

投资、管理、营销、服务均与众不同

城外诚四大新招构建国际馆

自从城外诚要建立一个5万平方米的国际馆,将容纳国际欧美大牌的消息传出后,关于这个京城最大的国际家具馆由谁投资、由谁管理、如何营销、怎样服务便成为业内关心的话题。12月1日,城外诚在中国大饭店举行盛大的国际馆启动仪式,面对上千名业内专家和合作伙伴,全面亮出四大新招。人们期待着明年“五一”,一个全新的国际馆在京城精彩绽放。



嘉宾往冰雕中注入红酒,正式宣布启动城外诚国际馆。

新招一:引入家具企业投资

斥资2亿元兴建的城外诚国际馆引入华日家居作为投资方,这一新招让其刚一亮相就备受关注。

12月1日,在城外诚国际馆的启幕仪式上,城外诚家居广场董事长刘长河与华日集团董事长周旭恩、中国家具协会理事长朱长岭等共同把红酒注入冰雕,为“北京城外诚·国际馆”揭幕,正式揭开由谁投资的谜底。作为城外诚多年的合作伙伴,华日家居已有21年的发展历程,年产值10亿元左右,在全国各地拥有近千个销售网点,不仅在家居行业大名鼎鼎,而且在地产、金融等各个领域也游刃有余,实力十分雄厚。

为投资城外诚国际馆,华日家居专门成立了鼎顺投资有限公司。强大的资金实力让城外诚国际馆备受青睐,截至发布会当日,已有100余家高端国际家居品牌表达了强烈的合作意愿。北京克拉斯家居董事长王大为表示:“我们相信,城外诚国际馆会以高品质的专业服务为所有人驻品牌打造一个绽放独特风采、散发品牌魅力的平台。”

新招二:成立专业团队运营

5万平方米的城外诚国际馆由谁管理、运营?城外诚的另一新招是成立专业团队,对这个国际馆进行专业的管理与运营。

位居南城的城外诚家居广场,

自1995年成立以来已有18年的发展历程,在北京家居圈内有着举足轻重的影响力。在卖场运营方面,城外诚更是行业中的楷模,从逐渐建立起京城单体面积最大的家居建材卖场,形成独特的南城家居商圈,到以“爆破营销”引领行业打破市场僵局,创下家居行业多个营销奇迹。

启动仪式当天,由城外诚家具部主管张静挂帅的国际馆管理团队公开亮相。这个团队由城外诚与华日家居共同组建,对国际馆进行专业管理运营。其中一部分团队成员已经在城外诚成功运作过欧美奢家家具馆,可以说是经验十足。北京商报记者注意到,国际馆团队以年轻人人居多,充满朝气活力,具有较高的文化水平,并对时尚、奢华生活有深刻体验,属于一个国际化的团队,能保障国际馆的国际水平。

新招三:实施精准营销模式

预计2014年5月城外诚国际馆开业时,将成为京城乃至全国单体规模最大、国际品牌最全的国际家居专业卖场。届时,它又将以何种创新营销模式带给人们惊喜?据透露,实施精准营销模式将成为城外诚国际馆致胜的新招之一。

城外诚经过多次“爆破营销”的成功举办,已经建立起成熟、完善的精准营销体系,这种模式被运用到全新的城外诚国际馆,将赋予全新的内容。据介绍,城外诚国际馆将围绕终

端顾客、优质设计师、商家商品等多个维度,将家居行业传统的坐商模式转变为主动出击的行商模式,倾力打造三大销售平台推行精准营销。一是以全国范围内优质设计师群体为基础,打通设计师群体与商家之间的合作桥梁,搭建设计师销售平台;二是以精准顾客数据为销售基础,建设开发第三方数据销售平台;三是地产业务客群为精准营销目标,搭建针对性互动销售平台。

新招四:开创VIP顾问服务

个性化服务并不鲜见,但是全程的个性化服务还鲜有卖场能做到。城外诚国际馆的第四大新招是,在业内首先推出VIP顾问模式,为高端消费者提供全程个性化服务。

“根据这两年的市场反应,京城消费者对高端欧美家居在数量、质量和个性化等方面的需求涨势迅猛。”刘长河表示,将与华日家居联手开创VIP顾问服务。未来,步入城外诚国际馆的消费者,从停车场开始即可享受全程的VIP顾问咨询服务,保安、保洁、导购等每一名员工都将全方位围绕顾客需求随时、随地提供服务。此外,商场里还将设双语、多语导购,满足顾客多种沟通需求。商场还将提供家居场景模拟、个性化家居设计等多种体验式服务,全方位满足顾客的个性化需求。

北京商报记者 谢佳婷/文 吴厚斌/摄

· 行业动态 ·

建筑装饰科技大会关注互联网

北京商报讯(记者 赵中昊)11月27日,第二届全国建筑装饰行业科技大会暨中国住宅装修发展论坛在国家会议中心举行。本次大会上,互联网成为行业和企业关注的焦点。

据百度方面统计,每天能接收到391万消费者对于家居装修的需求。业内人士分析,随着消费者的网购习惯逐渐被培养起来,在互联网上进行家居装修已经不再是难事。据相关人士透露,一款中国生产的沙发在国内的售价通常高于国外,原因是中国的销售渠道多。而互联网的应用可以让经销商变少,从而减少中间环节,缩短了用户和产品之间的距离。作为国内起步最早的建筑装饰网络交易平台的管理者,齐家网董事长邓华金在论坛上表示,中国互联网家装O2O平台已逐渐成熟起来,依照目前家居产品网销的势头和市场趋势,建筑装饰渗透到互联网将是大势所趋。

美联红木借电影节传播中国文化

北京商报讯(记者 赵中昊)传统红木文化和现代电影节相互碰撞会产生怎样的化学效应?这个答案将随着12月6日首届伦敦国际华语电影节的开幕而揭晓。

据悉,在本届电影节上,美联红木将作为惟一指定红木家具品牌合作商,全程参与到电影节中,借此向世界传递中国红木家具的悠久文化。伦敦国际华语电影节是由国家新闻出版广电总局电影局与英国文化协会联合打造的一项重要的中英国际影视交流活动,电影节将为新锐优秀华语电影和电影人在海外市场交流合作提供全新平台。能够被国际电影节选为合作伙伴,原因在于多年来美联红木既在中国传统红木家具文化有很深造诣,又能够吸收西方文化,创新出中西合璧的红木产品。业内人士表示,美联红木通过创新与国际接轨,为中国红木家具文化的传播做出了巨大贡献。

万隆汇洋携万款特价灯饰庆生

北京商报讯(记者 赵中昊)12月8日,京城著名灯具卖场万隆汇洋灯饰广场将迎来八岁的生日,为此,万隆汇洋将为消费者举办一场让利Party,通过携手八大品牌和万款灯具实施特价活动及多重庆生好礼相送,让消费者分享这一喜悦。

据悉,万隆汇洋将携手飞利浦、欧普、奥普等八大品牌推出1-99元不等的特价灯,让消费者用最少的钱享受最好的灯。此外,12月1日-8日期间,万隆汇洋里其他上千个品牌还以3折起推出万款精品灯具灯饰。除了主营的灯饰产品以低价进行回馈,万隆汇洋还为消费者准备了巨型生日蛋糕、100台液晶电视大奖、8元超值换购、免费赠灯等庆祝生日的趣味好礼,让消费者一次High个够,也为自己的生日增添更多人气。



居然之家
Easyhome

中国驰名商标

★★★★★

装房子 买家具 我只来居然之家

远离虚假折扣 省去砍价烦恼



明码实价
童叟无欺

伴随着国民经济的发展和人民生活水平的提高,装房子买家具成为人们生活中的重要消费支出,但与此同时,对价格的斤斤计较也成为了困扰广大消费者的一道难题,虚标原价,虚假折扣的乱象屡见不鲜。从厂家到经销商,从卖场到销售员,都想方设法用于打折促销,产品的虚标价格和折扣难以普及。

为提高家居建材行业的管理和服务水平,真正让广大消费者在装房子买家具过程中做到“透明明白”地消费,居然之家决定在北京六店推行“明码实价”制度,“明码实价”是指商户向消费者销售商品和提供服务时必须公开标示价格,并按标价与消费者进行结算,不接受任何讨价还价的行为。“实价”是指根据成本、合理利润以及市场竞争状况计算出的“不注水”的实际交易价格。

为防止“实价”不“实”,在实行“明码实价”制度的同时,居然之家还实行“同一品牌同一价”制度,消费者在居然之家购物后一周之内,在同城其它零售卖场发现同品牌、同规格、同材质的商品的正常交易价格(不包括促销期的价格、特价品和处理品的价格)低于居然之家并能提供销售合同和发票的,居然之家负责将差价双倍退还。

北京总店
朝阳区北四环东路22号 电话:84698888
邮编:100028 传真:84698888

通州店
通州区运河大街1号 电话:89529888
邮编:101149 传真:89529888

望京店
朝阳区望京街2号 电话:89768888
邮编:101149 传真:89768888

十里河店
朝阳区十里河108号 电话:87315522
邮编:101149 传真:87315522

亚运村店
朝阳区亚运村108号 电话:84708888
邮编:101149 传真:84708888

顺义店
顺义区顺泰大街22号 电话:86418282
邮编:101300 传真:86418282