

大牌云集 价格实惠

家居建材博览会报名火爆

□记者 田松平

本报讯 由本报组织的最大规模和影响力的2014年家居建材博览会将于9月19日至21日在周口五一广场隆重举行。逛三天展会省心省力更省钱,这将是市民选择家装公司和选购建材的大好时机。该消息一经发布即引来不少商家和消费者的关注。龙发装饰、华鹤木门、创维彩电、东鹏陶瓷、恒洁卫浴、摩力克窗帘、德国艾仕壁纸、皮阿诺橱柜、诺贝尔瓷砖等众多家居家电品牌纷纷要求参加此次展会。

随着房地产市场的渐渐升温,其产业链越拉越长,给周口的家装市场提供了良好的发展空间,但许多消费者都希望推出更多的“一站式”品牌装修,节省装修时间,避免四处选材、砍价等麻烦。家装建材家电展就提供了“一站式”的服务,让周口的消费者不必再东奔西跑选装修材料,真正做到逛家装展会一步到位。

本届品牌展销会以“舒适、时尚、健康”为主题,在有限的家居生活空间,为装饰平添几分文化气息,透露出与众不同的生活或艺术风格。作为周口最大规模的家装展览

会,此次展会以服务周口百姓为宗旨,将时尚简约的家装设计、装饰施工与装修材料、家居电器、家具、软装饰品采购融为一体,为市区市场缔造装饰采购“一站式”商洽平台,致力将“家博会”打造成为引领市区家居生活的晴雨表和风向标。

据悉,本次展会预计展位接近100个。为使参加企业取得预期效果,组委会通过全方位的广告宣传、目标客户和观众的极力邀约等方面入手,向社会各界展示参展商最新的家居设计理念,更好的施工技术,低碳环保的装饰材料和更先进的家居产

品。目前招商情况显示,市区知名装饰公司进驻本次展会,瓷砖、卫浴、橱柜、厨房电器、地板、供暖、门窗、衣柜、吊顶、墙纸、开关、家具、沙发、家电、新型节能建材一应俱全。

此外,各参展商在展会期间会推出一系列的现场优惠促销活动,有关详细信息组委会将会陆续公布。届时,市民可乘此次机会,一步到位买建材。

2014年家居建材博览会,一场不可缺席的盛典,我们衷心期待您的关注和参与!咨询热线:13526257619

靠谱家居门店的 10 个细节

消费者在逛家居店面时,面对一无所知的产品和从没来过的市场,不免感觉无所适从。店面作为品牌的终端形象,消费者可以从内外部环境、店面陈列、导购态度等细节了解到大量信息,为购物消费提供指南。

外部装修
自成风格

1

不管是大卖场还是品牌店面,从其交通位置、外立面装修、停车量可以看出一二。如果交通位置优越,四通八达,那么这个店面的人气不会太低,汇集的品牌也比较多;外立面装修不在乎富丽堂皇,但最好体现出卖场或者品牌的风格,如果只是普通建筑并无太大标志,要么品牌低调,要么投入不多,其内部装修可能也不过尔尔。此外,还可以观察其停车场车流量,如果车流不多,人气也不太旺,消费者要判断是否适合进店消费。

内部装饰
体现实力

2

店面的内部装饰体现了卖场或品牌的实力,也体现了管理者对店面的重视程度。此外,店面装修风格也体现品牌定位和目标人群。舒适的内部装饰让消费者赏心悦目,但过度的装饰也可能让消费者认为店面定位高端,“吓跑”大众消费者。因此,店面内部装饰要符合品牌定位,如果装饰太差,可以看出品牌对自己店面形象不够重视,消费者须慎重考虑。

3

店面陈列
富有美感

4

店面产品陈列,包括合理分区、灯光风格、橱窗设计等,都体现了一个品牌的理念。购买家居产品是为了装饰家庭,如果品牌自己的店面陈设都很平淡,要么是厂家没有花心思准备,要么这个品牌的审美设计水平确实很差,其生产的家具也不会让人有太多期待。

导购水平
形象代言

5

导购是店面的管理者,也是品牌的形象代言人,消费者对于品牌或产品的任何问题,都希望从导购这里得到解答。因此,导购员的服务态度、专业水平、甚至说话做事风格等细节,都决定消费者是否买单。同理,如果导购态度不佳,或者对品牌产品了解甚少,对于消费者的问题回答不出来,那么建议您去下一家看看了。

品牌定位
符合消费

5

不同的品牌定位不同,每个消费者对于购买产品的功能、价位也有大致的期盼,因此,在品牌店面中,消费者要首先看其店面装修、产品设计、价格等信息,判断其品牌定位与自己的消费预期是否相符。品牌定位太高或者太低,都应该理性筛选掉,寻找适合自己的产品。

产品质量
精细可靠

6

消费者在听导购员介绍时,不要忘记考察产品质量,做出自己的判断,例如板式、实木家具要多看细节处理,软体家具可以试坐试躺,亲身体验产品质量。如果质量不佳,即使店面条件再好,也不用考虑购买。

服务承诺
落实到位

7

家具等产品属于大宗消费,买后往往使用多年,因此商品的售后服务也是消费者需要考量的。无论是卖场还是品牌,一般都会对商品售后服务做出承诺,如果不敢做出承诺,或者承诺没有落实到纸上,那么这个品牌的可信度也不会太高,消费时需要谨慎。

周边店面
气质类似

8

卖场是销售平台,品牌独立店面也并非单独存在,看看旁边的店面也能对这个店面的定位有个初步了解。如果位于卖场内,相邻的店面的定位、产品往往相似,如果是独立店,那么周围的其他品类店面,甚至周边的家居消费圈,也决定了这个店面的气质。消费者可以根据此判断其品牌的定位,进行综合判断。

官方网站
符合实际

9

官方网站、品牌简介是一个品牌的另一张脸面,虽然没有在店面陈列,但是消费者如果想了解一个品牌,在进入其店面之前,不妨在网络上搜索一下,看看其官方介绍。如果品牌没有正规的官方网站,那么这个品牌可能影响力也不大;如果其官方网站介绍与店面介绍不符,那消费者要小心了,要么是厂家要么是导购在夸大或说谎。

他人评价
辅助判断

10

看完品牌的店面,消费者不用立即下单,可以通过其他渠道对品牌进行更深入的了解。例如通过卖场的咨询台打听其销量、销售口碑,询问购买过其产品的消费者等,让他人对其品牌和产品进行客观评价,辅助判断。(冯静)