



随着知名家电企业的强势进驻,我市的本土家电卖场面临着机遇与挑战。为了保持市场的既得优势,八方、容威长期以来坚持主动变革,多路突围,在逆境中不断发展壮大——

本土家电企业: 扎根沃土 逆势而上

□本刊记者 孙瑜璐

店庆促销、重装开业、感恩回馈、夜市团购……家电业从来不缺乏新鲜的营销手段,尤其是全国性连锁家电巨头一路攻城掠地进驻洛阳市场以来,本土家电卖场与全国连锁家电卖场的竞争愈演愈烈,屡屡上演“家电大战”。业内人士预计,未来一段时间内本土品牌与外地家电卖场之间的较量还将继续。对此,我市本土家电领军企业——八方电器相关负责人表示,本土家电企业要结合当地特色,凭借地利和人脉等优势,锐意进取,将自有品牌打造成坚实的家电龙头。

▶▶ 特色活动引发品牌效应

传统家电市场的销售具有明显的淡旺季特征,例如每年元旦、春节、“五一”、“十一”等四个重要节点的销售量要占到全年总量的四成至五成。但本土家电企业坚持以活动带动市场,让淡季不淡。八方电器相关负责人表示,扎根本土的诚信经营,实实在在的让利促销,已经使本土家电卖场的活动深入人心,得到了众多消费者的支持,特别是每年本土家电卖场举行的店庆活动不仅成为洛城消费者

的购物盛宴,还吸引了各县区的人们纷至沓来。容威电器相关负责人称,他们在2010年举办以“诚信的力量,车炳恒30年回馈活动”为主题的促销活动,更是让洛城百姓再次感受到品牌活动带来的实惠。

为什么本土家电卖场的活动会成为洛阳市场的焦点?八方相关负责人表示,那是因为对于消费者,本土家电卖场一向以“全心全意为消费者服务,让消费者满意”为准则;对于

家电供应商,则以合作共赢为理念,每次活动开展前,本土家电卖场都会与供应商提前协调交流,从新品、价格、赠品、套购活动等一一落实。

据近几年的销售数据统计,多数品牌在活动期间的销售量与平时相比增长幅度显著。将活动做成品牌,是本土家电卖场长期以来努力的方向,这不仅承载着供应商的期待,更承载着消费者的需求。

▶▶ 本土家电已成区域连锁巨头

从之前的八方电器上海市场步行街店、凯旋路旗舰店到现在即将开业的八方电器东店、王城店,从之前的容威电器上海市场店到现在的容威电器新区店、容威物联网体验馆……本土家电卖场在与全国性连锁家电的PK中,不仅快速扩张,而且成长为横跨本土的区域性家电连锁巨头。据八方相关负责人表示,本土家电卖场接下来还会进军各县区

等三线市场,最终形成以市区为中心覆盖全市各县区的连锁网络。

在新的竞争形势下,本土家电企业面临着新问题——管理如何实现准确化,反应如何做到快速准确?为了解决这个问题,2003年,八方电器耗资几百万元引进了先进的ERP数据管理系统,通过准确的数据,更快、更准确地了解市场上的消费热点,从而达到

对整个市场产品的有效调控,为应对激烈的市场竞争提供了有力的技术平台,更提高了市场反应速度。就这样,在洛阳家电市场群雄并起的日子里,八方电器全面实现统一采购,统一配送,统一管理。上游厂商对八方电器的支持力度明显提高,不仅八方与上游厂商的合作更加简捷、高效,而且由巨大的采购订单所争取的厂商资源价格自然格外优惠。

▶▶ 用服务意识赢取更大市场份额

在家电市场竞争日益激烈的今天,服务已成为市场竞争的核心。面对国内知名家电连锁品牌的争食,本土家电企业打起服务牌,从提高从业人员素质入手,让服务水平得到本质性的提升。

八方作为洛阳本土家电的龙头企业,不断在营销和服务等方面推陈出新,用先进的服务使自身立于不败之地。

在2010年八方电器凯旋路旗舰店店庆期间,八方拿出专项资金给顾客设置专

项现金补贴,与此同时,八方新增百名促销人员加入店庆促销,各层管理人员层层把关,对仪容仪表、服务都认真考核,确保做到“绿色服务,零投诉”,让消费者满意购物。

本期导读

八方电器

▶▶ D04、D05

国内电视厂商
力推 3D 新品

▶▶ D03

珠宝行业
下一个消费热点?

▶▶ D07

