

居然之家 立足沃土创基业



当家居经营已经进入品牌卖场与品牌家具互为依托的时代，那些曾经的并肩前行，风雨同舟总是给人留下永远无法磨灭的印记；当居然之家从2009年5月1日进入郑州市场至今发展到两个年头，那些与居然之家精诚一心，共同进退的经销商也感慨万千……

虽然居然之家郑州店只有短短两年的品牌历程，但是依然离不开众多家居品牌企业的支持和帮助。这里面，不乏中国家居品牌中的佼佼者和先锋者。正是因为有了他们，居然之家才得以与这些战略伙伴一起合作，共同走向一个更加积极的未来。

居然之家负责人表示，许多市民都计划在五一期间出游。因此，为了方便老百姓能提前享受到大力的优惠，早日装修，放心出行，居然之家在本次周年庆典期间将推出力度空前的巨幅优惠，形式上也会更加考虑顾客的方便，绝对不会让大家失望。

商家商场联袂提升品牌

作为每年众多商家促销必争的时节，五一节的吸金力量不容小觑，劲爆的促销一波又一波冲击着消费者。无论是消费者还是商家哪个也不愿意舍弃这个“黄金”的绝佳机会。而这个黄金般的“五月一日”也是居然之家入驻郑州的第二个周年庆典日，居然之家郑州店2周年店庆亦将热烈开启，一场饕餮盛宴即将倾情感恩开场。

2009年5月1日，居然之家郑州店高调开张。一时间，吸引了数万市民的热捧和各家媒体的关注。开业当日的隆重场面今天仍历历在目，转眼间，居然之家郑州店就两岁了。短短两年间，居然之家郑州店不仅在销售业绩上实现翻番增长，而且在店面管理、卖场环境、人性化服务等各方面都受到商家和消费者的肯定。

“居然之家卖场非常重视进驻商场的产品品牌，从品牌宣传、店面形象与布置、营销活动，商场都给予大力支持。得益于两年多来商场的精细管理、营销活动的不断推陈出新，我们这些品牌也实现了郑州市场的大力开拓，同行间的不少商户朋友都反映销售业绩是节节攀升，商场管理也十分人性化。”居然之家卖场内的一位商户如是说。

居然之家郑州店副总经理董杰说，居然之家在郑州的快速崛起，离不开众多家居品牌企业的支持和帮助。商场联合商家一起举办促销活动，不仅能为更多的消费者带来实实在在的优惠，更是联袂提升品牌价值的机会。

率先在行业推出“先行赔付”服务

一直以来，居然之家始终以服务为本。早在2001年，就率先在行业内提出“先行赔付”的服务，把售后服务的责任都揽到了卖场方身上，消费者遇到售后纠纷无需联系厂商，只要找到居然之家，就都可以得到满意的解决方案。此后，居然之家又提倡“向消费者倾斜”的经营服务理念，率先向消费者做出“绿色环保”、“一个月无理由退换”、“同一品牌同一价”等服务承诺，是家居建材业服务创新的引导者和先行者。

销售地板生意的王总，是居然之家一名

普通的商户。谈起让他对居然之家印象最深刻的地方，就是其首创的“先行赔付”制度。他说，毫无疑问，这项规定最大限度地保证了消费者的权益不受损害。

“虽然居然之家的‘先行赔付’给商户带来了一定压力，但压力同时也是动力，督促品牌自身不断完善自身的服务，提高品牌质量，无形中对品牌建设起到了巨大的推动作用。”在居然之家的督促，与品牌自己的努力下，王总坦言，自开业以来，他经营的产品几乎没有一起恶性投诉，就算有矛盾，也都会最终圆满解决。“商家从不认同居然之家的向消费者倾斜的管理理念，到慢慢接受，到现在的支持，都是居然之家一步一步成长的经历。”王总坦言道。

另外，居然之家丰富多彩的营销之道也极大地拉动了品牌的销售，让每个商户都分享到了成功的喜悦。多样化的营销既提升了居然之家在郑州的影响力，更给其店内的商户带来了丰厚的收益。

相关链接：

居然之家优秀商户展示

大地地板：

“大自然地板美学馆”按地板美学的核心价值从艺术角度出发，颠覆了传统的地板产品品类划分方法。将大自然地板划分为古典美学系列、新古典美学系列、现代美学系列、后现代美学系列等四大系列，每个系列下面又分若干个风格，风格下面是每个具体的产品名称。将地板美学的思想融化在每一款产品的从命名的策划、材质的选取、工艺方法的设计、花色与款式的选择的每个环节的每个细节之中，让每一款产品赋有灵魂，让每个产品鲜活起来，灵活活现的展现在地板消费者面前。

把美学和艺术价值的元素注入地板，不仅让大自然地板品牌有了更丰富的价值，也让营销有了更好的发挥。大自然实木复合地板以“地板美学”作为核心价值定位的“大自然地板美学馆”，构成了大自然实木复合地板品牌的魂。有了灵魂的地板，产品就有了静销力；品牌就有了生命力；营销就有了活力；企业就有了竞争力。

冠军磁砖：

冠军磁砖创始于1972年，畅销欧、美、日、韩、澳、非等25个国家和地区的瓷砖品牌。在其成长的历程里，荣获太多第一的荣誉：亚洲第一块抛光砖、亚洲最大尺寸的釉面砖、连续3年入选亚洲500强行业第一等等，品牌价值突破30亿元。

五一期间，冠军磁砖倾情推出以“51金喜 冠军有礼”为主题的大型促销活动。凡购买冠军磁砖产品的客户，即有机会获得冠军磁砖亲情送出的10g纪念金砖一块，全国共设40名。在430—58期间，冠军磁砖还将推出最新上市的多款皇品数码和自然石系列以最低体验价面向用户，同时为客户准备了冠军U盘等礼品，凡定单客户均可有机会获得！

左右沙发：

作为和谐家庭体现的载体，沙发寄托了

人们的期望和重任。左右沙发努力打造健康、舒适、和谐的一个客厅文化，也是一种沙发文化。左右首先要做的就是：在沙发组合中，考虑到一家人不同的需求，并把他们组合在一起，让他们在家里可以一起享受左右新科技、新设计带来的舒适的同时，也能够畅通无阻地沟通。重塑这种温馨的家庭交流平台就是为了让家庭成员重新找回亲情的温暖，一家人回到家中来享受这种天伦之乐。

左右沙发明白一个好的品牌经营需要各个方面共同努力。首先，一定要懂得消费者最想要的是什么？如何通过产品把这种需要转化为沙发的功能。第二，好沙发的定义是让用户坐了更健康。左右沙发的定位为“左右沙发，左右坐，坐的更健康”，是有其必然原因的。第三，也是最重要的，就是做的关怀，做的艺术，这是左右沙发的国际设计师团队的设计原则。沙发是基础，健康的休憩文化是高楼大厦，左右沙发努力追求好的沙发产品，打好基础，来建立最有影响力的客厅文化。

康耐登沙发：

康耐登沙发是中国现代时尚沙发第一品牌和标志性品牌，中国沙发行业的领军品牌，全球知名沙发制造商，拥有350多项企业自主专利，获得绿色认证、ISO14000环境体系等多项认证。

康耐登现有广州和苏州两大各18万平方米的生产基地，是目前国内最大，技术水平最先进的现代化沙发生产基地，产品遍布全球160多个国家和地区，年销售额达20亿元，公司还为世界知名的家具企业提供OEM服务，为全球数百万家庭提供高品质的服务。目前，在国内品牌专卖店达1200多家，销售额位居前列。

德国唯宝：

近年来，中国高端家居消费领域呈现高

速增长的态势，随着消费者需求层次的不断提高，以及这块蛋糕的逐渐壮大，高端家居市场羽翼渐丰，许多国际品牌纷纷抢滩中国市场。创建于1748年德国唯宝Villeroy & Boch已经拥有261年的傲人历史，被誉为“德国卫浴瑰宝”。两个半世纪以来，唯宝Villeroy & Boch以其超凡创意、艺术眼光及精巧工艺树立了享誉国际的品牌形象和美誉度。

为此，河南翡丽装饰材料有限公司顺势即发，将唯宝引进河南市场。位于居然之家一号厅一楼中厅的德国唯宝，以“站在高端，服务高端”为强势所在，全面开展整个河南市场的业务。我们相信，在即将到来到的五到十年内，越来越多的拥有更多财富和生活品味的社会名流，他们对家居的要求也越来越高，我们有理由相信未来的国际顶级品牌在国内的发展将明显提高。

惠达陶瓷：

唐山惠达陶瓷集团始创于1982年，是中国规模最大，历史最悠久的卫浴家居用品企业之一。惠达在全国设有1800多个销售网点，是中国消费者最为熟悉的卫浴品牌之一，为近年来中国陶瓷卫浴行业品牌价值最高的企业。同时，惠达卫浴是中国名牌产品，中国驰名商标，中国卫生陶瓷行业唯一标志性品牌，中国品牌500强（连续七年排名同行业首位），中国环保认证，中国节水认证，奥运会、世博会、全运会主要供应商，行业唯一一家出口免检企业。

惠达在全国设有1800多个销售网点，惠达的产品被超过100多个国家和地区的消费者广泛使用，惠达很早就提出：“宁砸千万件，不售一次残”，在行业内率先实现所有出厂的产品全部为优等品。

2010年度惠达卫浴荣获由中国建筑装饰协会主办的第四届“中国厨卫百强”卫浴十大领军企业之首。

倪子

居然之家周年店庆促销活动

为庆祝二周年店庆，居然之家郑州店在4月30日-5月8日期间推出了大型感恩促销活动。活动内容丰富、力度空前。

商场篇：

- 1、购物满满一定金额，即可获赠微波炉、空调、洗衣机、对开门冰箱、47寸液晶电视等超值大礼。
- 2、900元当1000元花。4月29日营业时间结束之前，顾客到居然之家服务台花900元钱可以换购1000元现金抵用券，相当于9折优惠。
- 3、储值送大礼：顾客办理储值卡，充值满10000元，增值3%；充值满30000元，增值4%；充值满50000元，增值5%。
- 4、负一楼商品和瓷砖，满1000元返50元现金券，全场通用（家装公司、超市、样品，特价品除外）。
- 5、厂家联手，万款店庆特供商品限量特供。
- 6、购物满2000元可参加抽奖活动，100%中奖。
- 7、店庆专场团购会5月2日盛大开幕，机会不容错过。

超市篇：现货区满200送160，电器满1000直降500，涂料区5折起，更多优惠，店内咨询。

