红星三店联手
斥重金打造家居生活专家

红星美凯龙南京店总经理郭佑社

综观今年的家居市场，红星在南京三店的布局改变了整个南京家居商圈的格局。去年7月28日，在一场由家居业协会组织的关于“卡子门家居生活产业带”的论坛上，多家家居商场老总都认为卡子门前景很美好，但是卡子门家居商圈何时能热起来？当时大家心里都没底。一年后的今天，红星美凯龙递交了一份完美的答卷：它通过一波又一波出色的营销活动，把人们的目光都吸引到卡子门，使卡子门家居商圈迅速升温。

红星绽放 商圈共赢

去年12月8日，红星美凯龙卡子门商场全球家居广场精彩开幕，18万平方米的恢弘体量、时尚的玻璃幕墙、优美舒适的购物环境，让南京市民开了眼界。

回想红星美凯龙卡子门商场这一年的成长，红星美凯龙南京店总经理郭佑社感叹道：“能有今天的成绩，真的不容易。这一年来，我们经历了很多挑战，全球性的金融危机给家居卖场和场内商户都带来了前所未有的困难。”

在去年的“卡子门家居生活产业带”的论坛上，郭佑社提到商圈“竞合、共赢”的观点。他认为，卡子门家居商圈内的家居卖场之间，应该弱化“竞争”，而强化合作共赢的思路：“大家应该一起努力合作，带热卡子门商圈。商圈热了，每家企业都会受益，才能真正实现共赢。”

红星美凯龙卡子门商场开业后，郭佑社用实际行动实现了他的观点：红星通过不懈的努力，让家居消费者把更多的目光聚焦卡子门，同时也使得红星美凯龙的品牌形象更深入人心。

营销创新 打动顾客

红星美凯龙卡子门商场给人们带来的最大感受就是颠覆性的营销创新。同样类型的活动，红星美凯龙做起来就是别具一格、胜人一筹。郭佑社说：“单纯的让利、打折的促销方式已经过时，消费者也已经厌倦了。而商场贴现的方式，消费者并没得到多少实惠。所以，我们决定在营销方式上创新，围绕着消费者需求创新。消费者需要什么，我们就做什么。”红星美凯龙具体的做法就是：整合资源最大化，充分整合经销商、厂商的资源，把最具竞争力、最优惠的价格奉献给消费者。而商场方则着力增加服务附加值：如给消费者赠送实用的礼品、赠送苏宁电器提货卡。让消费者既享受到实惠的价格，又感受到红星的贴心服务。

出色的营销活动把消费者带到了红星，而细致的服务则让红星留住了消费者：除了30天无理由退换、同城比价三倍退差、绿色环保、先行赔付、客户满意百分百等六大服务承诺外，还有更多让人意想不到的贴心服务：在双休或节假日，商场内时刻流动着服务车，给顾客送茶送饮料、提供导购资料；在红星购物，经常会获得一些实用贴心的小礼品，细节处体现商场的人文关怀；红星团购车更可预约上门接团购客户……

展望明年 三店共辉

作为江苏家具建材1号店，红星美凯龙卡子门商场在2009年备受关注，不仅经营稳定而且还接待了数批政府视察，其中包括意大利贸易委员会考察代表团。红星美凯龙卡子门商场先后获得了由南京市放心消费城市创建活动领导小组、南京市工商行政管理局和南京市场管理协会联合颁发的“南京市创建诚信放心消费市场试点单位”的荣誉；由南京市工商行政管理局秦淮分局颁发的“12315消费维权联络站、消费者维权协会服务站”的荣誉；由南京市消费者协会颁发的“常务理事单位”的荣誉。

红星美凯龙卡子门商场即将迎来一周岁生日，在总结经验的同时，总经理郭佑社想的更多的是明年怎么做？通过市场培育，消费者对红星有了更多的期望值。如何不负众望，并且在明年再次实现跨跃，是郭总近日总和员工们共同探讨的一个课题。

郭佑社表示，明年集团将把南京卡子门店、中央路店、奥体店三家商场整合营销。三家商场将强化自己的特点发挥各自优势，共同完善红星美凯龙的品牌形象。卡子门商场将重点打造25个国际陶瓷卫浴品牌、4楼的欧美家具馆、灯饰馆；中央路商场将打造进口家具馆、儿童家具馆及软装基地；河西奥体店打造尚上生活家具馆，提供时尚家具，这些将成为明年红星美凯龙营销活动的重点。

精心打造 家居专家

许多客户并不懂得如何挑选家具、饰品、卫浴，如何把自己的家打扮得更有品位、更有文化，红星将充分挖掘设计师资源，并出重金包装红星首席设计师，以引领家居业的发展。在新的一年里，消费者还将有机会在红星美凯龙商场，与于丹、马未都等文化名人面对面接触。“红星正在与这些名人接触，想请他们来谈谈文化与家居生活的关系。”

同时，卡子门商场还将加强对一线导购员的培训，使之成为家居生活专家顾问，让他们懂家居、懂设计、美学、心理学，能够实实在在地帮助消费者，提升消费者居家品位。

（童婷婷）

120平米精装全包2.68万元

翼超透明价格、工艺专题家装套餐解析会11月14月–15日隆重举办

报名热线：84716727

上周“透明价格、工艺专题家装套餐解析会”2天共接待客户93户，交纳定金客户有57户。从这一点就可以证明市场经济促销方法，适者生存，对于企业，市场就是最好的“裁判”，产品质好价格，受消费者青睐，就能迅速壮大；相反如果价高质差或虚假等等，就无人问津，这也是以证明诚实、有力、更者以的268精装套餐能深得民心的。

去年春节过后，一直以透明家装为服务宗旨的南京家装老字号——翼超装饰，推出268精装套餐，立即在市场上引起了强烈反响，不少业主纷纷来电咨询，在目前南京装饰市场激烈竞争高涨时，翼超却能以25800元做120平米精装全包，引起业界内外的震撼。事实证明，268套餐一问世就受到消费者的热烈追捧。据公司负责人介绍，这种家装套餐突破了以往模式，把实惠让给客户，明明白白，以高品质低价位取胜。

（张文 吴小敏）

精装套餐26800元

在翼超装饰公司您可以看到26800元精装套餐详细报价，以120平方米面积为例，三室二厅一厨一卫，大二+小村+铺沙合计工程直接费用25800元，价格科学实惠，套餐一目了然包括材料、工艺、施工场上会达到一站式服务材料，项目一包括乳胶漆、门、门套、门锁、踢脚、瓷砖、橱柜、吊顶、洁具、灯具、水暖等主材工料，共计122小项，难怪马桶圈、抽纸盒、毛巾架、卫浴配件这些小东西也包含在内。其中瓷砖、地板、洁具、灯具有多种品牌可以选择。报价一都清晰标明了材料、名称、品牌、规格、质量等级、单价、工艺标准、一清二楚，地板有“德宝”“英尚阳光”“爱尼法宜”“九科松”等，洁具有“安华”“美标”或“箭牌”等，瓷砖有“马可波罗”“白鹭”“欧神”“益利宝”“奥米新”……多多样品品牌供客户选择。

客户：省心、省力、更省钱，预算=决算

亚东城小区陈小姐：“房子已装好到了，上网了好几家装饰公司，最终在翼超定了下来了，我家135平米毛坯房总价32000元，其中含料27700元，改也改造不大，套餐外增加了3200元做了衣柜门和吊顶、也选型漂亮。翼超套餐中单项费用可以与一项客户自价复杂比较，最关键的是材料用的都是一级品牌厂家产品，平时上班比较忙，亚东城又远不方便，这样最省套餐后，所有材料都是在翼超采购，包括材料的运输、退、补、换货都有专人负责，真是太方便了，而且还很实惠！现在有些公司报价很低，等工艺、施工、工期进步后项，而翼超并在今日中明明事实独算一下算，实际上没有改变，物有价值。”

亚东城陈小姐装潢后新居一客厅

为什么能做到高品质低价位

翼超：“主要，主要不是价格线，只是家装经营模式的改变，这种模式有利于客户，有利于材料商，有利于装饰公司，达到共赢，最终受益者还是客户，268套餐之所以受到消费者欢迎，是我们实实在在的实惠给客户，这个实惠不是一时半刻，而是来说我们是正在整合材料资源，减少中间环节，翼超公司采用集团采购或自产方式来降材料，价格最有保障。从而降低材料价格成本，另一方面合理控制管理运营成本，加上设计师图纸打“客户多一点，利润少一点”四薄利多销的原则，中间差价，主动减少让给客户。所以可实现以实惠价格为客户，所以可实现装修开支少节约20%；在服务一套餐单人员型设计师，客户可根据自己的需求与设计师沟通，设计师会根据客户的需求与设计师沟通，设计师会根据客户的需求与设计师沟通，设计师会根据客户