

疫情防控期间,传统行业经营者用新的方式满足人们的消费需求

生鲜配送半日达,投递量涨了七八倍 在线直播卖女装,单场粉丝3000多人

□记者 李岚 李迎博 文/图

没有一个寒冬不会过去。在疫情防控的这段时间里,我们这座城市的传统行业经营者,用信心支撑起努力向前的勇气。他们转变观念,迎接挑战,主动尝试新的方式,尽力拉近和宅在家里的人们的距离,满足特殊时期人们的消费需求。

在他们的努力下,洛阳百姓出现了一些消费新变化,也产生了一些新期待。“3·15”国际消费者权益日前,记者走近其中一些人,听他们讲述了自己的故事,与您分享。



购时惠工作人员(右)为顾客配送鲜花

本地电商配送

半日达优势打开服务便民新市场

14日9时30分,在洛报集团开元读者服务中心,刚刚从购时惠总仓分拨来的订购商品,已经分发到投递员手中。

“这个是勤政苑李师傅家的,他们老两口年龄大,打完电话多耐心等一会儿。”中心主任张林霞一边核对着订单,一边嘱咐投递员。李师傅是一名退休职工,每隔两三天,她都会通过购时惠购买一些蔬菜、水果及生活日用品。

配送及时、服务便民,这是大家对购时惠最多的评价。市民只需用手机操作,就可购买到数百种商品,覆盖生鲜蔬果、米面油、食品饮料、家居洗化等各大品类。依靠独立的物流体系,购时惠凭借网上下单、半日送达的优势,收获了很多新客户。“今年2月我们的投递量比去年同期涨了七八倍。”张林霞说。

数据显示,今年2月,购时惠为市区十几万个家庭提供了配送服务,新增会员5万余人,共销售生鲜蔬果、米、面等商品30多万件,牛奶配送订单日均近5万份,月配送量140余万份。

专家点评:

疫情防控期间,生鲜电商让中老年群体转战线上,而长期依靠外卖的年轻一族,开始尝试买菜做饭。危机往往是行业升级的契机,本地电商平台要把握好这次机会,发挥产品品质、安全性、配送速度等优势,提升自身竞争力,也给百姓生活带来更多保障。

——洛阳师范学院商学院院长刘玉来

女装店卖衣服

一场在线直播,粉丝3000多人

“我身上这套衣服原价1000多元,现在不到500元,喜欢的宝宝可以下单!”14日下午,在涧西区景华路一家女装店内,一场直播正在进行。一个直播架,一部手机,女店员正忙着向直播间的粉丝们介绍店里的一批春装,旁边的店员一边为她准备衣服,一边记录有购买意向的顾客相关信息。

该店店长马莉介绍,这家服装店的顾客群体主要为30岁至55岁的女性,有不少固定顾客。按惯例,春节后是春装销售旺季,但今年受疫情影响货品积压。“年轻姑娘们平时逛淘宝、抖音,向我推荐直播卖衣服,无论成功与否都当作一次尝试。”马莉说。

女店员徐红霞说,自己第一次上直播的时候,面对手机镜头十分紧张,说话都有些磕巴,卖力地吆喝了半天,只成交了一单。后来,她们到“网红”直播间细心观察主播的营销策略,又不断推出特价款、秒杀款活动,人气逐渐升了起来。如今,店里每次直播时粉丝有3000多人。

“我们会继续采用直播这个销售方式,线上线下同步销售,拓宽顾客覆盖面。”对于今后的发展,马莉的思路很清晰。

专家点评:

如今,一些线下实体店已经不是以销售为中心,而是以提供体验为中心。建议销售人员重点学习一些网络营销方法,做好售后服务,让消费者能够体验本土“网购”的便利,增加依赖感和黏性。

——我市一连锁服饰企业负责人任少武



正在直播卖衣服的店员



孟金光正在为顾客准备饭菜

饭店“搬”上外卖平台

老顾客纷纷下单,称“期待已久”

对于在洛龙区政和路干了6年饭店的孟金光来说,他打理的大盘鸡糊涂面店是不少食客熟悉的招牌店。“以前店里从来没有上过外卖平台,太忙了。”孟金光说。

突发的一场疫情,打乱了他今年的营业计划。随着复工复产的稳步推进,孟金光的饭店在获批复工的第一批餐饮单位中。“出于防控需要,不能堂食,咱得换个思路。”复工之后,孟金光将大盘鸡糊涂面店“搬”到了一家外卖平台上。作为一家新“网店”,起初他很担心无人问津,食材也不敢多准备,可让他没想到的是,熟悉的食客纷纷下单,还有人留下评价:“老板,期待已久,你早就应该在网上开店了!”

为了增加收益,孟金光最近还开始售卖米饭套餐,虽然店里现在的生意和以前相比有不小差距,可是毕竟已经度过了寒冬,日子也在慢慢好起来,他对未来依然有信心。

专家点评:

针对此次疫情,建议餐饮行业一方面要采取措施应对暂时的困难,另一方面要顺应市场变化,及时转向线上销售,有条件的企业可采取线上线下销售双模式。

——洛龙区市场监管局开元所所长徐慧强

网上健身教学

线上服务带来新客户

“今天是打卡第20天,大家一起动起来。”

昨日13时许,张世超组建的微信健身群又到了一天中气氛最活跃的时候。张世超在涧西区经营着一家健身小铺,考虑到不少市民在假期有健身需求,他就组建了一个微信群,每天录制一条健身视频,还在抖音上发布。

张世超说,微信群刚建时,邀请的都是一些长期会员。后来,不到50人的群增加到120多人,人数是会员数的两倍多,这让张世超觉得挺意外。

“现在大家对健康越来越重视,这是健身行业的发展机遇。”张世超说,这次尝试让他更加坚信创新的必要性。待疫情结束后,他还会尝试更多差异化服务,提升服务质量,用口碑开拓新客户。

专家点评:

网上教学带动市民形成良好的健身习惯,增加用户黏性,不仅可以提升会员满意度,而且能形成良性循环,源源不断带来新会员。“互联网+”引领的新消费模式,正催生出更多的消费新业态。

——洛阳师范学院商学院院长刘玉来