

姓名:卖场类

服务真卖力 赢得好口碑

2011年中原家居行业年度中期综合调研试卷
满分:100分 考试时间:90分钟

试卷说明:

本套试题仅供中原家居行业内部使用,请拿到试卷的人员认真看题。试题没有标准答案,纯属行业参考。

年中大考之“中原卖场”

85

Part 1 简答题(3×20分)

1.今年上半年,中原家居卖场行业表现如何?

答:今年的3·15、清明节、五一小长假、端午小长假等假期,各家居卖场都打起了促销战,并且,大多数卖场基本延续了以往的促销力度。然而,消费者对商家打出的促销牌却似乎不太买账,回应平平。

近年来,家居行业营销正在打破以往由3·15、五一小长假、十一黄金周构成的“三足鼎立”的传统营销模式,更加多点和分散,只是营销侧重点和促销力度各有不同。但是,五一前后的消费集中放量 and 商家的大力促销已

透支部分五一之后的消费。此外,持续的楼市调控政策让消费者对于家居消费大多以观望为主,再加上6月份已进入装修淡季,此前靠惯性延续购买热情的消费者已呈“疲态”,因此,家居卖场5月份之后的促销不尽如人意。

2.家居卖场在先行赔付方面做了哪些工作?

答:2000年,居然之家率先在业内提出了“先行赔付”服务模式,这一服务模式很好地解决了消费者维权无门的尴尬。如今,该承诺在省会很多大中型家居卖场中被誉为经营理念之一。其实,喊一句口号并不难,而在执行力。

现阶段,家居卖场还存在管理不规范、商品问题多、售后服务弱等行业通病。与此同时,由于摊位制、市场经营分散、不便于管理,导致商誉低下、纠纷繁多,家居卖场发展前途堪忧,在市场竞争中,将面临严峻的挑战,也面临着升级与淘汰的生死抉择。因此,

各卖场若想在未来市场中取胜,一切经营都必须“以顾客为焦点”,既然提出“先行赔付”承诺,就要实实在在地执行,不要让“先行赔付”成为一种口号。只有这样,才能真正在消费者心中扎根,在市场竞争中赢得自己的一席之地,获得持续发展。

3.对家居卖场而言,什么才是发展的核心竞争力?

答:未来的家居行业,靠什么赢得市场?多位家居卖场负责人给出的答案是“服务”。随着家居卖场数量的增多、竞争的激烈,不少家居卖场开始苦练内功,全面升级服务体系。这不仅标志着中原家居行业得到了新的提

升,更意味着今后的服务或将更加贴近消费者。

家居需要大企业的承诺,能否赢得消费者,就看商家的服务做得如何。对家居卖场来说,第一年,你可以重点打造知名度;第二年,你可以提升

美誉度;第三年或者以后,就必须提高服务的水平了,比如,推出更加人性化的服务措施,贴近消费者,如商场员工会将产品的知识告知消费者。一个企业最大的核心竞争力不在规模大小、位置好坏,重点还在服务是否到位。

Part 2 综述题:(40分)

请概述中原卖场行业的竞争优势

答:家居行业发展迅速,消费者越来越理性,人们对家居产品的关注已经从过去的价格、实用等转变为产品质量、环保性能、设计风格、个性等方面,对高质量家居品位的不懈追求已经成为人们的共识。

家居卖场之间的激烈竞争,不再仅仅依靠“价格战”就可以完成,独特的经营理念、不断创新的营销模式、独

有的特色化服务成为卖场间竞争的利器。随着各大家居卖场重视服务能力的提升,不管是提供全方位的环保服务,还是提供全程指导的完整家居服务,都是差异化服务的表现。

作为一个综合性的家居卖场,如果站在第三方的角度,能够对入驻的各个品牌或经营主体进行规范,能够

在进行权威检测的基础上对所售商品做出真实的表示,对消费者来说就起到了正确引导作用。

实际上,在家居业竞争日趋白热化的今天,越来越多的家居卖场意识到,除了日渐同质化的服务之外,必须不断提高服务的层面,走上个性化服务道路,从而投入到深层次的服务领域才能赢得市场。

Part 3 试卷分析

家居卖场进入“扩张时代”

欧凯龙、居然之家、红星美凯龙、华丰灯饰界、凤凰名优建材城、中博家具城等诸多家居卖场,省会消费者已耳熟能详。除了这些老牌家居卖场,新晋力量也不容小觑。

坐落于郑东新区CBD的丹尼斯家具馆、掘金西南的中原百姓广场,以及致力于打造专业灯饰卖场的华丰灯饰界,都为硝烟滚滚的流通领域的战

场添上了更多不可测的因素。

家居卖场数量的增多,为行业带来更多的竞争,而对于消费者而言,最期待能以最优惠的价格买到心仪的家居产品。因此,不少业内人士表示,在家居卖场竞争不断加大的压力下,2011年的价格很有可能会“随行就市”。

任何行业从起步到发展成熟,都会逐渐进入微利时代。家居生产厂

家、经销商也不可能一直处于高利润水平,家居行业的暴利时代已经过去,随着市场的优胜劣汰,有产品会涨价,也有产品会降价。业内人士认为,一旦家居行业进入微利时期,家居卖场要充分利用每个获得利润增长点的机会,通过提高服务能力,加大品牌建设以换取消费者的人气。

本版文字:晚报记者 倪子

一周居事

大自然棕床垫 翡洛奇系列上市

为不断满足消费者的需求,近期,大自然棕床垫“大自然·翡洛奇”产品逐步进入郑州家具高端卖场欧凯龙和居然之家店。上市短短一个月,产品不仅得到广大消费者的喜爱,销售业绩也非常喜人。大自然棕床垫负责人表示,这或许就是大自然·翡洛奇带给消费者最天然、健康、环保、安全、舒适睡眠的好床垫。

近期,大自然·翡洛奇为新品上市再次抛出重磅豪礼倾情奉献给绿城消费者,还有体验价销售,这对消费者来说,无疑是一个好机会。据介绍,大自然·翡洛奇的材质采取天鹅绒面料和纯天然的棕丝,可以给消费者带来真正意义上的健康睡眠。 李红卫

左右沙发激情狂卖8小时

7月9日上午,左右沙发四大总裁空降郑州,在红星美凯龙、欧凯龙、丹尼斯、居然之家四大卖场举办了“激情狂卖8小时”活动。据了解,左右沙发此次活动推出了很多款特价沙发,原价14080元的沙发只卖4990元,买3000元送2000元,进店有礼等。

左右家私厂家让利,所有产品都为厂价销售,价格同比低30%-50%,吸引郑州市区及其周边城市近千名顾客。两天时间,四大卖场80个导购共接待顾客2000名。此次活动最夺人眼球的是现场抽大奖活动,奖品有2000元红包、LG30英寸液晶电视机等诸多超值大奖。 李红卫

美克美家“时尚变奏”系列发布

7月8日,美克美家2011“时尚变奏”新品发布会在北京举行。全新套系“时尚变奏”的诞生对美克美家来说将是感官与审美全新变革的一年。

据美克美家全国门店系统总经理赵革先生介绍:“在几年前,生活方式对中国消费者来说还是一个很抽象的概念,而如今对生活方式的认知已日渐深刻,消费者对自身真正渴求的生活开始进行系统化思考,并尝试运用专业的方式进行清晰的界定,购买行为也不再是为买而买,个性化的趋势越来越明显。” 小静

