

外贸综合业务指导外销员忠诚营销（下）PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/33/2021_2022__E5_A4_96_E8_B4_B8_E7_BB_BC_E5_c28_33547.htm 案例2：Mabelle --将情感赋钻石 MaBelle钻饰是香港利兴珠宝公司推出的大众钻饰品牌，自1993年成立以来，目前已经在香港开设了46间分店，成为了深受时尚人士青睐的钻饰品牌。价格不能成为企业的核心竞争力 MaBelle的母公司利兴集团成立于1949年，刚开始时从事宝石进口和批发生意，在全世界搜购优质宝石和玉石，销往亚洲市场。从1966年开始，利兴由原有的宝石及玉石生意，改为专注进口和批发钻石生意，旗下拥有Mabros、Falconer等高端钻饰品牌。1993年，利兴集团的高层经过市场调查，发现几乎市场上所有的钻饰品牌都在中高端竞争，大众市场基本上空白。于是，他们推出了MaBelle钻饰，成为香港首间开放式的钻饰连锁店，专售价格相对便宜的钻石首饰。MaBelle以款式多样时尚为主要卖点，将流行元素融入传统的钻石。独特、自由、轻松的购物模式，将钻饰在香港普及化。当年推出的千元价格的“黄钻”，更是在香港创造了钻饰消费的潮流。香港是世界上最大的珠宝生产地之一，虽然MaBelle是大众钻饰品牌，但是公司清醒的意识到，价格绝对不能成为MaBelle的核心竞争力。顾客只因为价格便宜而购物，并不能令客人的忠诚度上升。不断创新的设计是MaBelle与其他品牌区别的主要特征，而与顾客建立情感上的沟通，赋予顾客与众不同的优越感，才能为企业创造更多的价值。生活体验提高情感转换成本 MaBelle和一般珠宝零售商和品牌相比，其最与众不同的地方，就是MaBelle设立的会员“VIP

俱乐部”。这个俱乐部通过为会员带去钻饰以外的生活体验，通过加强MaBelle店员与顾客之间的个人交流，以及会员之间的情感联系，将情感赋予了钻饰。目前，MaBelle在香港拥有30多万活跃会员，这些会员大部分是20~40岁的白领女性和专业人士。一般来说，顾客购买了一定数额的MaBelle钻饰就可能注册为“VIP俱乐部”会员。公司对销售员工的要求是，必须定期通过电邮、电话、手机短信等方式和顾客建立个人关系，这种私人关系无疑增加了顾客的情感转换成本。MaBelle还定期为会员举办关于“选购钻石的知识”以及“钻饰款式”方面的讲座，增加了顾客转换企业的学习成本。MaBelle还经常为“VIP俱乐部”会员安排与钻饰无关的各种活动，根据公司掌握的不同会员的年龄、职业和兴趣等，邀请会员参与这些活动。例如，母亲节为妈妈们准备了“母亲节Ichiban妈咪鲍翅席”，情人节为年轻情侣筹办浪漫的“喜来登酒店情人节晚会”，为职业和兴趣相近的会员安排的“酒店茶点聚餐”，以及节假日为年轻会员安排的“香港本地一日游”。香港的生活节奏非常快，人们一般学习工作很紧张，人际交往比较少，这些活动不但给会员提供了难忘的生活体验，而且还帮助他们开拓交际圈，通过俱乐部结识了不少朋友。很多会员参加过一些活动后，都邀请自己的亲友也加入MaBelle的俱乐部，真正起到了“口耳相传”的效果。

案例3：万客会，分享无限生活“深圳万科地产客户俱乐部”，简称万客会，成立六年来，已在16个城市扎根，会员总数达80000名。在房地产行业顾客重复购买率很低的情况下，万客会却表现出了强大的功力，如在深圳四季花城销售后期，老业主推荐成交率占50%以上，而这些老业主基本上都是

万客会的成员。万科每一次新楼盘的开盘销售人气都很旺，这些人不一定买楼，但对项目的销售却起到很好的宣传和促进作用。这一点万客会功不可没，通过会刊、网页、活动邀请函等，万客会以多种方式和会员保持联络，会员发现感兴趣的信息，就会主动关注，前往参加活动。这种无形的影响既反映在人数的增长上，也反映在会员结构上。万客会的会员并不仅仅是万科业主，这与别的发展商组织的会员俱乐部不一样，万科业主仅占50%~60%，其余都是对万科感兴趣的人士或单位/组织。万客会真正实现了设立时的初衷，“与万科老客户、或想成为万科客户、或不想成为万客客户但想了解万科的消费者交流沟通”。

中国地产界的创新 1998年，在持续了两年的概念轮炒、广告大战后，为了吸引客户的眼球，深圳地产界开始热衷于促销，买房子甚至送出了宝马汽车，一纸博士文凭可获10万元优惠等各类新招层出不穷。而此时，深圳万科地产有限公司却推出了“万客会”，在地产界率先推出了“忠诚计划”。1998年8月15日和9月1日，万客会招募会员广告于《深圳特区报》刊出两期，规定只需年满18周岁，无论性别国籍，均可入会。入会并不收取任何费用，条件是必须填写一份精心设计的包括有职业、年薪等情况的个人资料和现居住状况、购房置业理想的问卷。万客会为会员提供了近十项优惠，包括提前收到深圳万科地产最新推出的楼盘资料和售楼全套资料；可以得到优先安排选购房产、选择朝向、挑选楼层；可以自由选择参加万客会举办的各类公众社会活动，享用万客会精选商号所提供的购物折扣和优惠价格等。在成立短短四个月之内，万客会吸引了近2000名会员。随后，万科地产减小了万客会广告推广的力度，进入

了对俱乐部的维护建设阶段，推出了定期的业主运动会、一系列的沙龙与茶话会及对会员的各种奖励措施。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问
www.100test.com