

TOP家居 | 年终盘点特刊

关注热点 贴近民生 终端销售 抱团取暖 商家各出奇招 逆市一路飘红 2013年中原家居行业影响力营销事件大盘点

2013年,家具行业前进的道路似乎越来越艰难,但一些企业仍然以40%的速度在高速增长。时代变了,市场变了,消费者的需求变了,同时也需要经营者自身的改变。品牌亟须建设,新兴渠道亟须探索,思路亟须改变。不变的是家具人的情怀。转眼又到年关,郑州晚报TOP家居推出“2013年中原家居行业影响力营销事件”专题。让我们一起回顾这一年品牌和商家的经典营销案例,它们所走过的道路,以及付出与收获。 郑州晚报记者 唐善普

欧凯龙

家居大鳄签约濮存昕为形象大使

影响代表作:6月14日,欧凯龙签约著名表演艺术家濮存昕作为其形象代言人。一名是德艺双馨、深受民众喜爱的著名表演艺术家,一个是有口皆碑、深受中原消费者信赖和喜爱的家居商场;一名是睿智儒雅、热爱公益事业的知名公众人物,一个是专注爱家、积极回报社会的优秀企业。正如欧凯龙执行总裁吴大伟所言:希望借助此次明星代言的契机,进一步提高欧凯龙的知名度和品牌影响力,取得新的进步和发展,为实现欧凯龙的长远目标打下坚实的基础。

的知名度和品牌影响力,取得新的进步和发展,为实现欧凯龙的长远目标打下坚实的基础。

TOP家居点评:欧凯龙和濮存昕,相遇时注定擦出不一样的绚烂火花,成就一段家居行业的佳话。签约一位与企业行业地位、高端形象相吻合的“明星代言”,成为今年欧凯龙家居品牌之路上最重要的里程碑。

郑州红星美凯龙

“2天来了”引爆新春家居市场

影响代表作:在“3·15”消费者权益日,郑州红星美凯龙延续往年“春装美家博览惠”的传统,围绕集团“2天来了”活动主题,配合以“中国好声音”人气学员平安等明星降临商场的契机,举行“社区好声音选拔赛”、义务植树、消费者维权、健康义诊等品牌营销活动,吸引了消费者的广泛关注和踊跃参与,一举引爆了新春家居市场,为2013年全年营销奠定了一个红红火火的基调。

踊跃参与,一举引爆了新春家居市场,为2013年全年营销奠定了一个红红火火的基调。

TOP家居点评:品牌商家同样要学会擅长利用消费者关注的人与事,在适当的时机,将传播“正能量”融入品牌营销中,收到的必将是“一两拨千斤”的效果。

佳和家居

“非诚勿扰 情定佳和家居”22对成功牵手

影响代表作:8月在佳和家居尚品馆成功举办“非诚勿扰 情定佳和家居”大型公益活动。通过电话、微信、微博、邮箱、QQ、相亲网等多种方式,3000多位单身朋友通过各种渠道咨询,500多位单身朋友成功报名。与此同时,佳和家居也通过调整产品结构、布置氛围、制作标语、检查消防设施、训练保安团队等做准备。活动成功牵手22对,获得了较强的社会效应。

设施、训练保安团队等做准备。活动成功牵手22对,获得了较强的社会效应。

TOP家居点评:建立交流沟通的平台,让单身男女相识、相知、相爱,共创和谐家庭、和谐社会。既帮助单身朋友找到了幸福,又宣传了“佳和”的品牌。可谓社会效应和经济效益双丰收。

居然之家

第二届总裁签售“惠”业绩惊人

影响代表作:7月20日至8月4日,居然之家举办第二届京派家具建材总裁签售惠:顾客交款满1000元直降350元,满2000元直降700元,依此类推;满额返现+送5%购物卡;交款满2000元再送5%超市购物卡;顾客参加活动累计交款满2000元领取抽奖券一张,奖品为10g金条。顶级品牌厂家联盟盛“惠”是一次年度内不可错过的京派家具签售盛会。现场气氛热烈,销售成绩超出预期。

一次年度内不可错过的京派家具签售盛会。现场气氛热烈,销售成绩超出预期。

TOP家居点评:现阶段家居卖场的企划营销核心是传播与整合,就是将更多的优势资源进行整合形成最大化的效果,尤其是电话营销和社区终端推广,往往能取得较好的销售业绩。

华丰灯饰

代表灯饰行业首次亮相郑交会

典型代表作:2013年郑州全国商品交易会展会期间参观人数达20万人次。华丰灯饰作为中部地区最大的专业性灯饰商场,联合商场内多家灯饰品牌商户组成参展团参加了本次盛会,这也是郑州灯饰行业第一次有组织、大规模地参与到郑交会中,华丰灯饰界受到了多方的热烈关注。

会中,华丰灯饰界受到了多方的热烈关注。方能见到另一片蓝天。华丰灯饰代表灯饰行业首次亮相郑交会,无疑为家居行业的营销打开了一个新的思路。对于推广灯饰品牌、扩大灯饰行业影响力有着重要的意义。



欧凯龙邀请濮存昕莅郑,零距离和大家接触。

生活家地板

一线联盟首秀现场签单3973单

影响代表作:一线联盟的首秀——9月15日,中原国际博览中心到场人数6000多人,现场签单3973单。首秀成功之后,一线联盟又相继推出了“12·1”装修大决战、“4·20”绝杀全场、“6·22”0元置家、“9·21”非来不可,这4次促销活动,每场活动到场人员都是爆满,签单都是3000单以上。箭牌卫浴、欧派橱柜、生活家地板、索菲亚衣柜、赖氏家具、红苹果家

具、慕思寝具、华丽灯饰、TATA木门、蒙娜丽莎瓷砖、赫兰集成吊顶都是建材家居圈里的大赢家。

TOP家居点评:这样的联盟、这样的活动场面只有一线联盟才能看到。之所以成功,离不开消费者对这些品牌的认可和厚爱。所以说,市场的占有率还得靠产品的质量说话。而独到的营销活动无疑是连接产品与消费者的桥梁。

合美嘉家居

买家具5年返款100%

影响代表作:“3年返50%,5年返全额,在合美嘉买家具不用花一分钱。”12月6日至12月28日,合美嘉家具返款额活动隆重登场,活动期间消费者可以享受厂家直供特价、倒贴价等特价产品,并且一线家具品牌也会采取八折优惠。此外,消费者还可以实现购买家具不花钱免费体验等。这次活动的特色是“返款”,即活动当天买多少家具,在之后将返多少现金。即本月23日参加活动,并于当天签订合同,等3年后的23日,也就是2015年的12月23日会返50%,再等两年返其余的50%。

TOP家居点评:在这个重软装的时代,越来越多的人把装修的重头放在家具的选择与搭配上。合美嘉家居在河南本土已经历经9年,被人们亲切地称之为“咱老百姓自己的家具商场”,接连推出的买家具返款额大型优惠活动,把“多赢”的大戏唱得风声水起。



福蒙特营销活动



左右沙发营销活动



赖氏感恩营销活动

福蒙特 举办首届福蒙特

中国中部家具博览会

影响代表作:8月22日至24日,“首届福蒙特中国中部家具博览会”启动,本次博览会强大的阵容与气势吸引了来自全国2万名经销商前来观展和订购。各项巨额调货优惠政策,各种精彩狂欢活动,令经销商们心动不已,纷纷下单,商贸洽谈火爆。

TOP家居点评:从3天的展会效果来看,福蒙特家居对中部消费市场的辐射力已然凸显,突破与创新为博览会的成功打下了坚实的基础,这无疑是值得考虑的未来家居产业发展方向。而福蒙特家居通过专业的策划将传统的“展销模式”进行升级和完善,推动行业新发展。这种勇于改变、敢于创新的精神值得推崇,而市场也期待能够涌现出更多这样的家居企业。

圣象地板

逆势而上的“万人空巷抢工厂”活动

影响代表作:9月15日,圣象地板“万人空巷抢工厂”活动在郑州国际会展中心举行。为答谢用户对圣象的支持和厚爱,公司准备了集团新推出的北美新实木家族系列、圣象强化锯齿纹系列等新品供大家品鉴,此外圣象总裁还准备了大礼。当天到场客户达2000多人,炎炎烈日下没有一个客户提前离场,客户对圣象的喜爱程度可见一斑。本次活动在郑州掀起了购物狂潮,4000多户郑州市民享受到了地板的优惠价格,也使得圣象地板在整个郑州深入人心,得到了消费者的认可。

TOP家居点评:这次活动对同行业的商家不仅造成了销售额度上的冲击,也让他们在企业营销模式上进行了“脑补”,同时圣象也将深耕细作市场,抓住每一次机会,做好品牌及服务,提升市场份额。



红星美凯龙营销活动

安信地板 安信地板“将工厂开到家门”

影响代表作:刚刚过去的12月7日,安信伟光(上海)木材有限公司再次将工厂“移师”郑州,由旗下四大工厂共同举办了万人特购会全省大型促销活动。活动现场的客户人数再一次突破了今年8月25日和7月13日的活动高峰,总体客户数量超过3700多户,这使得活动组织者河南安信总经理李建强先生始料不及,活动现场高潮迭起。安信地板全国经销部总经理刘国瑞先生更被现场广大消费者的狂热激情所感染,当场再次拿出优惠政策,一举创造了安信地板在2013年中全国市场最

为实惠的销售政策。

TOP家居点评:安信伟光(上海)木材有限公司在行业内开创“工厂团购”营销模式至今,已在全国主要城市累计开展100余场,该模式打破了行业传统的库存销售的供应链结构,将消费者提前预约意向产品作为核心出发点,通过数据统计与筛选,采取分类采购的方式,进而达到订单生产的最佳供应链模式。该模式有效地降低采购费用、物流费用、广告费用等综合成本22%,其结果就是能够为消费者提供更加实惠的选择。

赖氏家具 出奇制胜,整月销量增长200%

影响代表作:在家具业公认的一年当中最淡的季节,赖氏家具打破常规,策划了一场“辉煌赖氏,感恩与您”大型岁末感恩活动。活动落地当天,中博赖氏家具总店顾客络绎不绝,整个三层楼的卖场都挤满了前来领礼品和购买家具的人,并不断有顾客说“感谢赖氏家具还记得我们”。并自发地给前来购买的新顾客介绍家具的优势。正是这样的口口

相传,当天客流量达上千人,成单量几百单,仅当天的营业额比往年整月的销售还多,整月销量增长200%。

TOP家居点评:斥巨资宣传,赖氏打破以往家具行业营销的惯例——仅推活动折扣,赖氏利用感恩这个主题吸引顾客,实实在在地送礼(不下单也送),体现赖氏家具大品牌、有实力。

左右沙发 “十惠左右,一降倾城”

影响代表作:为喜迎杨澜成功签约左右沙发,恰巧十一将近,秋高气爽的天气,加上7天的长假,正是与家人、朋友一起旅游的好时节,左右沙发细心地考虑到这一点,于9月22日提前举行“十惠左右,一降倾城”大型促销活动。此次活动轰动业界,取得了巨大成绩,同时也给郑州消费者带来了实惠,获得了郑州消费者的好评。在活动结束后的一段时间

里,一直都有热心的消费者介绍身边的朋友以及亲友来左右沙发选购中国最好的沙发。

TOP家居点评:28年来,左右沙发只做一件事,做好一件事,为每个家庭奉献更舒适、更健康的左右沙发;28年来,左右沙发关怀家庭,给家庭生活一种文化、一次关怀,让幸福回归您的左右依旧真情左右,依旧左右幸福。

超凡装饰 “年终抄底狂惠”超值营销

影响代表作:12月14日~15日,超凡装饰举办了主题为“超凡装饰年终抄底狂惠”整体优惠冲击七九折”的营销企划案,大力度的促销。内容包括:交定金2000元返500元(凭超凡装饰定金收据到商会领取500元商会现金补贴);交定金5000元返500元另外加送2000元主材券;交定金10000元工程直接费八四折;凡现金购买主材满1万元,送戴丽布艺窗帘布艺套1套;凡现金购买主材满2万元,送戴丽布艺窗帘布艺套2套;凭借18年施工和研发经验,第一家提

出冬季装修完美解决方案,吊顶、防水、墙面基层处理升级不加价等多重优惠政策。活动现场咨询客户数量接近500人,超凡装饰共收到装修定金98个。

TOP家居点评:家装进入12月份,正值淡季,郑州所有的家装公司都会做最后一搏,以便为2014年积累客户信息和定金。传统思维都习惯于将策划点集中到“圣诞”或“元旦”这两个节日上,但超凡装饰反其道而行之,提前释放能量毫不夸张地说,这在今年的淡季市场创造了一个业内奇迹。

富魄力 27周年庆 床垫以旧换新

影响代表作:富魄力在成立27周年时,于12月2日~22日,举行“富魄力27周年,床垫以旧换新,约惠全城”活动。无论您床垫是何品牌、新旧程度如何,旧床垫就可抵500元换成新的。如果床垫出现咯吱、塌陷、结块等问题,工作人员将免费上门维修。维修期

间,还将免费提供备用床垫以确保消费者日常使用。

TOP家居点评:赢得消费者的支持、关心和厚爱,唯一的法宝就是对自己的产品要高标准、严要求,让消费者购买到合适的需求产品,享受到健康睡眠。