



走进欧凯龙系列之品牌篇：



十五载风雨春秋,助力中原家居发展

品牌为王:欧凯龙渐成行业航母

六大核心词汇诠释中原领先家居品牌



有人说,21世纪是品牌为王的时代。毋庸置疑,一个企业若想长久发展,注重品牌建设是重中之重。

如今,中原社会经济发展日新月异,各行各业诞生了无数的知名品牌和优秀企业。其中,中原家居行业发展也是风生水起,一批知名家居品牌应运而生。而欧凯龙国际家居连锁集团更是之中的佼佼者,成为助力中原家居发展的“领头羊”。

从1997~2012年,历经十五载风雨春秋,硕果累累的欧凯龙是怎样一步步发展壮大,进而成为中原人民最信赖的家居品牌?今天,通过整理和分析我们归纳出了六个核心词汇,力图全方位揭秘这位驰骋中原,屡创奇迹的家居品牌——欧凯龙。

记者 王磊

核心词

布局

精耕细作 立中原择日厚积薄发

欧凯龙执行总裁吴大伟说过,要想在竞争中寻求更大的发展,必须先练好“内功”,欧凯龙会继续扩充郑州大本营,达到建材、家具、家装一站式服务。打好河南这个根基才能谈拓展,走向全国。

1997年,是欧凯龙这艘中原家具“航母”的起始年。这一年,省会郑汴路家具市场纷纷绽放,欧凯龙郑汴路万和家具城顺势而起。将现代家具流通服务理念与众多驰名家具品牌融入一体,开创了中原家具行业的新局面。欧凯龙凭借着高瞻远瞩的目光,独到的品牌意识开始了其发展壮大的脚步。

2002年1月1日,欧凯龙金水路国际顶级家具馆震撼登场,2003年10月1日,欧凯龙黄

河路平价家具馆隆重开业。2007年1月1日,郑州市西南区域单店面积最大的欧凯龙嵩山路国际家具馆璀璨开业。2009年10月1日,欧凯龙北环路国际家具采购中心盛大开业,标志着欧凯龙家具连锁战略布局的进一步完善。至此,欧凯龙四大商场屹立郑州四方,完成了郑州的初步布局。2010年1月1日,焦作国际家居广场开业,昭示着欧凯龙跃马中原布局全省的第一步。2012年欧凯龙全方位进军郑州建材市场的扛鼎之作——欧凯龙中原路国际建材家具采购中心4月29日盛大开业,掀开了欧凯龙建材家具一体化经营发展的新篇章。紧接着欧凯龙东区店也即将开业,标志着站在15年全新起点上的欧凯龙建材家具一体化的步伐愈发稳定和扎实。

核心词

荣誉

水到渠成

荣誉无数只因有口皆碑

一份耕耘,一份收获。

15年来,欧凯龙国际家居连锁集团凭借专业的市场运营和市场掌控能力,迅速成为郑州乃至河南省家居经营的第一品牌。另外,欧凯龙还是中国家具协会理事单位、广东家具商会战略合作联盟单位,并先后获得全国主流媒体信赖的家具卖场品牌、CCTV年度中原先锋企业、中国家居大河奖最具影响力品牌、中原消费者最满意家居商场、中原商业总评榜最具竞争力奖等众多荣誉称号。

“金杯银杯不如消费者的口碑”,如今买家具,在中原消费者的心目中,从来都是欧凯龙。这种信赖源于15年来欧凯龙一贯的忠实的承诺、一流的品质、优质的服务,以及其始终倡导的时尚创意家居和优雅的艺术生活。欧凯龙也已成为都市里温馨的家具象,深深地印刻在每一个来过欧凯龙顾客的心里。

核心词

时间

矢志不渝
十五年致力品质家居

权威研究发现:在快速发展的中国,民营企业的寿命一般3~5年。如果企业能跨过这道坎,一般都能走上正轨。欧凯龙,这个深耕于中原大地的家居品牌,这个始终引领着中原家具潮流,始终致力于品质家居、品位生活的企业,从1997~2012年走过了风云激荡、沧桑巨变的15年。15年锐意进取,15年辉煌跨越,欧凯龙忠实地记录下了中原乃至全国家居行业的发展进步,更用15年,创造了一个中原领先的家居品牌。

欧凯龙多年积淀而成的高端家居物流营销实战经验,在国内家居行业被视为成功典范。欧凯龙与中外知名家居厂商紧密携手,精诚合作,凭借完善的科学管理、品牌连锁的推广优势,形成具有欧凯龙特色的中高端家居连锁营销网络和领先于家居行业的家居商场运作模式和家居营销模式,将一系列精品家具和前沿的家居理念带给了中原消费者,引领着中原家居的发展潮流。

核心词

定位

创新模式 差异化成就市场典范

“定位”这一概念,自从上世纪70年代提出以来,便因其以消费者为导向、顺应营销发展潮流而迅速风靡营销界,成为企业占领市场的不二“法宝”。

欧凯龙的“差异化定位”即是定位营销的精髓体现。在中原家具行业,欧凯龙开创了一种运营模式:商场差异化定位策略。该模式被运用在欧凯龙各大商场中:欧凯龙金水路国际顶级家具馆定位于国际极品高端家具、欧凯龙嵩山路国际家具馆定位于国际化精品家具、欧凯龙黄河路平价家具馆定位于“精品家具也便宜”、欧凯龙北环路国际家具

采购中心定位于国际精品奢华。四种定位,开拓出四种与传统家具商场截然不同的局面。这一首创于欧凯龙的商场运营模式在中原家具行业绝无仅有,成为欧凯龙独有的标志性运营模式,发挥着越来越大的作用。另外,站在15年崭新的起点,欧凯龙的战略眼光也从单一的家具经营牢牢锁定在建材家具一体化这一符合市场趋势的全新经营定位上。欧凯龙中原路国际建材家具采购中心的盛大开业便是这一定位的典范之作。从此,欧凯龙全方位拉开了建材家具一体化经营的恢弘序幕,迈向新的辉煌。

核心词

责任

勇于担当

心怀感恩真情回报社会

如今社会责任已成为衡量企业品牌的重要指标,“用感恩之心回报社会”是欧凯龙的企业宗旨,自成立以来一直始终不渝。

当前,面对民族优良传统不断遭到外来文化的“侵蚀”,欧凯龙大力弘扬民族文化,将品牌文化、企业文化与中国传统文化完美地融合。始终将“家”的理念默默传承,营造了一个“企业氛围如家,顾客感受如家,让每个顾客都拥有一个健康温馨的家,让精品家具扮靓每一个顾客的家”的全新家居商场。

业内人士分析:欧凯龙“爱家”理念的传播其实就是一种社会价值观内涵的具体化演绎。欧凯龙的爱家理念就是倡导和谐社会,担负起行业责任的行为。在欧凯龙的提倡下,“七月七,我等你”成为中国情人节的铮铮誓言;“嵩山国学论剑”再现中华传统文化的恒久魅力;“真爱,源于初始的承诺”沉醉着共同的情感共鸣与心理沉淀。欧凯龙,创造了“大家”和“小家”共同的真爱与和谐。

另外,欧凯龙还积极地投身社会公益,比如在郑州高考期间“爱心助考”等公益活动,感恩回报社会,彰显品牌魅力。

核心词

服务

以人为本 五星级全程保驾护航

“顾客就是上帝”这句话经常被商家挂在嘴边,但真正做到这一点的还是少数。相关人士指出,商家的服务好坏不仅仅只有热情的介绍,很大程度上体现了售后服务的优劣。

为了切实保护消费者的利益,真正的服务好消费者,欧凯龙率先实施五星级售后服务:欧凯龙买家具,30日内无理由退、换货;欧凯龙对所售家具负全责,实行先行赔付;欧凯

龙保证全市价格最低,同城比价10倍退差;欧凯龙家具100%绿色环保。五星级售后服务真正的站在了消费者的角度,把消费者当做“上帝”。既让消费者买家具无后顾之忧,也保证了消费者能买到最超值的精品家具。

欧凯龙的五星级服务带动了家居行业的服务升级,提升了中原家居的服务环境,为消费者创造了一个良好的购物环境。