

· 资讯 ·

优质服务商店

为推进本市优质服务商店建设,引导消费者到安全、放心、规范的商店购物消费,市商业联合会、市旅游行业协会、市私营个体经济协会严格按照优质服务商店的考核标准进行评审后选出了2018年的174家优质服务商店,这174家门店包括超市、购物中心、餐饮、专业店等多种业态。《消费周刊》持续报道荣获“优质服务商店”的各个商业品牌,从门店、商品、运营、环境、消费者服务等多方面展示入选品牌的风采。

东来顺服务加“温”增黏性

在众多老字号盘踞的王府井商圈,老字号想要门庭若市就要拿出杀手锏。东来顺在王府井商圈有多达三家门店,为了做出独有的门店特色,东来顺华龙街店推出了“感动计划”。该计划为前来就餐的顾客提供定制、特色、体验等服务,让消费者享受到更为优质、体贴的服务,增加老字号品牌与消费者之间的黏性。



加码定制服务

进入东来顺华龙街店,首先映入眼帘的就是一只直径一米左右的老北京大铜锅,铜锅一侧刻写着三个大字“东来顺”,醒目地彰显东来顺铜锅涮肉的经营特色。店内展示墙悬挂着东来顺的老照片与各类获奖履历,吸引了不少食客驻足浏览。

东来顺华龙街店店长王田介绍,相比于王府井金街上另两家东来顺,华龙街店的定位稍显不同,主要体现在餐厅店面较大,散座、包间的餐位数量充足,这使得前往该店的消费者不仅仅以旅游为主,商务宴请消费占比也接近半数。针对该店消费人群的特点,门店制定了“感动计划”加码服务板块。

据了解,“感动计划”与定制服务相仿,主要针对不同活动主题的消费者提供更为细致的服务项目。例如,有顾客预订包间时,服务人员会对顾客的聚餐主题进行简单询问。若以家宴、寿宴为主,餐厅会提前对包间进行简单装饰,选好播放音乐,甚至准备好敬酒环节。同学会、座谈会主题,餐厅会提前准备签到、同学录、幻灯片、横幅海报等设备,以备宴会需求。

此外,“感动计划”还包含很多不为人注意的细节。例如,门店会

安排工龄较长、经验较广的服务经理和店长服务在一线,京腔京韵的服务会让北京的消费者感觉更亲近,也能让外地游客感受到北京老字号餐饮的特色。每逢高考,门店会腾出餐厅联包、车位供考生及家长休息,并提供免费的饮品和小食等,通过更为人性、有特色的服务增加与消费者之间的黏性。

产品文化赋能

东来顺以经营涮羊肉闻名,经过一百多年的发展,现已成为北京著名的老字号之一。2008年,“东来顺牛羊肉烹饪技艺·涮羊肉技艺”列入国家级非物质文化遗产名录。东来顺菜品具有选料精、加工细等特点,羊肉只选用上脑、大三岔、小三岔、磨档、黄瓜条五个部位,每斤肉切多少片,每片肉多少克,每个部位怎么吃都有讲究,这也成为东来顺菜品的独特文化,吸引了不少游客前往体验。涮肉之余,餐厅经营的多种清真炒菜,也给了消费者更多的就餐选择。

除了固定菜单外,每逢时令季节,东来顺还有一份“隐形菜单”。今年的时令菜就包括莲蓬、菱角等市面上较少的农作物,供顾客尝鲜。同时,门店还设置了手工糖葫芦的门前摊位,现场制作的场景吸引不少消费者驻足、拍照。

开拓电商渠道

经历115年的发展,现如今东来顺已有餐饮连锁门店170余家,其中直营门店30余家,覆盖北京、上海、青岛、武汉、海口等城市。特许加盟门店130余家,覆盖中国内地60个城市及北美、中国港澳地区。与此同时,东来顺的业务板块也不仅仅局限在线下餐饮领域,更是涵盖了餐饮连锁发展、肉类产品加工、清真食品销售、物流配送服务等领域。

得益于业务范围的扩张,东来顺的零售业务也得到发展。据东来顺相关负责人介绍,集团近两年从单一与沃尔玛、家乐福等零售商超企业合作,扩展到与线上京东、天猫热销网络购物平台合作开办品牌旗舰店,线上平台涵盖天猫、京东、如家优选、每日优鲜等10余个平台,单品达到60余个。

北京商报记者从多家电商平台上的东来顺旗舰店了解到,东来顺零售业务主要分为火锅、烧烤、调料、家庭烹饪以及各类礼盒等产品,个别热销产品销量突破2万,肉卷、调料、礼盒产品销量居前,受到消费者热捧。由此可见,东来顺在保持线下门店扩张的同时,零售业务正逐渐成为品牌新的增长点。这也让东来顺这家百年老字号餐饮品牌吹响了创新的号角。北京商报记者 王晓然 赵超越

网红蛋糕LADY M北京再开店

北京商报讯(记者 王晓然 郭缤璐)10月14日,LADY M北京第二家门店落地西单大悦城,此店是LADY M品牌在内地开设的第7家门店。该门店位于商场二层,与朝阳大悦城首店结构不同,西单大悦城店将外卖区与堂食区完全分隔,外卖区顾客有足够空间近距离观赏蛋糕和排队购买。产品品类上除了经典千层、抹茶千层、巧克力棋盘等经典款式蛋糕外,还将在11月上新时令产品,包括伯爵茶千层蛋糕、焦糖慕斯蛋糕、黑森林蛋糕、南瓜芝士蛋糕。LADY M于去年9月在中国内地开设首店,目前在中国内地已拥有6家门店。

昌发展万科广场落地“回天”商圈

北京商报讯(记者 王晓然 刘卓澜)由北京昌平科技园发展有限公司、印力北京城市商业公司和北京万科企业有限公司三方合力打造的北京昌发展万科广场日前开业。该商场作为回龙观与天通苑区域的唯一大型综合体,为周边居民提供消费场所,通过建设品质商业设施,推动回天公共服务配套提升。大数据研究显示,回天地区高品质商业设施少,运营业态传统,不能满足居民需求。昌发展此次建设万科广场,吸引100余家优质商户和主力商户入驻,为回天地区居民提供了休闲娱乐的场所。

庆客隆联手多点挖掘线上增量

北京商报讯(记者 王晓然 徐天悦)越来越多的区域零售商开始积极拥抱线上。近日,在“商业全面数字化高峰论坛暨2019物美供应商年会”上,北京商报记者获悉,自庆客隆超市的11家门店9月正式上线多点Dmall后,线上销售获得大幅增长。据悉,“十一”假期期间,庆客隆线下O2O配送业务7天实现日均3000单的好成绩,整体订单周同比上涨220%,峰值订单量可达单日4200单。公开资料显示,庆客隆成立于1998年,是黑龙江省大庆市首家大型连锁超市。目前,庆客隆经营网点遍布东北三省和内蒙古东部的20多个城市,门店数量50余家,物流中心两处,是集百货、大卖场、超市三种业态于一体的大型零售企业。

第六届丰台区惠民文化消费季启动

北京商报讯(记者 王晓然 王维祎)10月12日,为期一个半月的第六届丰台区惠民文化消费季正式启动。本届消费季通过打造系列主题活动,让消费者参与其中。据悉,消费季将持续至11月底结束。活动举办期间将围绕“丰台特色”大做文章,紧扣区域优质文化品牌,重点推出“花香丰台”“梨园戏韵”“文创精品进校园进社区”“文创集市”等一系列具有“丰台味道”的文化消费主题活动。以此来挖掘和集中展示具有区域特色的优质文创产品,有效拓展文化消费空间。

增设外卖部门 同春园谋求创新转型

北京商报讯(记者 王晓然 王维祎)传承技艺的同时,同春园也在推陈出新,以新菜单吸引新顾客。10月18日,北京商报记者在“2018年北京老字号主题活动·同春园八十八载再出发”活动中了解到,同春园每年春季、秋季都会推出新品菜,平均每年更新一次菜单。同时同春园饭店还设立了专门的外卖服务部门,方便周边居民即时购买外

带商品。

同春园是北京华天饮食集团公司旗下的老字号餐饮品牌。作为京城仅剩的“八大春”,历史最悠久的中华老字号江苏菜饭庄华天同春园饭店近日迎来88岁庆典,同期举办的新一届拜师仪式也将老字号餐饮技艺传承发扬光大。在活动现场,20多位学徒向同春园饭店的技术厨师长王鸿庆拜师,以“看好看家

菜”的训诫传承、学习老字号烹饪技艺。

据悉,同春园经营的400余种菜肴中以河鲜类菜肴著称。同春园经常供应的品种有干烧青鱼、红烧中段、干烧头尾、沙锅鱼头、糖醋瓦块鱼、烧划水、五香叉烧等。吃青鱼鲫鱼,虽然四季皆宜,但因鱼四季运动,习性的不同,故有“冬吃头夏吃尾,春秋两季吃划水”的讲究。同春园也根据季节特点因时

制作菜品。

为了在满足顾客老口味与迎接新顾客上达到平衡,同春园也在秉承传统技艺保持经典菜品的口味、品质不变基础上不断研发新品菜。为此,同春园每年春季、秋季都会推出新品菜,平均每年会更新一次菜单。此外,在了解线上消费群体的消费习惯后,同春园饭店成立专门的外卖部,推出适宜外卖的菜品。