

# 在家挑选、到店购买、时刻掌握进度 居然之家“新”中有“数”

■ 孔文雯文

## 在线网罗同城好物

过去的家居消费链条长、不透明、效率低，有过装修经历的消费者恐怕都遇到过这样的场景：为挑选一张床跑遍家居卖场、订的沙发迟迟不到货也不知该找谁负责、售后屡出问题遭到商家推诿。这种情况随着一款App的发布或得到改善，它就是洞窝。

2021年6月初，居然之家上线试运营洞窝App，聚焦本地装修用户在建材家具的消费决策、到店体验、服务标准实现全流程标准化及可视化，优化各个环节带来体验和效率升级。消费者打开洞窝App，页面中显示众多家居品牌及产品，分别按照不同品类及所处店面划分，平台可自动匹配距离消费者最近的店面位置，方便其快速找到心仪产品。

目前，洞窝App已覆盖北京八角店、金源店、丽泽店、玉泉营店、北四环店、大兴店、十里河店、顺义店等全部8家门店品牌及产品。除北京外，杭州、成都、重庆、郑州、武汉、西安、哈尔滨、天津、太原、呼和浩特、沈阳、长沙、长春、上海等14座城市的消费者也能通过洞窝App获取同城家居卖场的信息。

对消费者来说，在洞窝App可网罗同城家居好物，先选好家具再去逛店，省去很多时间和精力；下单后，消费者可以实时看到最新的产品物流信息，更好把握装修进度；售后遇到问题，直接在平台进行申诉，会有专人进行处理，客户权益得到保障。

“围绕居然之家的核心商业竞争力、优势以及基因，洞窝App将用户需求可视化分解，进行效率升级，优化各个环节。”居然之家新零售集团副总裁李杰表示，洞窝App通过功能呈现、虚拟线上服务和场景化构建，不断优化消费体验。

一款App的出现，暗藏家居行业数字化变革的宝藏。

在家挑选、到店购买、随时获取装修案例，且产品有品质保障，这样快乐简单的家居购物体验越来越多，其背后是数字化工具“洞窝”。2021年6月，家居建材流通领域巨头居然之家推出商品零售运营平台洞窝，被不少业内人士视为家居版“美团”，其本地化的运营方式，正让家居消费变得快乐简单。

## 门店数字化大改造

线上浏览信息，线下逛店体验，家居消费才能形成闭环。

走进居然之家的线下家居店面，北京海淀业主刘女士看到产品旁边也增设了洞窝App二维码，通过洞窝App的扫一扫，可将目标产品直接加入购物车，随时随地都能继续了解、分享、下单，大大提高了决策效率。无论是在线上浏览还是线下逛店，消费者都不必再反复记录产品信息，直接将目标产品添加至虚拟购物车中，相关内容一目了然。将来，消费者通过洞窝App能买到任何商品，而且通过最近门店配送，将能在极短的时间内收到货。

洞窝App的加入，只是居然之家门店数字化改造的其中一步。2018年初，与阿里巴巴开启战略合作以来，居然之家以设计和家装、本地化零售、后家装服务为切入点，数字化转型加速前进：“在居然之家的带动下，大约有1.4万个居然之家卖场内的品牌实现了商品数字化工作，这个数字仍在不断攀升。”居然之家新零售集团副总裁李选选向北京商报记者表示：“目前全国已经有271家门店完成了数字化门店的基础能力建设，由于居然之家门店会有新店开业的计划，可以说数字化改造是个长期工程，会随着居然之家的连锁发展不断前进。”

