



柳传志 中国著名企业家, 投资家

创业公司要发现自己的灯塔客户。创业公司一般在做大的过程之中,一定是要有灯塔客户的,灯塔客户的意思就是,要把这个客户很典型要做好,然后通过这个客户去进行口碑的宣传与媒体宣传,这叫灯塔客户,陆续的以灯塔客户为标杆,所有的客户都能做成这样的话,公司品牌宣传就有了根基。

【银泰百货安徽区总经理段剑扬】 乐在自我突破



她有一个男士般的名字,但她说话做事都很“女人”。在她的办公桌上方,悬挂着的字画《乐在其中》格外醒目,她说,她从事商业很快乐,而最大的快乐就是不断实现自我突破。

今年1月8日,合肥银泰中心“横空出世”,目前各方面情况进展如何?作为高端奢侈品消费市场,合肥银泰又是怎样将消费者“领进门”?银泰在合肥的竞争力又在哪里?日前,记者走进合肥银泰中心,对话银泰百货安徽区“掌舵人”段剑扬。

记者 丁林

谈消费:卖几十万的表,也卖几百元的休闲装

记者:银泰以国际名品为引领,追求高端的购物体验,很多人眼中的银泰是高档奢侈品区,甚至会望而却步。您认为怎么样才能让消费者轻松进出银泰?

段剑扬:做项目时我们一直考虑这个问题,一个店光做得漂亮没有用,还要追求投资回报。如果外界普遍传银泰是如何昂贵、奢侈,不敢进,那么这个项目是失败的。为此,我们拿了很大的面积来做配套餐饮,以此来带动客流,提升商场的人气。首先要让消费者觉得这个地方有意思,逛的时候,能看到新款或时尚商品,这样消费者的心里就会慢慢接受银泰。

消费者现在来银泰,首先一点就是要他感觉自己不仅是来消费的,还是来体验生活、感受城市脉动的。这里有国际化的商品,中西料理、美容美发。体验今后将是消费者来实体店的唯一目的。比如,情人节、母亲节我们都会策划一些活动让顾客积极参与;餐饮来说,我们的6、7楼,有泰式菜、有火锅、有牛排、有日式料理,每种口味都不一样,喜欢吃火锅的消费者可以来银泰,喜欢吃牛排的人也可以来,这样就能满足不同需求的消费者。此外,我们各类商品的价格拉开较宽,有几十万一块的手表,也有几百元一件的POLO衫。

谈竞争力:团结的团队很重要

记者:从业内人士的角度来看,您对合肥目前的商业布局怎样看待,银泰主要的竞争力在哪里?

段剑扬:目前合肥的商圈,客观地说,挺乐观的。商业是一个很有意思的行业。从商业一个点,我们可以看到社会的变化,比如说,欧美成熟的商业一般都是从杂货店,发展到传统大卖场,再演变成百货店,以至于到今天的购物中心。合肥的商业也是这样,最早的可能是便民店,后来发展到一些传统百货,再到后来的大型超市以及现在的银泰这种都会型购

物中心。说到银泰的竞争力,我认为主要有三点:首先,合肥的经济开始起飞,众多的企业开始关注合肥,进驻合肥,未来商机潜力无限,这是天时。其次,我们坐落在长江路中段,距离淮河路步行街仅50米,所有的商圈都围绕这个核心,这是地利。最后就是我们有一支团结的团队。我个人认为,高端的定位必须要通过有实操经验的团队来实施,银泰的团队很优秀,也很团结,在做高端商业这块,经验比较丰富,也比较长久。这是人和。

谈乐趣:最大的快乐,是不停地突破

记者:您的办公桌上方有一幅字画“乐在其中”,请问您最大的快乐在哪里?下一步,银泰在安徽还会有哪些打算?

段剑扬:这幅字跟我好多年了,是一个朋友找人写的。我想,我做商业最大的乐趣是不停地突破,不管是招商的突破,还是业绩的突破。

和团队成员聊天时,特别是一些新员工,我会很直接地和他们说,如果你还没有做好进入商业的准备,那最好不要做,因为干我们这行会很繁琐,时尚的发展没有止境,要不停刷新自己。工作时长,休息时间少。

但是,如果你真心投入,会有很大的乐趣在其中。这些年都是这四个字在激励我,当然,也有很多人不理解我为什么会如此投入。

集团给我们的目标是5年内在安徽开8家店。除了合肥银泰中心作为安徽旗舰店外,在合肥还将会有2-3个项目投入运营,其中在政务区有一个10万平方米的购物中心项目。在芜湖长江边我们也在筹建银泰城项目,这个项目未来会打造成文化商业MALL,大概到2014年建成。此外,蚌埠、淮南等地的项目也即将签约。相信银泰将会给安徽商业带来不一样的体验。

谈进展:合肥的时尚度比预知要高

记者:今年1月8日,合肥银泰中心正式开业,到目前已有5个多月的时间,这段时间各方面的进展如何?

段剑扬:合肥银泰中心是银泰百货集团进入安徽的首个项目,也是集团在安徽旗舰项目。集团在2010年上半年完成收购,从银泰安徽区成立,项目筹备到开业,历时16个月。今天我们取得的所有结果都离不开这16个月

里整个团队付出的汗水和努力。试营业5个月以来,合肥银泰中心整体运转日益顺畅,客流量、交易笔数和销售额都在不断攀升。

银泰中心是银泰百货集团的高端购物中心项目,从百货到餐饮、娱乐、休闲配套一应俱全,经营面积超过十万平方米,满场商户超过350家。开业时,我们的压力比较大,这么大体量的商业面积,这么多的高端品牌扎堆进驻,

合肥市场有这么大的包容量吗?

结果我们感到有点出乎意料,很多第一次进驻合肥的品牌几乎没有培育期,销售业绩直追周边发达城市,毫不逊色。国际品牌店对各自业绩情况以及我们的运营管理都比较满意。一些国际品牌的负责人私下也跟我说,开业以来,他们的运营状况都非常好,他们认为合肥的时尚度比当时预想的要高得多。

谈定位:引领国际化生活方式

记者:作为银泰集团在安徽第一家门店,银泰“落地”安徽,想给安徽的商业市场带来些什么?

段剑扬:零售业态目前正在像MALL(购物中心)集中,传统意义的百货店也在寻求突破。银泰百货集团从百货运营转向购物中心发展,也是看到了零售业发展趋势。安徽人杰地灵,这两年社会经济发展日益迅猛。集百货、餐饮、娱乐、休闲于一体的购物中心将是安徽商业发展下一轨迹。

银泰虽起源于杭州,但每一

家门店都融入当地的社会发展。银泰是时尚的,银泰中心是国际化的,银泰在安徽也必将推动安徽时尚生活的发展。传递一种国际化的时尚观,把国际同步流行的趋势带到安徽,带给安徽人民。

从商场的空间布局和物品结构上看,把服饰类商品和餐饮娱乐有机结合起来,是购物中心的一个亮点。试想一下,在周末,一个家庭从早晨开始,从百货楼层逛起,然后再到哈根达斯小憩、中午到俏江南品味新派川菜,下午

去影院或SPA放松……这种一站式的生活方式会给消费者更多的购物体验和满足感。

在商品组合方面,我们也不是简单的堆砌品牌。拿女装来说,在整个组合过程中,我们有波西米亚风格,有欧美风,也有校园风。根据不同的风格去选择品牌,满足不同客人个性化的需求。

我们的官方微博、平面广告,也一直都在宣传一种更加时尚、更加国际化的生活方式,这就是我们想给市民带来的。