



彩妆培训、高尔夫球赛、书画拍卖会, 高端商场借活动加强会员忠诚度

高端商场升级会员服务档次

本报讯 (记者裴旋)为会员做彩妆护肤培训,享受国际俱乐部饭店、和睦家医疗等提供的优惠服务,还有高尔夫球赛、亲子活动,甚至书画拍卖会,现在一些高端商场为避免同质化经营,纷纷升级会员服务,并借此增强消费者对商场的忠诚度。

会员活动种类丰富

3月26日,都汇天地购

物中心将举行会员专属酒会。据介绍,商场为会员们准备了创意性互动环节,现场彩妆讲座及互动,还有国外乐队现场表演并进行抽奖。都汇天地购物中心负责人表示,商场定位高端,为会员办的活动也会尽力凸显档次。去年开始举办了多次会员活动,11月感恩节时举行会员酒会,丰盛的火鸡盛宴和大力度的抽奖活动取得了很好的效果。今年正值两周年店

庆,举办会员活动很有必要,一是为了回馈会员的支持,二是让会员保持对商场的热情。

老牌高端购物中心赛特购物中心的会员服务已推出多年,除平日的商品折扣优惠之外,会员还可以享受到国际俱乐部饭店、前门23号、紫云轩、和睦家医疗等多间场所提供的优惠服务。会员中心定期组织会员植树踏青、中秋赏月或是冬季滑雪等季节性活动,2010年赛特

为高品质会员举办了“2010秋季拍卖中国预展”专场,把现代书画、传统工艺精品,近距离展示给会员。此外,高尔夫球赛和亲子活动也是赛特举办过的活动内容。

而当代商城的会员活动也很丰富,小型会员活动每个月都会举办一到两次,内容会根据会员的需求,做些保健、彩妆、护肤、服饰搭配等的讲座培训或互动活动,其中类似奔赴怀柔的“相约

桃花海”会员摄影活动很受欢迎。当代商场一位负责人表示,商场之前有很多会员卡类型,如教师卡、军用卡、护士卡等会员专属卡,在会员的节日里会有他们专属的活动和折扣,今年会增加会员专属卡的类别,此外今年商场会员服务力度也会加大。

商场更需差异化经营

对于高端商场竞相升

级会员服务现象,北京商业经济协会秘书长赖阳认为,近年来,随着人民生活水平的提高,对高端商品的需求增加了,但这样的业态多了,难免会形成同质化竞争。为寻找差异化经营,商场除了提高商品服务,同时会通过增加自己的服务力度,以此来吸引消费者,并借此增强消费者对商场的忠诚度。



户外用品是新驴老驴们不可或缺的必备用品。

本报记者 李飞 摄

意大利高端礼品店进国贸三期

新张

意大利高端礼品品牌THUN图恩首家精品店今日登陆中国,在国贸三期开了首家精品店。店中展示了包括THUN图恩的礼品、家居、女性、珍爱四大系列产品,为青年舞蹈家、公益明星刘岩特别定制的THUN图恩“芭蕾女孩”(如下图)也首次亮相。(巫倩姿)



如何网购骚驴必备单品

达人经

淘宝达人: ID 章鱼哥

春天来了,户外生活让越来越多的人向往,户外用品也是新驴老驴们不可或缺的必备用品。随着电子商务的健全,越来越多的户外大牌入驻淘宝,酷驴们再也不用担心网上买不到自己相当的专业性装备了。淘宝达人章鱼哥和大家分享下如何选择性价比超高的户外单品。

看品牌:户外品牌,现在大多数都可以在淘宝买到,你在实体店试过的单品,基本上在淘宝上都有代购,那么为了确保你买到的是你看过的那款,你可以注意该店铺是否有七天无理由退换、假一赔三等给店铺加分的服务,而且一定要关注店铺的好评率和收藏率。毕竟户外

生活,一定要以安全为主。

看产品:有意地向地搜索某一个单品时,可以关注一下你看的那款宝贝的人气,仔细看看每个买家留言的好评,如果90%的人都在这东西不错,那么恭喜你,你可以下手了,不要期望100%的人都说不错,因为人的想法都不一样的,所以难免有一两个不同的声音,这是可以理解的,太过追求完美的人,还是先去商场了解后再来。

看店铺:有一些店铺的信用并不是很好,但他们是实体店店主,这样的卖家相对来说是很专业的,能给你一些很好的建议。只要不盲目,都会选到自己满意的商品。

注意产品的尺寸:因

为户外产品的特殊性,一定要注意产品的相关属性,比如你要双人帐篷,就千万不能买成单人的;要六十升的包,就不要选成三十升的,以免造成不必要的麻烦。

注意收货的时间:如果你有计划去户外旅游,那么请一定提前七到十天购买下你所要的单品,以免有不合适的,可以有足够的时间给你退换,匆忙挑下的商品,万一不合适,会给你的旅行增加不必要的风险。

新驴们一定跟老驴们多多了解需要哪些单品再下手,不要盲目,更不要盲从,适合自己的才是最重要的。

本报记者 裴旋



盘点北京地道的日本料理

日本料理又称“和食”,注重“色、香、味、器”四者的和谐统一,中国人吃一道鱼香肉丝,炒好了往盘里一盛就行了,但日本人吃一道菜,就要摆弄得精致美感,从“形”上就带给食客愉悦的感觉。

北京常见的日本料理多是生鱼片、寿司、日式烧肉等,最具代表性的怀石料理反而不多见,究其原因,也许是因为怀石料理“悠闲、细致、净心”的缓慢步调不适合北京这样快节奏的城市吧。

京探网友和百度贴吧网友共同盘点北京地道的日本料理店,是日料控们的绝佳去处。

将太无二

将太无二是京城一家源自加拿大带有北美血统的新派日本料理店。店里只有单品,且价格不菲,饭

量不大的一顿吃下来也得花几百元。特色是每款寿司的名字都很有意思,明显是费了心思想出来的,比如CBD卷、黑色熔岩、春天的故事等,推荐“无二豪华鱼生组合”,新鲜又美味。

地址:朝阳区朝阳公园路6号 SOLANA 蓝色港湾商业区亮马街DS06号
——京探网友“金枪鱼”

三四郎日本料理

来三四郎吃日本料理,先别管吃得好不好,到底吃什么好,往那儿一坐就是一种享受。梅、竹、兰、鹤,这几样中国文人墨客所钟爱的东西,被三四郎巧妙地运用到房屋结构装饰上,每一单间那精巧的构思设计,加之那浓郁的日本风情,使人的身心都得到了彻底的放松,忽有一种超脱、风雅

之感。
地址:朝阳区东三环北路甲28号
——京探网友“NIKE”

东井日本料理

店铺不大,客人也不多,比较难找,但味道还是相当地道的。牛油果沙拉是牛油果和一些蔬菜,样子很好看,分量也不小。重点是在沙拉汁上,味道真的很好。生鱼片的新鲜程度非常好。金枪鱼相当赞,寿司也捏得恰到好处。法国生蚝种类挺多,点了白珍珠和吉拉度。喜欢生蚝带有淡淡海水的咸味,再放几滴柠檬汁,很鲜甜。

地址:朝阳区南三里屯路16号泰悦豪庭南门109室

——百度贴吧网友“吃吃货”

(京探网 张菁)

听“世界零售之道”

业内

本报讯 (记者裴旋)如何建立成功的零售门店,门店布局和涉及法宝有哪些?零售商该如何通过多元化的渠道、业态和品牌满足快速变化的中国消费者?中国零售商如何对待不断崛起的中产阶级

和青年市场,如何吸引下一代亚洲购物者?中国市场和消费者未来3年的新趋势、新格局?

这些谜团将在3月27日-29日举行的世界零售业大会亚太分会上得到论述。本次由中国连锁经营

协会协办的大会有400多位总裁及董事会级别的参会者出席,有来自澳大利亚、日本、韩国、新加坡等45个极富实战经验的演讲者,超过15个课题互动和以电子商务为主的全新“执行官大师课堂”。