

实体店大玩混搭掘金新零售市场

个性化服务引入全新品牌提升消费体验



□记者 应柳依

近年来,电子商务的迅速崛起给线下销售带去了不小冲击,重压之下实体店不得不选择以创新型商业业态突出重围。个性化的服务,引入全新品牌,提升消费者意想不到的消费体验。越来越多的商店不再拘泥于单一的服务业态,大胆玩起“混搭”风,以业态叠加,创造出成倍的、个性化的体验感来收割一批忠诚的消费群体,试图掘金新零售市场。

搭售产品增强消费者购买欲

喝着咖啡就着中餐,嚼着零食挑些鲜花,在爵士布兰卡餐厅,这些都能一一实现。这家原本以餐厅为基础的门店,如今已融合了中西烹饪美食、花艺教学等,几种迥然有异的业态混搭于一个空间内,从所售卖的一盘菜、一杯咖啡、餐盘碗碟衍生开来,带来一站式的

体验。今年5月份,我们在餐厅原有一间超市的基础上,又在楼下引入了一家全新的花店,尝试着以超市、花店、餐厅的客群相互导流,这样客人在需要外带服务或者等位时就不会无聊,而且更能增加消费者的体验度和幸福感。

传递品牌概念打造深度营销

在我市餐饮业小有名气的漫猫咖啡创始人叶伟伟是一名海归。长期旅居国外的经历让她很早就嗅到复合式玩法带给餐厅的良好市场效应。与爵士布兰卡相似的是,漫猫咖啡亦融合了中西式餐饮。原本餐厅最初的设想是仅提供咖啡,之后引入了西餐,而最终我们为了

结合本地消费者的需求又陆续加入了中餐。叶伟伟称,什么都有形式一度为餐厅斩获不少粉丝,但久之仍容易让消费者产生枯燥感,为此,叶伟伟大胆在餐厅里加了点猛料——全球爆款产品代购,今年她的首站是飞往日本。或许有些人会认为我是不务正业,其实我所传递的是漫猫

爵士布兰卡副总经理程艳梅表示,餐饮行业中,租金、人力、原材料是固定成本,如何在有限资源下扩大营业额、增加利润才是营销关键,显然,搭售产品更能增加消费者购买欲,延长逗留时间,是餐饮业增加盈利的有效手段之一。

的品牌概念。叶伟伟说,在带有明显餐饮基因的基础上,用“餐饮+”模式能在无形中让顾客接受到品牌理念与生活方式的熏陶,是一门长久且持续的生意。事实上,在这样氛围下,顾客很容易产生购买产品和服务的消费冲动,这种沉浸式的营销场景,使消费者呆得越久,餐饮和商品的消费就会越来越高。

网红冰淇淋 大量涌入抢占舌尖红利 批发商家不待见 零售市场卖得火

记者 应柳依 见习记者 王依娜

暑气汹涌来袭,我市冰淇淋市场随之迎来红利期。与往年不同,今年市场上冒出马迭尔、巨无霸等不少网红冰淇淋。在市场已趋饱和的局势下,网红冰淇淋如何介入市场?如何避免昙花一现?带着这些问题,记者走访了多家冰淇淋售卖店。

80后90后是消费主力军

3日,在城西一家小店桌前,90后小女生徐瑾正拿起手机对着南瓜造型拍照并发至朋友圈:初尝网红果堡冰淇淋,真实水果做外壳,果肉制成冰淇淋填充,造型别致,口味清新。年轻人喜欢尝鲜,这款冰淇淋虽售价近30元,但仍有慕名者前来抢购。店长裘灵剑说。零售泰国网红巨无霸冰淇淋的甜品店店长陈鹤松也有同感,冰淇淋作为街头小吃,通常手持品尝,而巨无霸大到用缸装,得多人同吃,互动性强且造型吸睛,吸引着80后、90后纷至沓来。

口感造型清新成就网红

采访中记者了解到,冰淇淋走红的原因大致分为:一是原已存在,经网友自发宣传成为网红;二是新品经包装策划,成为网红。相比之下,前者的红是锦上添花,后者的红则是产品的根基,如若未能形成稳定消费群,极有可能昙花一现。马迭尔冰淇淋是前者的典型,作为哈尔滨中央大街特色冷饮,被网友推崇为网红。它的味道比伊利、蒙牛清淡些,不容易腻。忠实粉丝解恒雯说。网红冰淇淋找准市场切入点,紧抓用户心理,除了口味独特、款式新颖、造型清新外,还打出低脂、低糖旗号突出重围,果堡就是其中一个典型。

未得到冷饮批发商青睐

相对于成熟乳制品企业,不少新兴的网红冰淇淋品牌难以得到冷饮批发商认可,无法走批量销售路线,只能依靠消费者的私人化订购,为产品的未来发展埋下隐患。如五峰、伊利这些家喻户晓的品牌,是网红中的网红。已有20多年冷饮批发经验的俞香玉道出了业内人士普遍的看法,而不少突然兴起的网红则像一阵风,刮过就没了。我们看重消费者需求,但首要考虑性价比,目前不少网红冰淇淋售价是不合理的。像礼拜天方糕也是网红,物美价廉,我们就会进购。虽暂未得到冷饮批发商的青睐,但日益完善的冷链技术却在无意中使得网红冰淇淋得以发展。只需一天时间,裘灵剑就能从上海总部拿到订购的冰淇淋。即便网红冰淇淋抓住了80后、90后市场,但层出不穷的新品也使网红在强势宣传后就式微了。对此,裘灵剑也有想法:网红冰淇淋想要摆脱昙花一现的结局,还得自身过硬。据我观察,有80%的人在尝试了果堡后会回购,甚至有顾客每周都要从金华驱车来永康,就为了吃它。

记者手记

业态混搭要“门当户对”

继优衣库+星巴克、沃尔玛+中青旅等大佬陆续融入实体零售店的“混搭”风元素后,零售+餐饮已成为零售业态最常用的模式,且融合方式日渐趋向多样化。眼下,我市不少实体店也踏上新零售的征程,试图用复合式店铺的形式破解实体商业困境。但需要注意的是,并非任何“餐饮+”都能获得1+1>2的合力效应。其实,玩业态混搭更讲究“门当户对”。最关键的是,品牌

要了解自己的消费群体特征、消费力和消费模式,知道明确品牌客群定位,而不是胡乱搭配。从爵士布兰卡的每次跨界可以发现,它并没有把步子跨得很大,而是在现有的经营范围内,寻求衍生行业。而以文中的漫猫咖啡为例,该餐厅终年繁花似锦,绿树成荫,美景与美味交织,仿佛在静谧的森林里用餐一般。漫猫咖啡的品类乍看之下杂乱无章,实际上它们有

一个共同点:乡村田园风情。购买群体普遍都愿意对这种风格买单,这种多业态复合的效果才能发挥出来。多种业态之间达到互相引流,才能算是发挥了复合店铺的作用,否则牵强附会只能平添无谓的成本。从眼下来看,传统行业在激烈竞争中已被迫面临转型升级新路径,多种业态复合店的崛起既是对市场需求的新思考,也是未来商业的大势所趋。

厂房低价转让

城西新区有一厂房占地面积6666平方米,建筑面积18500平方米转让,地理位置优越,交通方便,证件齐全。
电话:13906790749 590749

招租公告

现有金胜路68号-88号店面向社会公开招租。店面经营要求:不得用于饮食、工业加工等噪音气体污染较重及其他人流车流密集的经营。活动时间:2018年7月6日-7月9日11:00止
报名地点:金胜路66号望春园林大楼三楼
联系电话:86461359
永康市望春园林工程有限公司
2018年7月5日

招聘启事

因工作需要,浙江中通文博服务有限公司拟向社会招聘从事永康电信工作的网络工程师、客户经理、营业员、装维人员若干名。
报名截止时间:2018年7月31日
联系人:应女士 具体要求详询:87118116
浙江中通文博服务有限公司
中国电信永康分公司
2018年7月6日