

争夺流量 居然红星集美“3·15”升级服务

传统家居卖场的业务界限正慢慢消失。

居然之家推出居然管家App,出击后家装服务市场;红星美凯龙针对全北京的业主推出免费验房、免费量房、免费空间布局的“3免”服务,将服务链向前端延伸;集美家居“走近·家”服务战略升级2.0版,通过免费上门检测、维修、以旧换新、社区服务站等活动拉近与消费者距离……2019年3月15日,居然之家、红星美凯龙、集美家居等几大家居卖场在京打响服务升级战。

值得关注的是,服务升级战背后,家居卖场正将服务链条由单纯的家居建材销售向后端延伸,抢夺更多流量。

竞相升级服务

2019年“3·15”,京城家居卖场默契地从不同角度升级服务。

城东,居然之家在位于东直门的居然大厦宣布,居然管家正式上线,出击后家装服务市场。未来居然管家将承接居然之家连锁卖场、设计家平台、装修设计、智慧物流等业务板块的用户需求。服务范围包括智能家居解决方案、安装施工、保洁保养、空气治理、翻新改造等,可以为消费者提供基于家居生活的一站式服务。同时,居然管家还将承接家具建材、电器、智能家居等品类品牌商、渠道商的后服务业务。”居然管家总经理周速华表示,平台上线后,消费者可以通过居然管家App、微信小程序、公众号或者拨打客户服务热线预约各类服务。

城北,红星美凯龙在北五环商场宣布,针对全北京的业主推出免费验房、免费量房、免费空间布局的“3免”服务,将服务链向前端延伸。“不管是红星美凯龙的顾客,只要有需求,到红星美凯龙来报名,我们都会用心服务!”3·15”服务升级发布会上,红星美凯龙家居集团股份有限公司副总裁焦富征代表红星美凯龙向北京的业主发出邀请并做出承诺:三项服务一律免费提供。

城南,集美家居在大红门旗舰商场联合京派联盟及其他一线王牌近40家品牌共同落地诚信服务,升级“走近·



居然管家App上线仪式

家”服务战略2.0,通过免费上门检测、维修、以旧换新、社区服务站等活动,拉近与消费者距离。

向前后端延伸

以销售家具建材为核心的传统家居卖场,正试图挑战更多可能。

居然之家在向家居消费后端迈出。“3·15”居然之家宣布,升级“一次消费,终身服务”,消费者只要在居然之家消费,即可享受由智能家居服务平台——“居然管家”提供的“终身服务”。北京居然之家家居新零售连锁集团有限公司总裁王宁现场承诺:居然之家将继续加大品牌、技术、资本等资源投入,全力

扶持居然管家平台的发展,按照计划,居然管家力争用三年左右时间成为国内后家装服务第一品牌,彻底解决厂家、商家、顾客在安装和维修服务方面的切肤之痛!”

红星美凯龙在向家居消费前端伸手。为确保免费验房、免费量房、免费空间布局的“3免”服务的专业性,验房服务将由红星美凯龙携手具有专业资质的第三方机构提供,量房和室内空间布局设计出图服务,则由红星美凯龙自身的专业素养成熟的M+设计团队来完成。最终产生的验房报告和带有精准尺寸的CAD图纸,都将免费提供给消费者,它解决的是业主装修前的痛点。

集美家居也在通过各种活动贴近消费者。除了举办惠民的营销活动以及升级“走近·家”2.0以外,还通过线上小程序抢升值券和线下的“跳房子”游戏与消费者互动,增加场景化消费。

流量争夺战

这场热闹的服务升级大战背后,是一场家居卖场流量大战。

分析人士认为,无论是针对后家居市场的安装、维修等消费痛点推出管家服务,还是指向业主装修前的验房、量房、空间布局等痛点推出的“3免”服务,抑或以各种活动走近消费者,最终目的都是争夺流量。

家居卖场的流量正在被其他渠道瓜分,精装房比例提升和整装模式的盛行,造成多渠道分流,给家居卖场带来了不小的压力,通过各种方式增加与消费者的黏性,将低频家居建材消费变成高频的家居生活消费,建立家居服务闭环,是家居卖场增加流量的重要方向。

“家居行业是一个重体验、重服务的行业,如果没有这个特点,可能早就被电商颠覆了,这个特性为整个行业争取了一个缓冲时间,要抢抓时机建立家居服务闭环。”王宁表示,居然管家只是设计家大平台六个子系统的一部分,这个平台包括设计云平台、家具材料采购销售、施工管理、物流平台等,居然之家正在布局未来。

北京商报记者 谢佳婷