

征婚 男,1989年出生,汉族,身高175厘米。研究生学历,在北京金融部门工作,北京市户口,原籍沧州市。欲结交在北京工作的沧州籍、本科或相当学历的女孩。电话:13102401669

电商界的两大“人造节日”之一“6·18”就要到了。面对线上平台的火爆促销,线下商场又有哪些动作呢——

实体商家迎战“6·18”

本报记者 李昕也

1

实体商场纷纷出招与电商“隔空对战”

今年天猫、京东等电商平台自5月24日开启“6·18”预售,相比往年提前了,活动持续近1个月,堪称“史上最长6·18”。而市区不少实体商家的促销也已抢先开跑。

“这次活动,我们借鉴天猫‘双11’的预售思路,对会员进行提前邀约,充分预热。活动中大力度折扣再叠加商场双倍积分,给预售形成了很大的广告效应。”上周末,华北商厦副总经理胡玉华一边查看“6·18”卖场的布置一边说。

胡玉华告诉记者,去年“6·18”,商厦加大促销力度,当天销售额度达600万元。尝到电商节带来的甜头,今年的“6·18”活动从5月底就开始筹备,“预售从15日开始,18日当天的促销力度仅次于两个月后的店庆”。

记者走访发现,我市多家商场已加入“6·18”年中大促阵营,“6·18”吊旗、活动展架以及专门的折扣标签随处可见。

沧州盐百购物广场有限公司总经理黄金玲介绍,商场从6月初就陆续推出了“6·18”促销活动。“6月14日至20日,短短7天内有端午节、‘6·18’年中大促、父亲节三个黄金销售日,为此我们专门推出了‘6月购物节活动’。全品类促销,部分新款服饰低至5折,还有满减活动以及赠品,超市超低价秒杀,都是为了迎战‘6·18’。”

“与以往相比,线下‘6·18’促销活动‘折腾’得越来越足了,优惠力度也比以前大了。”市民陈晨说,端午假期,她去商场购物,发现很多商家都推出了“6·18”



促销活动,“有的促销活动已持续1个星期了,我买的一款化妆品比线上旗舰店的折扣还要低一些”。

2

商场打起“组合拳”吸引消费者进店“打卡”

利用微信作为营销工具,已是当今线下实体店体的标配。“直播+小程序+社群+门店”的组合,为线下门店引来流量。

胡玉华说:“我们通过多渠道宣传,利用微信公众号、企业微信群、抖音等平台把活动消息精准地推送给每位会员,有的工作人员微信群里最多有1000多名会员,可实现高转化率。”

前几天,华北商厦某女装品牌专柜的一名店员利用企业微信,向顾客一对一推送店内新品,一单就卖出8件衣服。这样的“战绩”,让同事们津津乐道。

原来,临近“6·18”,该店员经常在朋友圈发些促销活动。一位老顾客给她留言:有新款给我发图片,我想等“6·18”有

优惠活动时买几件。店内上新后,她根据顾客的肤色和喜好,为其搭配了10余套衣服,拍成图片通过微信发送后,还把店员试穿的视频传过去。顾客看完后,直接预订了8件,还告诉她:“18号当天我去拿衣服,顺便带闺蜜再看看。”

该店员说:“通过微信,顾客可以第一时间了解商品动态,吸引他们来店‘打卡’。”

“‘6·18’年中大促,准备开抢!基地直采甜瓜,原价每斤3.99元,接龙价4斤10元,只限群内接龙下单……”11日,沧州盐百购物广场超市经理李国强将一款超市单品特价促销信息发到500人的社区群,不到20分钟,已有20多个顾客接龙,而这种社区群,李国强拥有3个。

“6·18”大促期间,李国强在群里推送的信息由原来的每天两条增至5条。“微信团购的最大优势就是能让实体店实现线上线下互通,有效形成顾客的裂变。”

“目前,‘盐百’建立的这类社区群在沧州市区达到80个,由各楼层经理分管,销售情况非常不错。除了群内接龙,公众号推送‘6·18’年中大促开抢预告,在微信小程序里组织三人拼团,6月18日当天

各专区全品类直播,以超低价折扣来吸引消费者,实现流量转化。”黄金玲告诉记者。

3

体验式购物 实体店的“杀手锏”

对于“6·18”期间线上与线下的促销,购物达人陈彤有自己的一套消费选择标准。“电商平台的年中大促的确吸引人,我也会囤一些日用品,但护肤品我更倾向于在实体店购买。”陈彤解释说,在线下买护肤品,除了品质有保证外,最重要的是门店可以免费为顾客做美容,服务贴心,体验感更强。

华北商厦某女装品牌专柜的店员坦言,顾客能一次买8件衣服,除了商品打折外,促销员根据顾客的喜好、职业特点,为其搭配多款用于不同场合的服装,并通过发送视频让其感受到一对一的服务,“这也是线上无法比拟的”。

“电商平台做限时秒杀,实体店同样可以做到。而且相比于线上,实体店产品更可观,体验更佳,活动效果更加显著。”黄金玲说。

业内人士表示,线下实体店很难完全做到和线上优惠一致,毕竟线上线下成本不同。相比线上,线下最大的优势在于顾客拥有更丰富的购物体验,商家与消费者互动性更强。

在线上,消费者只能通过图片了解商品,这与实际可能有差异,而线下商品看得见,摸得着,并且店员还可以为消费者提供个性化的服务。商场的购物环境还可以为消费者提供娱乐休闲空间,有利于增强客户粘性。

业内人士认为,线下实体店还应注意体验的升级,以此招揽注重品质、有消费实力的客群。另外,针对有网购习惯的年轻客群,线下实体店也要着重线上渠道的打造,通过

潮流直播吸引年轻人。购物车里装着OFF和%的标签。

上海浦东发展银行股份有限公司沧州分行招聘

上海浦东发展银行沧州分行于2012年5月正式挂牌营业,成立9年来在社会各界的关心支持下,植根沧州大地,保持了快速、全面、可持续发展的良好局面,并创造了骄人的市场业绩。

因业务和机构发展需要,我行现对以下岗位面向社会公开招聘客户经理、社区银行综合营销岗(派遣),综合柜员若干名。

(一)招聘岗位及具体要求

1. 客户经理

岗位职责:主要负责客户拓展、市场开拓与营销推进,制

定满足客户需求的金融服务方案,拓展各类资产、负债和中间业务产品,完成各项营销任务,防范风险、合规经营等。

应聘条件:35周岁以下;全日制本科及以上学历;3年以上银行营销工作经验;熟悉银行信贷相关知识和金融产品;具有较强的市场拓展、人际交往和沟通协调能力;客户资源丰富,业绩优秀。

(二)社区银行综合营销岗(派遣)

岗位职责:主要负责个人客

户及小企业客户的拓展和维护,加载金融产品,培养提升优质客户、贵宾客户、私行客户;完成各项营销任务;防范风险、合规经营等。

应聘条件:35周岁以下;全日制本科及以上学历;具有较强的市场拓展、人际交往和沟通协调能力;客户资源丰富。

(三)综合柜员

岗位职责:负责完成本外币公司、零售业务的会计核算操作,有效控制风险,提高核算质量;负责协助维护客户关系,了解客户需求,完成各项行内工作任务等。

应聘条件:30周岁以下;全日制本科及以上学历;2年以上银行相关业务工作经验;掌握现金管理、支付结算、反洗钱等监管政策;岗位相关的业务技能熟练;人品正派、形象良好、责任心强,具有较强的服务意识和沟通表达能力。

二、报名及联系方式

(一)有意者请登录浦发银行官方网站:www.spdb.com.cn,点击“今日浦发”中的“浦发招聘”栏,下载并填写《应聘报名表》(有工作经验人士),报名表右上方插

入电子版一寸照片,将填好的应聘报名表发送至电子邮件至:sjzfhczfhbgs@spdb.com.cn。邮件及附件应聘报名表的主题均为:“(姓名)+应聘XXX岗”

报名截止时间2021年6月30日
联系电话:0317-7885903
(二)本行将对上述个人资料做好保密工作,对未被录用者的资料将作为备选人才资料保存,恕不退还。