

# “居然之家 我终生奋斗的事业”

访居然之家郑州公司总经理蒯智勇



从2004年加入居然之家,到目前执掌居然之家郑州店,蒯智勇用了10年的时间。

10年来,他把自己的青春演绎成了一篇励志小说,从刚刚毕业的大学生,到家装部主管,到业务部副经理、经理,再到现在的郑州店的总经理,每一个岗位的历练,都给了他很大的成长空间,也让他深感肩上的担子更重。

郑州晚报记者 吴幸歌/文 慎重/图

## “居然之家是我的第一份职业,也是我终生奋斗的事业”

很少有人会把自己的第一份职业当作毕生奋斗的目标,蒯智勇却是一个特例。

2004年,即将大学毕业的他和很多同学一样正面临考研以及就业的选择。正在这时,居然之家到他们所在的大学召开宣讲会,当时吸引了很多学子参加,蒯智勇就是其中的一员。

“当居然之家介绍到该公司‘先行赔付’、‘绿色环保’的企业服务理念,连锁发展的企业发展战略,一站式的家居建材购物中心模式,以及他们愿意为年轻人提供一个共同发展的机会和平台时,很多同学都被震撼了,我也被深深地吸引。”

就这样,在居然之家这个来自京企的企业文化的深深吸引下,蒯智勇幸运成为居然之家的一员,不承想,这一干就是10年。

10年来,从普通员工,到家装部主管、业务部副经理、经理,再到郑州店总经理,从不了解这个行业,到逐渐了解这个行业,再到成为一名真正的业内人士,蒯智勇说,他成长了很多,视野也开阔了许多,每一个岗位的历练,都给了他很大的成长空间,与此同时,也让他深感肩上的担子更重,让他更加充满激情和斗志。

“居然之家是我的第一份职业,也是我终生奋斗的事业。”采访中,蒯智勇坚定地说。

## “作为居然之家的一员,我很幸运见证了居然之家的发展”

“作为居然之家的一员,我很幸运见证了居然之家的发展。”在蒯智勇看来,他在居然之家工作的10年也是居然之家快速发展、快速扩张的10年。

10年来,居然之家始终坚持服务为本、诚信为本的经营管理理念,不断更新企业服务承诺,从最初的“先行赔付”、“绿色环保”,发展到现在的“同一商品同一价”、“统一退换货”、“送货安装零延迟”、“三包服务期延长至三年”等,居然之家不断提升和推出的企业服务,树立了多个行业服务标准。

目前,居然之家已在全国大中城市开办了79家分店,营业面积达500万平方米,年销售额超过300亿元,连续8年蝉联“北京市十大商业品牌”称号,在家

居建材流通业处于行业领先地位。

“在未来的3~5年,居然之家的连锁步伐还将继续以每年20~25家的速度稳步向前推进,在2015年完成主要地级城市的布局并适时走出国门,连锁店数量超过120家,年销售额超过500亿元,成为中国家居建材流通业第一服务品牌和国际知名商业零售品牌。”

蒯智勇说,作为居然之家的一员,他很荣幸见证居然之家的快速成长。居然之家的不断发展壮大,不仅给消费者提供了更加方便、更加快捷、更加优惠的购物通道,更给他们每一个员工提供了不断进步的空间,让他们不断汲取营养,充实自我。

## “明年,居然之家会以崭新的形象展示在消费者面前”

今年,是居然之家郑州店开业的第五个年头。有心的读者会发现,居然之家亮相的频率非常高,几乎周周都露脸,月月有活动。而每次活动,不管是做促销还是推行新举措,都延续着其国企的作风,直截了当。

面对记者的采访,一向低调的蒯智勇把更多的功劳给了他的团队。“郑州店的管理团队很团结,也很进取,所有员工都能够尽心尽力,围绕着公司的发展献策献力,从而保证了郑州店每年都能够较出色地完成集团的经营管理目标。”蒯智勇说,在大家的共同努力下,目前,居然之家

郑州店已经实现了稳定、可持续发展的经营目标,居然之家的服务和口碑也得到了很大的提升,已经成为河南人民购买家具、建材的首选品牌。

对于明年的发展,蒯智勇信心十足:“我们打算对郑州店外立面进行改造,拟引进居然之家第八代馆的设计和施工。届时,居然之家会以崭新的形象展示在消费者面前。”蒯智勇说,除此之外,他们还将对店面产品进行升级,拟推行“欧美家年华”计划,对四层进行整体改造,引进、调整欧美家具,进一步提升居然之家品牌的含金量和市场竞争力。

# “橱柜品牌意大利宝 是我们河南制造的!”

访意大利宝(河南)实业有限公司董事长姚孟海



意大利宝橱柜是诞生在河南的橱柜品牌,但如今,意大利宝已经是全国橱柜行业一线品牌的一面旗帜。接受采访时,意大利宝实业有限公司董事长姚孟海自信地告诉记者,目前意大利宝橱柜已在全国众多大中城市成立特许经营网络,品牌影响力辐射全国大江南北。意大利宝橱柜借助多家全球著名的行业系统配套企业,形成了遍布全国的销售服务网络。每每说起“意大利宝是我们河南制造的!”总是倍感自豪。

郑州晚报记者 唐善普/文 慎重/图

## “意大利宝品牌是我们河南制造的”

“意大利宝这个品牌创立于2006年的夏天,意大利宝的英文名字是Elabor,意思是精工细作。”姚孟海说,意大利宝创立时正是中国橱柜行业大发展的阶段,当初,他们看到行业发展的前景以及目前这个行业所面临的一些问题,立志打造一个性价比更高、产品和服务能更受消费者青睐的品牌。于是就有了河南的橱柜品牌意大利宝。如今,这个名字已成为留存在消费者心中的“信得过的品牌”。

细数一下意大利宝橱柜获得的荣誉,就不难发现,这个品牌身上的光环同样光彩夺目:全国橱柜设计大赛金奖、中国橱柜行业最佳环保品牌、中国橱柜行业

最具影响力品牌、全国主流媒体最信任的建材品牌、中国环境认证绿色建材品牌、中国橱柜行业质量与服务双十强示范企业、中国连锁加盟十大诚信企业等。

在姚孟海看来,作为行业的优秀代表,意大利宝橱柜的成就绝非偶然,拥有完善的服务体系;以国际视角设计生活的“锐视·LIFE”设计团队;精工细作、优质高效的“产品孵化中心”;至诚服务、全心呵护的“用心系万家”售后体系等。

“这些全方位的服务体系成就了意大利宝人‘现代厨房整体解决方案专家’的美誉。”姚孟海说,每每说起“意大利宝品牌是我们河南制造的!”总是倍感自豪。

## “希望打造中部地区的第一品牌”

“做中高端、性价比高的产品,希望把它打造成中国中部地区的第一品牌。”姚孟海说,对产品的定位,决定了以后的发展方向。从当初的立足中原,定位中高端市场,紧跟国际家居业的时尚风向标,应用现代科技和人文理念,以典雅的外观,卓越的品质,完善的售后服务赢得了消费者,迅速成为“中原地区中高端第一品牌”。

这个过程现在看起来仍是“不容易”。用姚孟海的话说,主要得益于这几个方面:首先是创立之初品牌定位就很清晰,企业战略很明确,即做中高端的橱柜品牌,通过产品和服务为消费者提供性价比更高的产品。其次,在产品、展厅设计以及服务流程上很清晰。聘请一流橱柜设

计师进行产品设计,在整个服务流程上从一开始就建立了很完善的定制家居的整套服务流程。第三,打造团队,完善管理。从销售到制造,从产品到服务,始终把完善和强化内部管理,使企业管理能更好适应消费者对品牌和服务的要求作为核心,不断创新管理模式。第四,不断创新营销模式,不断创造品牌影响力。

谈到当下的行业市场,他认为目前的竞争,是优胜劣汰的过程,在寻求转型的过程中,很多人找到了自己的发展方向,包括企业定位、销售模式、优质服务等。“在未来5到8年的时间竞争会非常激烈,生存环境会更恶劣,但是好的品牌会有更大的发展空间。”

## “让中原消费者在家门口买到性价比最高的产品”

“厨房的健康环保不单纯是橱柜材料的环保,更是体现一个橱柜品牌对顾客的人文关怀。”姚孟海认为,橱柜不但要严控材料的环保,还要把橱柜的生产、设计、制作、安装、维护等流程环节纳入健康环保的范畴。

在他看来,橱柜行业要想打造新一代的区域企业代表,就必须追求一种文化的氛围,这种文化氛围指的就是团队素质、服务质量;要拼一种精神,形成自己企业独特的文化。

橱柜素有“三分产品、七分安装”的说法。因此,姚孟海对品牌服务的要求也更高。他告诉记者:“这个行业从流程上来说,制作的环节可能只占30%,但服务这个环节要占

到70%。”

意大利宝拥有一支良好的服务团队。提倡超值服务,既要求工作人员真诚,又要实效,从前期的导购、设计,到上门测量、安装调试,以及后续的维护、跟踪回访,公司要求工作人员都尽心竭力,就是要用脚踏实地的服务赢得良好口碑。

据他介绍,2013年,意大利宝投资一个亿的新厂将在明年4月建成,届时,生产的软、硬件都将与国内一流橱柜企业看齐,让中原消费者在家门口就能买到性价比最高的产品。意大利宝也将营销型向生产规模型转变,工程、网络、零售齐头并进,橱柜、衣柜、全屋定制产品全线升级。