

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 周年大福黄金每克减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)

我也想买一瓶

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

7月24日 笔记

笔记: 一、计划、实施、反省
↳ 再反省、再计划、再实施

最重要的就是“人的思维”

1. 商品基础
2. 招商计划
3. 营销计划
4. 销售计划

都成了去就不行
就能完成计划

经营的核心, 根本就是“顾客需求!”

计划、实施、反省!

再通过反省拿出计划, 然后按计划去实施

去年的销售是已知的, 首先要了解, 再借鉴
再创新, 再增加, 就是去实现增长!!!

三、创新必须100% (净利润), 让商品卖场热闹起来

做工作要务实, 执行中要加速!!!

生活主题案例卖场! 美好生活的体现!

- 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!!!