

消费需求日渐升级

服务成家居业竞争法宝

◆ 消费者越来越“苛刻”

如今的消费者最关注什么? 他们的不满主要针对什么? 针对这些问题, 记者先后采访了多家知名家居企业。众人皆言, 虽然消费者第一关注的依然是产品质量和环保, 但随着家居行业的自律和发展, “消费者与企业掰扯产品合格与否的事情算是老黄历了”, 目前消费者更多的抱怨集中在产品的前期咨询、后期配送、维修等服务上, 消费者越来越“苛刻”了。

除了要买到好产品, 消费者还要求“买得省心”、“买得爽”。“导购员的态度有时也会被投诉。”某知名家居企业人表示,

导购员说话语气是否到位, 态度好坏以及是否存在夸大宣传等问题, 也成为消费者关注的重点。而越来越多的消费者更加关注“品牌附加值”, 这点在高端家居消费中表现得尤为明显。消费者们对于手工作业产品的瑕疵似乎有些“零容忍”。家装工程客服部人员就表示, “木门、橱柜在运输过程中的一点小磕碰的返修也不接受。”虽然很多消费者能够理解细节部位或者部分环节出问题, 但他们“更看中品牌解决问题的速度及诚意”。内部人员透露。

◆ 企业在鞭策中成长

越来越“苛刻”的消费者其实代表着的是一群逐步成长的消费客群。某家居企业人就认为, 随着大量咨询和知识的累积, 消费者关于家居消费方面的专业性知识增加, 维权意识也大大增强。“以前产品出现问题, 可能赔个产品就完了, 现在消费者可能还会要求连带的财产损失、人身伤害赔偿、误工费甚至精神损失费等。”而这些都要求企业客服人员熟知消费者权益保护法、产品质量法等法律法规, 更高的维权成本也让各生产企业更加注重产品的质量和服务。“消费者的变化其实也

促进了行业的进步, 很多厂家也意识到了售后服务的重要性, 产品好做、好卖是一方面, 但要维护企业品牌和荣誉, 售后服务就一定得跟上。”

“无论是消费者还是我们企业, 其实都在共同成长。”某家居企业人就表示, 消费者消费需求的提高一方面会促使企业提升产品和服务, 而家居行业是个以民营企业为主体的行业, 是完全竞争领域, 品牌企业一直在改进产品和服务质量, 逐步提高了消费者的标准, 两者是“水涨船高、互为促进”的关系。

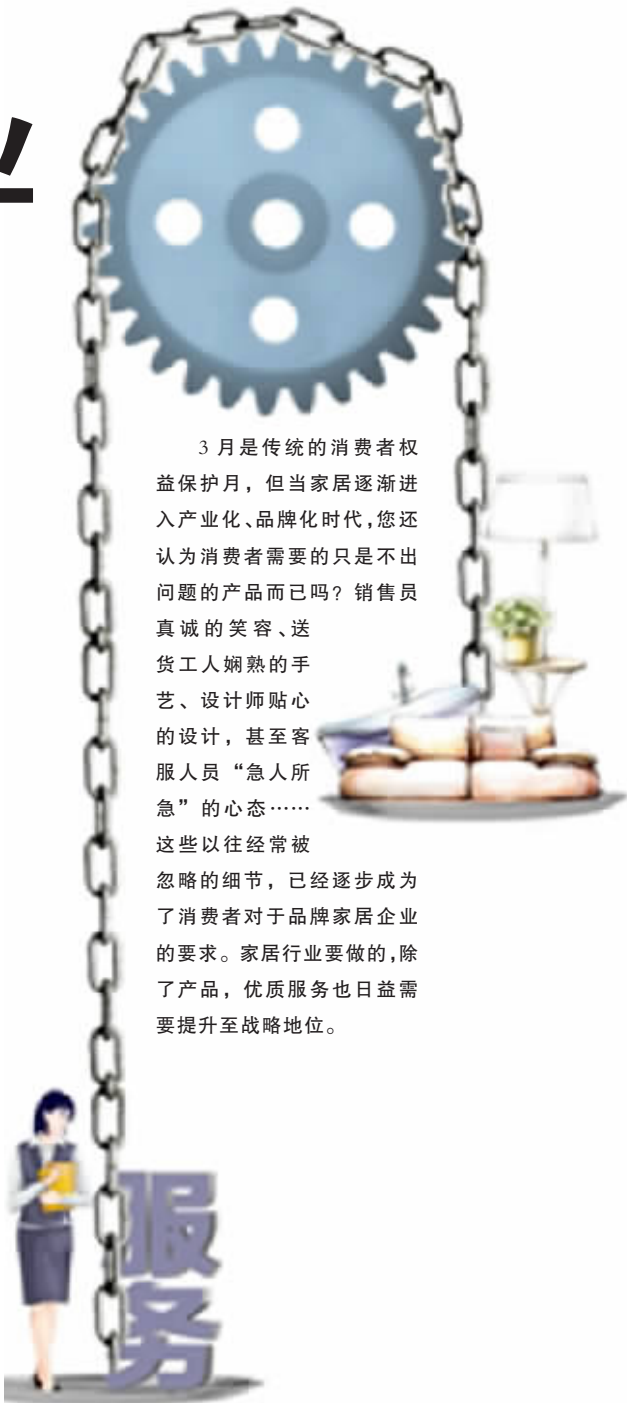
◆ 拼服务已成品牌企业共识

针对市场和消费者的变化, 拼服务越来越多地成为了品牌企业的共识。京城卖场的表现可圈可点, 如居然之家先后启动了“先行赔付”、“安装送货零延迟”等服务, 还将推出“延长三包期限至三年”的服务, 力求通过更好的售后服务提升消费者满意度; 集美家居推出“可修可不修的以修为主、可换可不换的以换为主”等承诺; 蓝景丽家则要启动“满意服务品牌联盟”……

受访的所有业内人士都认为“优质服务”是现在竞争的重要法宝。“其实现在家装公司的经营模式都差不多, 只有拼服务才有口碑, 有了口碑就有了回头客嘛。”有

的公司则早在几年前就把服务细致到导购员的微笑上, 也由此卓有成效, 口碑效益获得双丰收。

不过, 也有卖场方面表示, 一些厂家对提升服务的认识还不够, “不是真心实意的提升服务, 而是跟卖场玩猫捉老鼠的游戏。”某家居内部人员表示, 随着行业的加速发展, 服务的重要性将越来越凸显, 也越发成为品牌企业的拼抢阵地。居然之家方面则表示, 在尝到服务带来的甜头——回头客和口碑之后, 越来越多的“以销售为主导”的企业开始重视提升服务, 企业在一次次的卖场强制服务标准的推行中获得了口碑和回头客, 反过来促进了服务的进一步升级。



3 月是传统的消费者权益保护月, 但当家居逐渐进入产业化、品牌化时代, 您还认为消费者需要的只是不出问题的产品而已吗? 销售员

真诚的微笑、送货工人娴熟的手艺、设计师贴心的设计, 甚至客服人员“急人所急”的心态……

这些以往经常被忽略的细节, 已经逐步成为了消费者对于品牌家居企业的要求。家居行业要做的, 除了产品, 优质服务也日益需要提升至战略地位。



曾被忽略的餐具那些事



每日三餐, 少不了和餐具打交道。你选择的餐具材质是否健康? 让我们一起来关注曾经被忽略的、关于餐具的那些事。

瓷器——最常用 材质揭秘

★骨瓷: 瓷质餐具中的高端产品, 严格的质量标准是由英国制定的。由于加入了骨粉, 所以瓷器变得更轻, 上好的骨质瓷的骨粉含量应是 40% 以上。骨瓷胎体薄, 在灯下能够透光。

★瓷: 经过高温烧制, 非常结实耐用, 表面密实, 没有气孔, 光泽度好。我们一般使用的餐具都是瓷质。

★炻瓷: 如果你喜欢手工打制的风格, 推荐选择炻瓷, 由于原料使用的不同, 所以呈现出的颜色也不一样。

★陶: 厚重、风格随意, 胎质疏松, 所以就没有那么结实, 表面有气孔, 容易被染色。

健康提示

瓷质餐具分为釉上彩、釉中彩、釉下彩。釉下彩的花色被釉层覆盖, 釉中彩是色彩夹杂其中。由于颜料中含有铅、镉等有害金属, 因此釉下彩更安全。长期使用釉上彩工艺制作的餐具盛放醋、蔬菜等有机酸含量高的食物, 重金属会缓慢被人体吸收, 久而久之可能引发慢性重金属中毒、免疫能力下降及血液系统疾病等。

玻璃——造气氛

材质揭秘

★钠钙玻璃: 家中普通的玻璃杯、碗都是这种材料制成, 它的适应温度差只有 50 摄氏度, 如果从冰箱冷藏室内拿出, 然后马上注入沸水, 就存在破裂的可能。另外, 钠钙玻璃制品不建议在微波炉中加热, 存在一定安全风险。

★硼硅酸盐玻璃: 也就是耐热玻璃, 常见的玻璃保鲜盒就是用它制成的, 它强度大, 急变温差达到 110 摄氏度左右, 可以放心地在微波炉、烤箱中使用。

★钢化玻璃: 破碎后没有锋利尖锐的碎片, 其耐热性也大大增强。不过, 不建议将钢化玻璃餐具放入微波炉内加热, 否则可能损害产品。

健康提示

水晶玻璃餐具是一种颇具威胁的铅污染源。由于水晶制品中的氧化铅含量高达 20%~30%, 所以用它来盛水, 一般不至于引起铅中毒, 但若用来盛酒, 酒会将水晶玻璃制品中的铅溶解出来, 时间越长溶解量越多。

(妍丽)



欧凯迪国际家居广场提前引爆 3·15

□记者 田松平

本报讯 哪怕你是在为蜗居生活准备, 亦或是为了新家装修在家具品牌和价格上犹豫不决? 甚至因为装修预算而对喜爱的家具望而却步? 现在, 这一切通通不是问题! 欧凯迪国际家居广场“3 月 9 日~10 日惠民总动员”活动, 将于 3 月 9~10 日两天引爆周口, 给您的家一个蜕

变的理由。

本次活动, 欧凯迪国际家居广场携中国高端品牌家具, 推出购物满 2000 元抵扣 100 元, 满 4000 元抵扣 200 元, 满 10000 元抵扣 500 元, 满 20000 元抵扣 1000 元, 最高抵扣 10000 元封顶的让利活动。还在为喜爱的家具品牌价格太高而却步? 现在正是机会! 用最实惠、最超值的价格买到你所需要的理想

产品。

此外, 活动期间在欧凯迪商场消费的顾客凭销售合同可享受大自然地板和梦天木门折上折优惠! 同时, 凡进店前 200 名顾客凭欧凯迪 DM 单面或贵宾卡即可领取现金红包。

本次活动欧凯迪国际家居广场不但准备了液晶电视、三开门冰箱、现金红包等超值奖品, 更是增

加了抽奖频率, 商场在活动日将在不同的时段开始抽奖环节。

据了解, 本次欧凯迪国际家居广场“3 月 9 日~10 日惠民抄底总动员”活动主要目的是为了回馈周口市民, 将“感恩周口、回馈市民”这一永恒不变的主题持续到底, 坚信到时定会让广大周口市民心满意足地买到自己称心如意的家居产品。