

旗舰店云集机器人导购 城外诚建未来卖场

卖场三面开门,旗舰店云集,机器人导购,以体验为核心,全面打通线上线下平台,为品牌提供定制营销方案,让顾客获得真实的家的感受……一个全新的智慧型未来家具卖场在清风徐来的2018年4月初正式启动,主角是有着“家居模范城”美誉的城外诚。“肯在我身上赌,绝不让你输!”负责操盘的城外诚市场运营总经理刘洋的一句豪言,让即将亮相的未来卖场备受关注与期待。

五大升级

“改造升级后的城外诚家具厅将以旗舰店为主,店内智能机器人将主动接待,联动手机,助顾客快速找到品牌位置。”刘洋如此描述城外诚未来店面的模样,“此次升级共有环境、智能、服务、营销和品牌5个板块。”

环境升级,就是针对动线进行升级,沿用原有的设计风格,有效分化客流,把动线分层左右打通,外围通道达4.8米,中心通道达5.2米,取消了纵向通道;智能升级,就是引进机器人接待和智能触屏系统,通过电子屏语音对话,机器人信息发到手机,帮助顾客找到品牌;服务升级,就是将提供各种服务,满足年轻消费群体的体验、一站式购物需求;营销升级,就是针对当前家居业受到电商冲击、行业关注度低、顾客日益分散化等痛点,展开针对客群和

品类的分众营销,打造相互带单的联盟营销和品牌营销。

除了以上4个升级外,打造旗舰店的品牌升级是此次升级的重中之重。城外诚打破原来区块化的货位分布,以适应现在的客群购物体验需求,以大店模式,每家店面面积至少600平方米,满足品牌商向大家居发展以及顾客一站式购物的需求。另外,升级后的城外诚能够为大品牌商提供每年4场500人的落地活动。

顺势而为

大家居、新零售是未来的发展趋势,作为曾经北京最接地气的家居卖场此次转型备受业内关注。

“城外诚凭借着地利优势,地铁直达、数千个停车位,并且以合理的租金赢得了顾客和品牌商的信任。城外诚为了顺应大家居的发展趋势进行升级,其实最重要的是把品牌集合到一起,实现顾客一次性购物需求,这就是大家居。”意风家居董事长温世权诠释了自己对大家居的理解。

对于新零售,不久前成立了家装平台的华日家居董事长周旭恩认为:“新零售不是各种概念,而是需要踏踏实实创新做好本职工作,让消费者不管在线上还是线下实现利益最大化,通过智能的、人性化的方式实现一站式的购物体验。”

不管是大家居还是新零售,顺势而为是企业的必然选择。卖场升级是为商户着想的体现,大家居与原来的单一模式相比有变化,但内部的核心逻辑不变。

这个逻辑就是,客户需求在变,智能化、智慧化跟进,才符合消费者的需求。”尚层装饰董事长林云松表示。

守住核心

家具展厅升级是城外诚战略升级的一部分。城外诚董事长刘长河表示,2018年伊始,城外诚在逆境中求新求变,一手抓卖场升级,一首抓转型创新,继续推进DXD北京设计互联中心为核心的转型创新,对市场管理架构进行了调整;以刘洋为核心的团队开展对展厅的升级改造,将城外诚升级为一个全新、智能化的未来体验馆”。

针对卖场升级,刘长河选择了刘洋团队执行,受到业内赞赏。非同家具董事长乔印军表示,刘洋团队情商高,能够和家居圈内不同的人打交道,并成为很好的朋友;智商高,实现了100%出租率;学商高,能够把学到的理论转换到现实工作中;营商高,每次落地活动都非常成功。

作为刘洋的“闺蜜”,爱依瑞斯董事长范姗姗认为,无论是卖场还是品牌升级,都要守住自己的核心业务,做好定位,明确吃哪个“蛋糕”,不要因为外部因素的影响而自我设限。

对于城外诚构建未来卖场,荣麟家居董事长戚麟则断言:“此次升级是城外诚认知的升级和意识的升级,同样是顺势而为,也是顺力而为,打造未来店面不是所有人都能做到的。”

北京商报记者 李振兴

行业动向

创新家居店营销模式 曲美开卖碗碟盘

北京商报讯(记者 谢佳婷)它是一家家居店,但更是一个生活方式样板间、家居设计服务中心、一间咖啡吧、一个线下美学体验馆、一个城市会客厅……”2018年4月10日,在第一家“你+生活馆”开业一年6个月以后,曲美家居亚运村店全新升级,2.0版“你+生活馆”亮相京城,里面不仅陈列各种板式、板木结合、实木家具,还包含窗帘、布艺等软装,就连碗、碟、盘等生活用品也一应俱全,完全打破人们对家居店的传统印象,开创了家居店营销新模式。

“这次你+生活馆的升级,实际上就是曲美基于大家居模式和顾客价值再造,所做出的消费场景和商业模式的优化升级。”曲美家居董事长赵瑞海表示,家居关乎个人与家庭,生活细节和生活态度,所以曲美的意图是尊重每个人、每个家庭的差异化,为他们量身打造理想的家居空间。

“给家更多可能,就是你+生活馆升级的基本理念。”曲美家居集团副总裁吴娜妮介绍,新一代你+生活馆是一家定制生活方式的生活馆,此次,曲美围绕空间、定制、

美学、体验面向消费者的个性化需求、文化和审美的延伸,提出全新的生活方式提案。针对不同对象、探讨不同的生活需求、透过不同主题,将八大生活展馆全面开放成为8+N生活方式的复合空间,并联动线上OAO云端设计平台、4.0情景式体验服务;古拿咖啡馆、VR体验区、休闲阅读空间、甜点时区和无线充电,360°全方位营造出生活的美感,消费者置身其中,定制想象、品味美学、设计空间、体验生活,从而获得生活状态与心情的双重体验。

转型初见成效 集美广场客流增长40%

北京商报讯(记者 李振兴)集美广场转身综合购物中心已逾一个季度,客流同比增长40%。在开业四周年之际,集美广场继续大打综合消费牌,为消费者带来更多消费选择。

“集美广场自2017年底更名以来,主动性目的性消费持续增加,客流量猛增40%,达到日均1.2万人,车流量达到4000辆次,不同的业态销售累加达到日均200万元左右。”集美广场总经理曲晓红表示,“以往的停车高峰是上午11:00和下午3:30。现在每天高峰时间是12:00、17:30,21:00之后才渐渐消退。”

转型效果显现,集美广场在开业四周年之际将继续主打综合消费牌。2018年4月5日-22日,顾客可在集美广场以30元的价格抢购集美广场四周年“4000元神卡大礼包”。其中“1000元综合馆代金券”,消费者可在集美广场综合馆,健身、KTV、餐饮、美容、娱乐畅玩无限。同时,集美广场推出联单送现金卡活动,现金卡可全额兑换为综合馆餐饮券、KTV欢唱卡、健身卡、红酒礼盒、美通卡等使用。

诺贝尔借设计抢家居上游

北京商报讯(记者 李振兴)2018年3月30日,2017中国设计年度人物大会暨行业G4春季论坛在国家会议中心举办。诺贝尔瓷砖作为协办单位全程赞助2018中国年度设计城市公益巡讲活动,与设计师深度互动。会上,清华大学美术学院博士生导师张绮曼获得终身成就奖;林伟而、关永权等共16位设计师获得2017中国设计年度人物。

会上,中国设计年度人物与诺贝尔瓷砖签约,赞助2018中国年度设计城市公益巡讲活动,设计行业和建材产品实现零距离接触。杭州诺贝尔陶瓷有限公司总裁沈建法表示,“作为制造企业的诺贝尔瓷砖嫁接中国设计,能够在产品设计、展厅设计和品牌传播等多方面优势互补,通过赞助城市巡讲活动,与设计师形成互动,提升诺贝尔在前端设计领域的知名度、深入设计机构,并随着中国设计的国际化走向世界”。

出席博鳌亚洲论坛 土巴兔支招家装产业链升级

北京商报讯(记者 李振兴)2018年4月10日,土巴兔CEO王国彬作为商界代表受邀出席了博鳌亚洲论坛开幕式,并在“互联网的未来”分论坛,与台积电CEO刘德音、LinkedIn联合创始人Allen Blue、美图CEO吴泽源、微软亚太研发集团总裁洪小文等中外商界领袖一道,探讨互联网技术推动人

类进入智能时代后,人们的生活面临何种变化,指出“技术是推动人类进步的重要动力,当前互联网企业的技术变革正沿着从轻向重的方向迁移,在跟产业相结合的过程中会为企业带来机遇”。

家装行业过去由于地域化、非标准化、多元化等因素的影响,企业的发展规模受限,但随

着大数据、IT技术等科技手段的发展,整个家装产业链条正面临转型升级。土巴兔将战略定位为行业赋能,做家装行业的服务者,通过平台赋能,将已有的大数据、供应链、品牌、IT系统、云设计等产品服务向行业充分开放,帮助优秀家装企业实现蜕变式发展。

品牌力榜单出炉 九牧领军中国面盆行业

北京商报讯(记者 李振兴)2018年4月10日,品牌评级机构Chnbrand发布了2018年(第八届)中国品牌力指数SM(C-BPI)品牌排名和分析报告。九牧领军2018年C-BPI中国面盆行业。

2018年C-BPI调查区域覆盖

全国40个城市、159个细分行业,涉及被评价主流品牌7800余个。九牧面盆以542.2分在众多国际国内主流品牌中脱颖而出,荣登榜单榜首。

九牧一直致力于对产品的创新,每年按不少于销售总额的5%投

入到技术研发和产品设计中。目前,九牧研发设计团队人员超过2000名,产品先进专利近3000项,平均每三天申请一个专利。品牌发展过程中,九牧不断适应市场和消费升级,2017年,九牧品牌价值达178.36亿元,连续六年领军行业。