

创新案例5:

TATA木门将健身纳入高管考核

2019年5月20日,TATA木门开启新20年的第一天,董事长纵瑞原做了7个小决定,其中一条是“副经理级及以上级别将运动纳入考核”。纵瑞原用董事长的权杖,以考核“逼”员工运动。

点评与追问:将健身纳入高管考核,完成奖,懈怠罚,运动将成为TATA木门的一种基因,也是对“TATA正青春”理念的恰当诠释。它带给家居行业的信息是:目标能否完成,领导带头很重要。

创新案例6:

博洛尼蔡明别着脑袋下广州

2018年12月13日,广州天河中央商务区核心——太古汇,蔡明单手拖着与自己有着同样轮廓与五官的人头,现身刚刚开业的博洛尼高端全屋定制广州旗舰店,来了一场赛博格式入场。面对人们的疑惑,他揭开谜底:“博洛尼来广州不是要和谁拼命,我们相信广州的客户需要博洛尼,所以和客户约会来了。”

点评与追问:蔡明南下广州,裤腰上别着的和手上拖着的那个人头,并不是随便拿来玩儿的。以“头”为象征,博洛尼携赛博格主义对定制家居总部云集的广州市场展开了新的攻势,结局如何不知道,关注肯定是引发了。

创新案例7:

城外诚首创家居绿色街区

2018年8月29日,升级后的城外诚家具馆品牌总部云集,光明、华日、曲美、强力、百强、意风、红苹果、东方弘叶等上百个品牌,以几百上千平方米的体量,建立面向北方市场的总部体验店,错落有致地分布在三纵七横10条大街上,街头、店内绿植环绕,徜徉其间,如同穿行于绿色街区之中。

点评与追问:首创绿色街区,城外诚让人们购物过程变得轻松,居家空间绿意缤纷,时时处处享受着高品质生活方式。这是卖场改善环境、优化服务、亲近大众的重要范例。

创新案例8:

今朝装饰“吞下”写字楼试水定制家

2019年1月,今朝装饰“吞下”紧邻北京南三环主路边的一栋写字楼,开出“今朝老房装修设计创意中心”。设计创意中心分为五层,采用家装设计与产品设计相结合的模式,每一层都有各自独立且相互配合的家装设计部与产品设计中心,不局限于单个产品和单个空间,从设计到产品,从施工到服务,从硬装到软装配饰,提供一体化定制。

点评与追问:市场遇冷,家居卖场争相引进办公,今朝装饰却“吞下”整栋写字楼开大店,凭什么?专注老房装修,在1米宽的市场做出100米深,这是今朝装饰逆市扩张带给同行的启示。

创新案例9:

远东美居集合众多品牌开大店

2018年底,家居品牌运营商远东美居在北京十里河新开出个近万平方米的完整家居馆,将自己代理的瓷砖、卫浴、橱柜、衣柜等品牌以实景体验店的方式融入其中,以设计为纽带、安装服务为支持,为消费者提供一站式家居购物服务。

点评与追问:从卖一个个品牌的单一产品,到打包卖设计好的家,远东美居的创新模式,给经销商转型升级探索出一条新路。

创新案例10:

闽龙办瓷砖节对手成盟友

2019年5月8日,闽龙瓷砖节开幕,诺贝尔、塞尚·印象、亚细亚、依诺、世强瓷砖五大瓷砖品牌组建中国陶瓷第一街瓷砖品牌联盟,它们相互带单,由原来的对手变为盟友,打破同业联盟难成的束缚,在瓷砖行业创造了竞品合作案例。

点评与追问:跳出价格战和同质化的恶性竞争怪圈,寻找差异化竞合,是人们的梦想。放弃敌意,拥抱对手,相互学习,互荐客户。闽龙通过一个陶瓷节,传达出和谐共赢理念,在市场趋冷的大环境下,尤其值得称道。