

# 打破传统思维 引领时尚消费

盖州兴隆黄金友谊商场  
韩辉

# 个人简历:

姓名: 韩辉

上年度: 盖州兴隆黄金友谊商场

本年度: 盖州兴隆黄金友谊商场

年龄: 37 婚育: 已婚已育 学历: 高中

620考试成绩: 无

毕业学校: 锦州市义县二高

入企时间: 1998.11

对应总部职位: 处长助理 家族级别: 玛瑙二星

获得英雄情况: 02-03年功劳线一次、

07-08年功劳线一次、10-11年功劳线一次

入企前工作经历:

韩国东方纺织厂2年、小学民办教师半年

入企后工作经历:

盘锦大厦: 营业员2年

营口兴隆: 部经理4年、客服区主管1年、业务经理2年

管理经理3月、商场经理2年、业务处1年

盖州兴隆: 商场经理4年、采购处1年

特长: 美食制作 爱好: 书法 台球 社会荣誉: 无



# 盖州黄金友谊商场上一年度经营总结

- 盖州黄金友谊商场去年**5800万**，毛利实现**872万**，毛利率**15%**，销售去比增长**7.5%**，毛利去比增长**5%**，毛利率下降**0.03%**，特等功计划销售完成**73%**，毛利完成**66%**。
- 抓住重点品类：黄金屋信誉版块，做最时尚的黄金屋，销售占商场**70%**毛利占**55%**，带人气，带客流，带销售，树口碑
- 黄金珠宝春节会战期间实现销售**988万**，毛利**105.6万**，同比销售增长**57%**，毛利增长**68%**
- 黄金珠宝三八实现**400万**
- 新增品牌：周大生、天隆珠宝、浪琴、皮尔卡丹、菲诗小铺、托尼魅力
- 形象升级品牌：欧莱雅、美宝莲、梦妆、表区、包区

# 经验分享：

- 一、是谁在引领着时尚
  - 金锁带来的思维转变
- 二、销售是创造出来的
  - 从大钻展到开业庆典
- 三、从无到有口碑相传
  - 翡翠展到进口表展

# 一、是谁在引领着时尚——儿童金锁成人戴



没有比较就不知道  
你创造了多少  
又流失了多少

**7-6月**  
**销售5500克，**  
**销售额150.8万**  
**同期销售21.51万**  
**增长697%**  
**集团本期84775克**  
**占比7%**

是谁在引领着时尚?  
发现美 传递美

# 一、是谁在引领着时尚——儿童金锁成人戴



商场经理

是谁在引领着时尚？

内部人员先发动  
从管理经理到  
商场经理  
到各商场宣传  
到朋友圈转发宣传



商场管理经理

# 一、是谁在引领着时尚——儿童金锁成人戴



拍成照片制作成精美相册，  
让所有光临黄金屋的顾客都知道  
金锁成人戴的流行趋势



# 一、是谁在引领着时尚——服务高端顾客

从100寸到一克拉  
从1克拉到金锁  
从金锁到海信  
新西兰车厘子45件  
顾客消费20万



# 一、是谁在引领着时尚——服务高端顾客



从自己买一个  
到买四个金锁  
同时买了10支天梭手表  
作为员工的年终奖励



# 金锁带来的思维转变：以点带面"卖款式提高毛利率"

传统品类  
抓重点款式、卖工费  
提高毛利率  
销售占部门销售35%



# 思维转变——卖寓意提高毛利率



造话题卖寓意  
销售623件  
1772克  
销售额56.7万元

全集团貔貅的  
销售15357克，  
占比11%



# 思维转变：卖时尚卖话题提高毛利率



3D猴销售1628克，  
销售额52.1万，  
全集团销售额651.2万  
占集团整体的8%

小苹果销售419件  
集团第四

(大家庭、二百、大天地)  
(723件、513件、462件)

3D柜台整体6566克，  
集团12838克，占比5%  
本期销售210.82万，  
同期56万



# 思维转变——卖潮流提高毛利率

赫拉之吻的启发  
(销售4万)

琉璃球、皮绳嗨起来!  
累计销售3万纯毛利



# 思维转变---做到淡季不淡



小商品在平时金价  
不占优势的情况下  
要销售（10个金豆1克）  
让销售淡季不淡

## 二、销售是创造出来的：与集团品类沟通（大钻展）



祝5克拉  
韩50万  
营运经理主持  
一场会员  
一场冷餐



## 二、销售是创造出来的：与公司沟通（大钻展）



祝5克拉  
韩50万  
目前集团第一



# 销售是创造出来的——天隆珠宝（集团、企业重视和支持）



天隆珠宝  
带来营口政府的  
参与和重视



# 天隆珠宝开业庆典现场



天隆珠宝  
开业庆典  
中外模特走秀

天隆珠宝  
兴隆集团第一家店  
当地特色

到位时间  
5月1日



# 周大生开业庆典（企业重视和支持）

周大生珠宝  
完善卖场组合  
提高卖场形象  
服务不同客层

到位时间  
5月1日



### 三、从无到有——翡翠展（无翡翠借货卖）



从LG到OQO  
从OQO到翡翠  
顾客消费18万  
(新西兰车厘子10件)



### 三、从无到有——大表展（无欧米茄、无浪琴）



计划100万  
实现88万  
(五一)



# 所有活动的成功在于坚持——坚持服务高端顾客



从金表到一克拉  
顾客消费10万



累计金表  
销售20支  
35万

# 所有活动的成功在于坚持—坚持微营销

大战3.15, 家电现...(405)

大战3.15, 家电现...(490)

完成 详情

盖州韩辉 (五个半柠檬)

欧莱雅金致臻颜眼霜拼单火热报名中! 正常全国统一售价320元, 盖州兴隆拼单价格240元! 还有2瓶4瓶的买呢! 有要的抓紧哦! 姐敢裸妆你敢不? 你为护肤付出多少, 肌肤就会变得有多好!

有生之年

一年最大力度的黄金兑换活动3.15正式开始, 一直等着免费换的亲们, 快回家找找存货, 3.15来盖州兴隆黄金屋换黄金吧!

祝君

三八女王节 周大福黄金每克减6元 满10克每克减12元 钻石/铂金/K金满3000元参加1380送138女王券, 满6000元参加1150送138女王券, 全场收券哦!

一年最大力度的黄金兑换活动3.15正式开始, 一直等着免费换的亲们, 快回家找找存货, 3.15来盖州兴隆黄金屋换黄金吧!

盖州韩辉 (五个半柠檬)

回复盖麦洋: 真的合适, 我们拿货价都256元

评论

员工2个尽500人群  
所有员工的微信圈

# 创新：单品为王 拼单（两次）

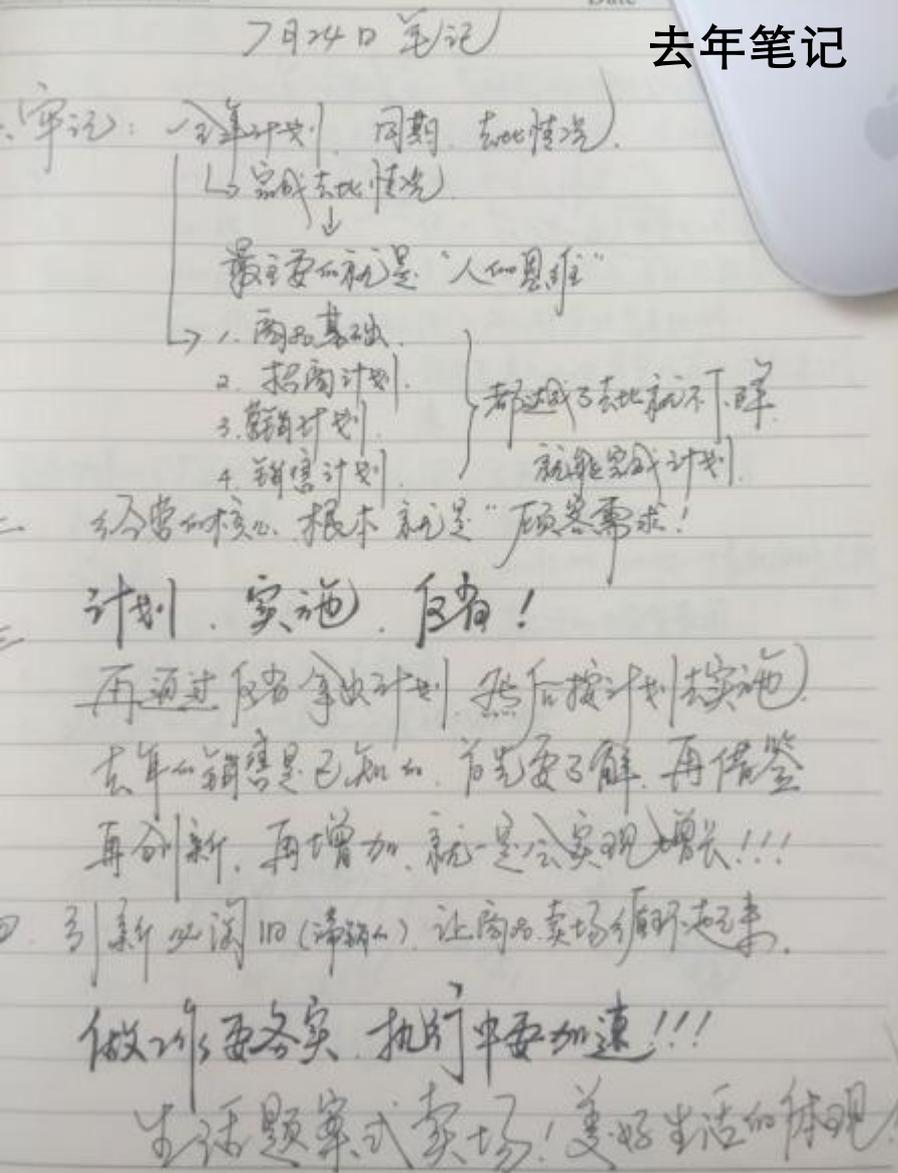


欧莱雅金致臻颜眼霜  
售价320元，拼单60瓶  
价格240元/瓶  
二次销售28800元



# 总结:

## 去年笔记



- 计划、实施、反省
- 再反省、再计划、再实施
- 商品为基础
- 围绕顾客需求做出“招商计划”, “营销计划”, “销售计划”
- 引导消费, 跟上时代潮流, 创造话题, 做大声势。
- 没有低迷的市场, 只有低迷的思想。

# 新年度工作计划

- 一、总结去年，继承好的，再借鉴再创新再增加。
- 二、运营中淘旧引新，让商品、卖场循环起来。
- 三、重点抓会员维护"做美容院式的化妆卖场"、提供"免费清洗、维护、检测"等服务留老带新。带顾客玩，带顾客体验，与顾客互动起来。
- 四、做强“Y",增加"X"增加密度，做到平效最大化。

# 信心满满！

热情、乐观、自信、有感染力的团队！



每一项活动都  
充满朝气、  
整齐划一



啦啦队都  
热情洋溢

五星级员工2名  
奥运优秀团队  
五次月优商场

**谢谢!!!**