在江苏常熟市老街居民小区集中的静海路上,一场高规格但很简朴的开业仪式在常客隆·福仕嘉汽车服务连锁店门口举行,中国供销合作集团有限公司副董事长康玉国、常熟市副市长朱亚辉等参加了仪式。当天,和静海路这家汽车服务连锁店同时开业的还有另外三家分布在常熟市区的常客隆·福仕嘉汽车服务连锁店。

常客隆·福仕嘉汽车服务店是由江苏新合作常客隆连锁超市有限公司和宁波福仕嘉汽车服务股份有限公司共同打造的汽车服务连锁品牌,由双方合资的江苏常客隆福仕嘉汽车服务有限公司负责运营,提供汽车维修保养、钣金喷漆、美容改装、零部件销售、救援、二手车质量鉴定评估延保等汽车服务,确保硬件产品质量形成全过程控制的同时,对服务质量形成全过程的规范、控制、监督和改进。

福仕嘉汽车服务店的服务范围锁定在社区的车主,一般来说,汽车保有量达到 2 千辆车的社区就可以支撑一个店面的运营,因此,福仕嘉在同一个城市会开很多门店。由于网点多,服务更加细致周到,并且价格也更加便宜合理。

据介绍,首家福仕嘉汽车服务店去年 2 月在宁波开业,目前,宁波市已经有 8 家连锁店,近期,上海将有两家门店开业。

与众不同的是,新开业的常客隆·福仕嘉汽车服务门店的招牌上同时印有常客隆连锁超市以及常客隆旗下电商平台家易乐的标志,每个门店边上都单独辟出一块空间,其中设有自动售货机、家易乐的电子货柜、电子购物屏等。在位于常熟郊区的常客隆·福仕嘉汽车钣金喷漆车间,同样能够看到这些标志和陈设,而这个钣金喷漆车间旁的汽车配件店里所有的汽车配件也同时在家易乐的线上平台销售。线上线下 O2O 服务是常客隆·福仕嘉下一步的发展计划。

常客隆·福仕嘉是商超业态加汽车后服务新模式,这样的服务模式在国内汽车后服务领域尚属首家,这也是基于市场的实际需要探索出来的一种新型连锁服务模式。

“我们计划通过三到五年时间,在常熟城乡拓展网络 50 多家,并逐步向常熟市外拓展。”包乾申表示,常客隆将零售连锁的先进理念应用到汽车服务领域,为常熟市民带来真货、真价、真情的 4S+ 服务体验,同时将常客隆的家易乐生鲜直投、自助售货机结合到常客隆福仕嘉门店,使它成为社区的综合服务中心,把方便和实惠送到市民的家门口。

中国供销合作集团有限公司副董事长康玉国说,近二十年来,新合作常客隆一直坚持创新、不断进取,从发展连锁超市,到电子商务,到购物中心,再到今天和宁波福仕嘉汽车服务股份有限公司合作,共同打造汽车后市场服务品牌,这些举措都是和老百姓的“衣、食、住、行”密不可分的,同时也充分体现了供销合作社惠农、利农、便农的服务宗旨。

汽车后服务市场空间广阔

福仕嘉汽车服务店被称作“家门口的的汽车 4S+ 服务”,在常客隆·福仕嘉开业的前一天晚上,常熟市政府特地举办了一场晚宴来答谢社会各界来宾。常熟市政府之所以如此重视,是因为看中了这种社区汽车后服务模式未来广阔的市场需求和发展空间。

所谓汽车后服务市场,是指汽车配件及用品的经销以及直接为这些产品的使用所提供的服务。国内汽车年消费量自 2009 年开始有了迅猛发展,2015 年中国汽车保有量已经近 1.4 亿辆。菁葵汽车后市场研究院的研究表明,随着中国汽车保有量的不断增加以及家庭用车数量的快速增长,汽车后市场呈现快速发展的势头,市场规模约 6000 亿元,预计到 2020 年将达到 17000 亿元的规模。数据显示,2013 年至 2015 年,中国汽车后市场按年均复合增长率或已达到 19%,售后服务增长则或已达到 25%,未来预计汽车后市场在整个中国汽车市场中所占的份额将超过 60%,汽车市场的利润也有移向后市场的趋势。

在广阔的市场前景的吸引下,近年来,不断有新的势力进入汽车后市场,其中包括连锁跨行业、机构资本、电商、保险公司等。“2014 年中国汽车后市场热度空前,四股势力推动产业整合和模式创新。”青葵研究院在其发布的 2014 年中国汽车后市场发展调查报告中指出,由于汽车后服务连锁店需求旺盛,吸引连锁人才跨行业输送经验,资本力量大大推动市场发展整合,而电商则推动汽车服务模式创新,与此同时,保险公司出手,发动汽车保养免费之战。

随着新势力的介入,价格高昂、服务半径长的 4S 体系进一步受到威胁,从免费洗车到免费保养,汽车后市场保养价格将进一步下降,小型独立售后企业生存更加艰难,而汽车后市场连锁企业找准时机寻求合作,将有更多机会扩大市场份额。

(中国商报　张涛)