

强强联合,共建平台

作为中原家居行业的知名品牌,能否描述一下选择郑州住交会暨家居建材展的原因?
晚报记者 熊维维

王健:郑州晚报在郑州的影响力是非常巨大的,这次晚报召集众多知名装修公司齐聚一堂为市民们提供方便实惠的选择机会是一个利民的大行动。

邹剑锋:郑州晚报做为在省会郑州的知名媒体,在省会的影响力非常大,做为知名装饰公司,龙发装饰希望通过强强联合,为更多的广大家装客户提供更优质的家装服务。

杨崇礼:东易日盛一直都是展会的积极拥护者,无论是贵报,还是其他媒体或者行业协会、大型卖场组织的展会,东易日盛几乎没有落下一场。通过展会,东易日盛的形象得以极大提升,也受到中原业主朋友们的一致好评。为了推广高品质家居生活,回报中原父老的厚爱,东易日盛通过展会,让每个客户都得到实实在在的优惠。

孙蕾:郑州晚报是郑州市民最为信赖的主流媒体,具有非常强的社会公信力,这样的展会既吸引了消费者的眼球,也给了商家最好的展示平台,这样的展会不参加,舍我其谁呢?

张帆:郑州晚报深受老百姓的信赖,是一个很好的平台,让业主与装饰公司零距离接触,是我们展示品牌、实力和形象的机会,让市民直观、快速的了解我

们,从而实现我们的目标,基本每次都收获颇丰,谢谢晚报搭建的这个平台。

张佰诚:这次展会是业内一件盛事,对于展示天津鹏发企业形象,引导先进的津派设计及施工理念,树立天津鹏发在消费者心中的品牌意识,有着重要的意义。

牛拥军:正开推崇和奉行一线品牌联盟战略,跟晚报合作也是出于这种考虑,另外参展也给正开带来了实实在在的收益和服务客户的机会!

张翼飞:首先是晚报媒体的公信力,对消费者心智的影响。影响力和成单率是衡量的指标。

于金虎:米兰家居时尚与东方古典神韵完美契合的国际品牌—博洛尼,此次参与郑州住交会暨家居建材展,旨在将国际最为流行的意大利风格引入到郑州市民生活中去。通过听前沿灵感,感受后极简主义等七大设计风格所带来的全新震撼;通过看经典风格,现场观摩四位一体完美契合的整体厨房,体验家居生活新风尚;通过摸时尚品质,亲密接触到真皮的、丝绒的、实木的、科技木等最时尚的家居材质,增强身体的感知度,了解内心最真实的需求;通过嗅潮流动态,感受博洛尼完整性、风格性、深度性、互动性、规模性等五位一体家居文化,畅享全新时尚生活。

第15届(2009秋季)郑州住交会暨家居建材展特辑之家居高端联席会议

拓展平台,辐射广泛

展会年年都办,对于展会的创新,能否为郑州晚报提出一些好的建议?
晚报记者 熊维维

孙蕾:展会的规格及数量良莠不齐,因此更加专业化、针对性强的展会无论是对商家还是对消费者都更加有利。因此,建议以后能够将家居作为单独的展会进行筹办,届时,众多的家装企业将会更有信心及兴趣参加。

邹剑锋:做为展会,受惠最大的是消费者,展会需要创新,更需要更多的消费者参与进来,与装饰公司互动起来,做到双赢。

张佰诚:加大展会在其他媒体的宣传力度,拓宽宣传渠道挖掘展会的文化内涵,把展会逐步办成引领行业发展,树立行业标杆,有良好公信力和信誉度的行业盛会。

牛拥军:希望展会能在为业主提供

专业、细致、周到和全面的平台服务的同时,也多推出一些丰富大众生活并踊跃参与的活动,增强展会的影响力。

张翼飞:能更好的为业主服务,提高服务链条,比如保洁公司、网通公司、软装饰公司的参与。

于金虎:展会的形式创新要逐步开发,形成商家与顾客互动交流的平台,展会现场能畅所欲言,调动顾客的购买欲;展会的参与面要逐步扩大,不仅着眼于家装、建材行业,更要向其上游地产,下游家具、家电等方面拓展,以达到资源共享的目的;展会的反馈机制要健全,能将事后顾客的心声及时反馈给商家,以使其有针对性的开展优惠活动,迎合顾客需求。

一路随行,收获颇丰

参加本次展会的很多品牌都与郑州住交会暨家居建材展有着很深的感情,参与了这么多届家居展会,印象最为深刻的展会是哪届?收获最大展会又是哪届?
晚报记者 熊维维

王健:去年9月底郑州晚报举行的住交会让我印象很深刻,展会选择在装修最火热的季节召开,汇集了众多顶级的家装企业,给予了顾客非常多的优惠让利,客流量大,而且超凡装饰在此次展会上收获颇丰。

邹剑锋:在龙发装饰参与晚报组织的家装展中,每一届展会都取得了非常好的成绩,在此更要感谢郑州晚报对整个行业做出的巨大贡献,希望郑州晚报为广大家装客户组织更好的展示平台,吸引更多,更好的优秀家装企业。

杨崇礼:每一次都有收获,郑州晚报近几年所推出的展会,一届比一届更具特色,参与公司整体实力和规格也越来越高,带动了整个会展行业的发展。

孙蕾:2007年的一次展会,天公不作美,下起了大雨,但是并没有影响消费者和参展商的热情,美巢的员工坚守岗位,展会期间收取了20多个定金,刷新了美巢展会的定金记录。这次展会让我至今记忆犹新,也让我对晚报的展会更有信心。

张帆:2009年郑州晚报的春季住交会,是在整个社会经济危机的舆论四起境况里展开的,我们同样取得了不俗的成绩,印象很深刻,老百姓信赖晚报,我们更信赖晚报。

牛拥军:印象最深刻的是第一次参加晚报组织的展会。每一次参展的收获都很大!

张翼飞:前年的东西会让我记忆深刻。在东西会上是香江入住郑州的第一年,也是香江第一次参加,但是就有意向客户100多位。

做好产品,做好服务

对于明天开幕的第15届(2009秋季)郑州住交会暨家居建材展,有怎样的期望?
晚报记者 熊维维

王健:对于此次展会超凡装饰公司给予了很大的重视,我们希望通过晚报的这次大型展会能够让更多的市民了解超凡、信任超凡、选择超凡,我们也会担起一个大型高端家装企业应有的责任,把质量做高,把服务做好。

杨崇礼:希望能接触到一批有高品质家装需求的客户,东易日盛将为他们提供高贵、私密化完整家居服务。

孙蕾:今年是美巢成立十年的庆典,因此,我们希望在本次展会能够向所有关心美巢的客户展示美巢发展十年的辉煌成就,也希望能够有更多客户选择美巢,信赖美巢。

邹剑锋:在这次展会上,易居装饰一定会取得更好的优异成绩,为更多的消费者提供优质的家装服务。

张佰诚:希望借此这次展会,展示天津鹏发津派家装风采,引领先进家居生活理念,更好的服务中原父老。

牛拥军:一年当中装修的黄金季节到了,希望在晚报主办的展会上,正开能获得业绩和口碑的双丰收!用优质的服务回馈新老业主!

张翼飞:希望业主抓住机会,赢取优惠。抓好秋季装饰的好时机,更好更多的为业主服务。

于金虎:借助于此次展会,博洛尼希望将米兰风情时尚家居文化传递给郑州广大消费者,将全新的1+N整体设计、家装设计+产品设计(橱柜、卫浴、内门、地板主材等)+家具设计、设计+选材+装修等第四代家装生活理念传达给绿城市民,同时也希望借助该平台,能促成博洛尼签单的增加、销售额的递增,为旺季市场的开幕博得好彩头。

知无不言,共谋发展

目前,中原家装界群雄并起,既有本土的老牌企业,也有外来的家居大腕,市场竞争日益激烈。除了展会之外,还有哪些好的活动可以为行业增温?
晚报记者 熊维维

王健:目前,行业展会较为密集,已快成为家装企业的鸡肋,但郑州市场还有很多盲点消费区域大有潜力,例如网络等,今后家装企业还是要多开展一些针对这些盲点消费区域的活动。

孙蕾:郑州晚报一直致力于为企业搭建合作共赢的平台,在展会之外还组织了行业联盟及诚信宣言等,这些无疑都对家装行业的发展起到了巨大的推动作用。希望晚报在以后的工作中能够继续发挥媒体的公信力和监督能力,多组织交流活动,共同促进家装行业健康快速发展。

张帆:大地装饰13年来,一直以创新闻名,而且还会随着社会的发展和潮流的更替,在不同的时期不断推出适应市场的营销活动,希望我们一起努力。

邹剑锋:易居装饰在参加展会同时,通过各种渠道组织大量活动,目的在于为广大家装客户提供更优质的家装服务,易居装饰始终把“客户的满意作为评价工作的唯一标

准”。把“用心做家装,诚心创品牌”作为我们企业宗旨,为行业规范、健康发展做出贡献。

张翼飞:网络推广活动、网上团购、广播、电视,这些媒体的宣传活动也不容忽视。

张佰诚:当今时代是信息化时代,互联网的时代,希望能开展更多形式的宣传活动,打造像交换空间这样的行业亮点,更加务实的服务于行业服务好消费者。

牛拥军:正开从今年开始在报纸、网络推广、电视公益广告、专题讲座、业主联谊会等各个媒介和平台已经展开规模推广,希望能为行业的规范和发展尽自己的一份力。

于金虎:展会作为传统而又原始的促销模式,为广大市民熟知并已形成习惯,但随着行业的发展与竞争的加剧,全新模式的开发与竞争也迫在眉睫,行业强势联合、异业联盟、电子商务等众多组合必将使行业形成百花齐放、百家争鸣的良好态势。