

店铺“搬”到手机里 朋友圈“逛店”不寂寞

突如其来的新冠肺炎疫情,打乱了人们的生活节奏。街道冷清,商场闭门,几天出一趟门采购必需的生活品,成为不少人最“盼望”的外出消费体验。商家和市民一度被茫然和不知所措困扰。但是,短暂的沉寂过后,不少市民发现,自己的朋友圈、微信群渐渐热闹起来,除了餐饮外卖,漂亮的衣服,时髦的包包,精致的化妆品……精明的商家仿佛一夜之间把商店来了个乾坤大挪移,而宅在家里正无聊透顶的人们也渐渐热衷于在朋友圈里悠闲“逛店”下单。

□本报记者 张春华



一天成交好几单 生意不比平时差

丹丹是一家品牌服装的微商城代理销售人员,在去年底就建了一个微信群,多是以前买过衣服的老顾客,然而人数并不多,一直在70多人徘徊,生意也是“不咸不淡”。“因为平时上班,大家事情都比较多,有些人也比较反感在群里不停刷上新的服装图片,有时还有顾客退群。”丹丹告诉记者,今年春节遭遇疫情,她担心会影响大家心情,生意不好,便动员身边的朋友和“铁粉”顾客拉新朋友进群,人数迅速增长到200多,自己仍然每天例行在群里发一些特价或优惠幅度比较大的服装。“人数多了,考虑到群成员的喜好和年龄,我会专门挑选适合各个年龄层和不同风格的服装,没想到群里的姐妹姐妹些热情出乎意料的高,每天都有人咨询下单,最好的一天下了十几单,大大超出预期。”这让丹丹感觉有些意外。

实体店铺被“逼”线上大刷存在感

记者了解到,除了原有的微商城代理销售在朋友圈、微信群占据一席之地,达城不少线下实体店也在疫情期间将店铺“搬”上手机,狠狠地刷了一番存在感。

“其实有些无奈,纯粹是被‘逼’出来的。”新世纪百货女装品牌雪歌专卖店店长晓玲笑言,每年春节期间都是实体店难得的销售旺季,除了冬装清仓,

还积极协调春装新款上市,为此她们备足了货,想趁此黄金销售季大干一场。没想到新冠肺炎疫情来袭,打乱了原有的销售计划和节奏。“商场不能开门,店铺不能销售,我们总得想办法渡过这个难关吧。大家一商量,何不借鉴网点销售的模式,在线上卖衣服。”说干就干,几个年轻人立马在手机上建立了销售群,邀请平时积累的客户和微信好友进群。为了吸引大家的关注,活跃群气氛,除了发红包外,还会发一些疫情期间如何在家健身保持身材的小视频,让大家在群里互动起来。

“也许是关在家里太闷,群里姐妹的积极性特别高。看到效果不错,我们几个店员每天像打了鸡血一样,除了推特价冬装,针对新款春装,我们申请了疫情期间的特殊优惠折扣,既是给大家的福利,也促进了销售。”晓玲坦言,原本只是想“试试水”,没想到一发不可收拾。截至目前,特价冬装基本清仓,春装销售也很可观。“商场近期就会复工,我们这个临时建起来的‘疫情期间福利群’不会撤销,既是对这个特殊时期的一份纪念,也是一种新的销售模式的摸索、尝试。”

记者发现,疫情期间,像晓玲她们一样把店铺开到手机上的实体店不在少数,罗浮广场、通洲商厦、摩尔百货等商场入驻店铺纷纷自救,提前在手机上建群复工,降低损失,集聚客户。

手机上“逛街” 感觉同样很巴适

相较于手机一端商家的焦虑无奈,

手机另一端的顾客就轻松了许多。面对这些突然冒出来的购物群、福利群,不少人觉得多了一丝喜悦和便利。

“平时难得去翻一下那些购物群,甚至有些反感总在群里刷屏,多数时候都是看都不看直接删除或者清空聊天记录,觉得烦。”相较于网购,陈女士更喜欢把闲暇时间花在逛街上,然而,春节假期因为疫情不得不宅在家里,这让她一度很郁闷。实在无聊,只有翻手机打发时间,而平时备受冷落的购物群也瞬间被“激活”。“看到群里发的那些漂亮衣服,心里便蠢蠢欲动起来,遇到款式喜欢价格也合适的,忍不住就要下单,冬装、春装,甚至夏天的裙子都备好了。”陈女士笑称,从原来的排斥到成为几个微信购物群的vip,只用了几天时间,有时都觉得不是该“剁手”。尽管如此,这种手机上逛店购物带来的愉悦,让陈女士觉得在这个气氛显得有些沉重的春节,总还能感受到生活的乐趣。

记者了解到,在这个特殊的春节,面对各种实体店铺微信购物群的邀请,大多数人在基于平日有所接触了解的基础上,会选择同意加入。一是确实有生活上的需求,比如生鲜食品、蔬菜团购等;二是可以增加宅家生活的多样性,比如刷刷各种服饰、鞋包、化妆品等,兴许就能淘到自己喜欢的宝贝;甚至一些养生保健店铺也建起了微信群,主要传递养生保健知识,培养潜在客户。

“灵活、随意、合适就买,不满意也能退,没有负担,线下实体店铺也有,不担心商家会跑路,而且价格相较于平时实体店铺更划算。”这是大多数客户对这一时期手机微信购物的认知。

经历疫情大考 实体店经营者想得更远

对于习惯了传统线下销售的经营,通过这次疫情,正在尝试一种跟以往不同的销售模式。“这种方式简便,现成的平台,不需要啥手续,而且线上和线下不冲突,可以和实体店形成良好的互补。”尝到甜头的晓玲说,疫情结束后,她们会继续维护好手机微信的购物群,也会取一个更好听、更温馨的名字。

经历疫情大考,不少传统产业商家在特殊时期另辟蹊径,也催生他们学习掌握更多的“硬核”销售技能。比如,如何拍出一张好看的照片、如何把小视频制作得更精致,抖音更有趣更吸引粉丝……

相较于并不新鲜的线上购物,也许,未来还有更多“脑洞大开”的经营模式在等着他们去发掘、探索。

