

# 步步高集结六大业态启动会员节

## 6月26日至30日,700万元奖品大派送,3大主题活动值得期待

19岁,是以成人身份进入社会的第一年,也是一个人从幼稚走向成熟的关键一年。对一家商业连锁而言,则是从默默无闻、从零开始到走出湖南,走向全国的过程。19岁的步步高,如同一个朝气蓬勃的帅小伙,目光不再迷惘,对自身和未来,则有了更清晰的规划。

19年来,作为湖南土生土长的商业品牌,步步高从超市起步,百货、家电、便利店、置业、电商相继起步,发展成为国内业态最全的商业资本。

年中会员节,是步步高19年来的传统项目,是步步高的节日,也是消费者的节日。步步高集团总裁陈志强表示,“将于6月26日启动的2014年会员节,将会是一场线上线下的大联欢,也是步步高多年来首次进行全业态联动进行的会员回馈狂欢。”



2013年,步步高百货超市会员年中庆。

### 业态渐全,积蓄年中庆能量

2014年,对零售商业而言,具有里程碑的意义;对步步高而言,更是实现跨越式发展的关键一年。

2013年12月,步步高电商上线,这也意味着,在诸多电商的冲击之下,步步高“O2O”战略的反击战正式打响。主打“更近更贴心”的步步高商城,在商品品类、物流等方面下足了功夫,短短半年便竖起行业标杆。

集团董事长王填曾说,结合步步高汇米巴便利事业部,发挥其就在消费者身边的区位优势,实现步步高网上商城的“极速达”。

2014年6月,步步高新天地梅溪湖项目正式开盘,集团

致力于打造湖南首个体验式商场,能够做到“让一家老小都乘兴而来,满意而归”。

至此,步步高旗下,超市、百货、家电、便利店、电商以及置业6大业态全部集结,也就意味着,今年传统的年中庆,会员节,出现了一些与往年不同的东西——全业态大联欢。

“我挺喜欢步步高的,超市里的商品符合湖南人的口味,而且商场的位置也选得特别好。”一位就住在河西步步高广场长沙店附近的消费者如是说,她说,自数年前步步高广场长沙店开业后,自己就多了个可以打发业余时间的地方,确实是为河西消费者提供了大福利。

### 蓄势待发,发力会员节

“对步步高而言,年中回馈、感恩消费者是个传统。”陈志强说,多年来一直坚持的年中回馈,受到消费者的欢迎,步步高也将继续坚持下去。

是不是真的从消费者的体验出发,是不是真的把消费者放在重要位置,这成为当今商业,尤其是传统零售商最爱讨论的话题。如何才能留住消费者的心,对此,步步高深谙其中的道理。

一直以来,步步高都将“会员”放在一个至关重要的位置上。以步步高广场长沙店为例,即将露出真容的升级改造中,400平方米的会员室成为毫无疑问的亮点。陈志强说,一个企业,到底有没有从心里感恩消费者,大家都能体会到,如果你做得不好,那么,消费者会用脚来投票。

说起这次的会员节,陈

志强将它称之为“感恩节”。而6大业态齐聚,首次打通,联动促销回馈,也是希望能用更好的形式回馈消费者。

“现在,步步高已经是一个全渠道的商业资本集团,能够结合从传统零售到置业、商业地产等一系列的业态,这也让我们具备了打通全业态进行联合回馈的能力和前提。”对于为何2014年能够实现首次联盟,陈志强如是说。

全业态联动回馈,这也意味着,消费者将可以根据自身的消费需求,有选择性地参加相应业态的活动,而这些回馈也将可能来自于步步高集团旗下6大业态其中的任何一个。

陈志强介绍,此次“2014会员节”,除了步步高本身所提供的资源外,诸多异业联盟如银行业、通讯业等也拿出了相应的资源,目的就是为了将此次“历史性”的感恩节做到最好。

### 活动

#### 三大主题活动引会员狂欢

6月26日,步步高百货将率先启动以服务步步高百货中高端会员为主的名流闭店专场。活动期间,持券入场的消费者将能够享受到近500个品牌的100万个明星单品的折扣扫货等服务。

6月27日,联盟闭店专场,步步高集团旗下6大业态将联动进行抽奖,奖品总值高达700万元。除了丰富的奖品,还有娱乐、美食等多重饕餮盛宴。

6月30日,将进行被称为步步高儿童节的小会员专场。据了解,在这次的专场中,小朋友将有机会参与到自己动手制作水果拼盘,集赞赢取目前最受市场欢迎的柠檬杯,观看包括芭蕾、爵士、长笛与钢琴等多种才艺的文艺表演。

据透露,在全国范围内的步步高门店都将同步举行这三波活动,而湖南消费者也可就近前往所在城市的步步高门店了解情况。

随着“名流之夜”、“联盟专场”以及“小会员专场”入场券的发放,步步高集团将进入“全民会员日”的狂欢状态中,而700万大奖的真容,也将在后续报道中揭开神秘面纱。

■三湘华声全媒体记者 朱蓉

#### 粉丝经济推动品牌发展

“粉丝的力量有多强大?”这个问题,步步高集团董事长王填的心里应该很清楚。数年前,电商在零售行业异军突起,无形中推动着传统零售、百货业积极探索求新、求变的道路。

在王填看来,做好集团的O2O战略,抓住粉丝经济,或许是一条不错的出路。事实上,在当今社会上,无论是经济实力,还是消费市场,粉丝的力量确实不容小觑。

对国际奢侈品大牌来说,一名能负担得起、对其品牌有着绝对忠诚度的消费者,比马路上来往的十万行人都要重要得多——粉丝,不仅有对品牌的忠诚度,还有一定的消费力。

陈志强也说,之所以针对会员推出此次活动,除了希望能够通过活动为步步高吸引更多的会员,更重要的是,能够回馈一直以来对步步高拥有绝对品牌忠诚度的中高端会员。

“如果不跟上社会发展的需求,适时推出更好的回馈形式,如果不用真心实意来回应消费者的品牌忠诚度,那么,商家就将会失去未来强有力的支撑。”对于商家与消费者相互依存的关系,陈志强并不讳言。

定期沟通会员感情,能够适时的推出消费者喜闻乐见的回馈活动,才是真正聪明的商家生存之道。作为步步高,一个在湖湘商业驰骋了19年的民营商业资本巨鳄,又岂会不懂商道中的真理?



步步高年中庆将有名流之夜、联盟专场、小会员专场三大主题活动。