

## 商场营销热衷搭载“新技术” 电子会员卡能享优惠也能玩

朝阳大悦城、北京apm、凯德Mall、万达广场……如今,越来越多的商场开通了“微信-微生活会员卡”。此后,消费者不必携带实体会员卡,也能第一时间得知商家促销打折信息并享受会员服务。近年来,随着技术革新,微博、微电影、二维码等新生事物接连出现,引起社会热潮,随后迅速被敏锐的商家用于市场营销。



北京apm推出“微信扫描二维码,免费获得会员卡”活动。



会员卡开始进入电子时代,北京的很多商场都开始尝试使用电子会员卡。

新京报制图/林军明

### “手机变身会员卡”

“微信扫描二维码,手机变身会员卡。”今年下半年以来,一种新的时尚消费潮流开始兴起。

自诩为微生活达人的况星野是其中的热情参与者。“这是微信的一个新功能,微信与商家合作,消费者只需用微信扫描二维码,就可获得认证商家电子会员卡。”

认证商家无论是把二维码置于店内海报、桌贴、水牌、户外广告,甚至是名片上、服务员衣服上,还是发布在微博、网站、论坛等互联网上,消费者打开微信,选择扫一扫,就可领到商家的电子会员卡。

况星野说,电子会员卡很方便,放在手机微信里,想领多少就领多少,“我手机里有100多张卡了,如果是实体卡,根本不可能都带着。”

朝阳大悦城在今年7月1日启动了该项目,微信用户只要使用微信扫描朝阳大悦城专属二维码,即可免费获得电子会员卡,凭它可享受众多优惠。

据朝阳大悦城推广部媒体负责人文娟介绍,朝阳大悦城很注重与新媒体的合作,这次与微信一起推出电子会员卡,是看中了电子会员卡是移动互联网时代发展的趋势,而与微信这样的新媒体合作,将有可能开辟一套新的会员管理系统,可以通过微信搭建一个与会员时时沟通的平台。目前,这套微生活电子会员卡,

不仅能享受到独特的优惠,还能推出很多具有针对性和创意的互动活动。

据了解,朝阳大悦城微生活会员卡目前已有6万人加入。

腾讯微生活负责人耿志军介绍,电子会员卡推出短短5个月,仅北上广深成五市,已有几千家知名品牌入驻,会员卡累积使用量近千万次,目前微信会员卡以每秒4张的速度正在发放。

据了解,目前,已有朝阳大悦城、北京apm、凯德Mall、万达广场等一批商场在尝试使用电子会员卡。

10月26日至11月18日,甘家口大厦举办第二届缤纷购物节,活动期间,只需用微信、QQ、UC浏览器扫描大厦二维码,即可免费申请办理亲朋金卡一张。

今年年底前,金宝汇、欧美汇等购物中心也将相继推出微信电子会员卡。

### 电子卡尚有不少限制

况星野觉得,与传统会员卡相比较,微信电子会员卡是一款可以玩的会员卡,比如可以在朋友圈中发布,让通讯录中的几百个朋友都能看到,点击马上领取。朋友吃饭想借张会员卡,在微信上找到这张卡,就直接将会员卡从空中抛给了好友。

但从优惠角度来说,两者还是有差别的。比如实体会员卡可以积分,但电子会员卡不行。电子会员卡的适用范围也受到

不少限制,比如朝阳大悦城,支持电子会员卡的商家只有星巴克、西堤牛排、将太无二、蜜桃餐厅等知名餐饮和Levi's、玛花纤体、贝黎诗等40多家品牌商户。

“优惠力度不是商场来定,而是由商家来定,商家觉得哪个会员卡对销售更有利,优惠力度就会更大。”朝阳大悦城推广部媒体负责人文娟说,实体会员卡是长期优惠,如在某个店里是九折,是长期的,而电子会员卡的优惠,可能每个月都会改,更灵活一点。”

电子会员卡能参与活动,可以打折,但没有积分的功能,是因为涉及后台系统等问题,暂时实现不了。

“办实体会员卡大多有消费门槛,但电子会员卡没有门槛。”北京apm购物中心总经理蔡志强说,微信是很新鲜的事物,成长性很好,用户非常广,产品功能在不断更新,产品友好度也在增加,以后用的人越来越多,带给商家的客户量也会越来越大。

目前北京apm的实体会员卡发放数量已超过十万,而电子会员卡的数量也在快速上升中。“其中有些会员是重叠的,他既办了实体卡,也有电子会员卡。”蔡志强说,“对于能改善顾客购物体验的新技术、新方式,我们都会率先尝试。比如去年,北京apm就推出了北京首家商场的iphone APP,随后又推出苹果充电站,更有全场免费WIFI,这是我们的增值服务,要让消费者来这里感觉与众不同。”

### 观察

## 互动性是营销的重要元素

如今,许多商家都认识到“顾客是企业最宝贵的经营资源”,然而面对大街上来来往往的消费者,如何吸引他们到店?这是营销的关键。

北京电子商务协会一位负责人称,时下,全球正从一个以消费者为导向的销售市场迅速转变,包括商场等在内的企业正从过去的“以产品为中心”转向“以客户为中心”,而智能手机的出现,也催生了大量智慧型消费者。他们能够利用大量新技术,即时访问、享受关于企业、产品以及消费体验等大量信息。

中国百货商业协会有关负责人表示,时尚潮流的消费群体是最有购买力的,也是商家必争的客群。所以,针对他们的需求,提供相应的增值服务,吸引他们来,是商家很热衷的营销方式。因为时尚增值服务往往伴随着新技术,能带给消费者不一样的购物体验。“但无论是微博、微电影,还是二维码,

在营销上作用都比较有限,往往是作为一种新的宣传推广方式。”中国百货商业协会有关负责人表示,微信通过文字、声音、图片等多种方式,让顾客和购物中心可以更方便地联系在一起,社交属性较强,这种互动性是营销的重要元素。

目前国外还没有和微信会员卡雷同的业务先例,特别是通过二维码扫描获得会员卡的模式,更是腾讯微信创新案例。Apple公司也是在最近一个月才推出Passbook产品,但更多是植入票据和凭证,目前在国内还没有企业进行响应和支持。

如今,商场相关的活动,促销、展览、新品牌进驻等信息,通过微信,都可以很方便地传递给用户;消费者也可以使用微信的查询功能,很方便地了解商场有哪些优惠活动。随着商家对微信的认识越来越深入,它肯定会成为营销的新手段。