

M 名匠装饰

MING JIANG DECORATION

地址:东进路美食街41号(宝龙正南对面)

电话:0515-89891218 全国联保电话:800-888-6012

“黄金周”成色不足 这个十一有点“冷”

促销常态化,“黄金周”集中式消费难现

今年中秋国庆节喜相逢,卖场在“双节”上做足文章,不少商家从九月底就打出双节优惠活动。国庆期间,大部分家居品牌都有折扣优惠,厂家折扣与卖场优惠齐上阵,力度不小。某家居品牌导购员表示:“十一的促销力度还是可以的,一是因为临近年底,下半年的业绩冲刺主要依靠这个双节节点;二是配合装修“旺季”,一般房子装修多会选择在九、十月份,即使不在这两个月装修,有装修意愿的也会在节日期间看看有什么优惠活动。”

“十一”促销力度虽大,家居卖场也比平日热闹了不少,但客流多,并不意味着销量就好。在长假结束的第一天,笔者致电部分商家,他们均表示十一期间业绩并不亮眼,销量未达预期。

笔者假期走访市区各大家居卖场发现,客流量较平时多了三四成左右,许多消费者都是拖家携口来逛卖

场,一位正在某橱柜店里挑选产品的李女士表示,她打算利用假期把红星美凯龙、高力、奥华等卖场都逛一遍,看看产品、询问价格,再进行对比,“要是在平时肯定没有这样的时间,正好趁着长假打算花五六天时间集中逛逛卖场,也不一定非要在这个假日下单,反正现在促销频繁,下个月还有个双十一,这次来主要还是先看看。”笔者发现卖场里尽管客流量增大,但是像李女士先观望,不着急下单的消费者不在少数。

在少业内人士看来,近年来黄金周促销已经开始弱化。“五六年前,节假日营销能占到企业全年销售额的10%左右,在促销常态化的大环境下,平时的优惠活动也不少,消费者也不会专门将装修放到节假日咨询。同时,生活水平在提高,不少人会选择在难得的大长假里出行。”业内人士表示。

“金九银十”历来是销售行业的必争之地,尤其是家居行业,秋天传统装修旺季的到来,让不少商家做足准备,抢战市场。国庆黄金周作为四季度业绩冲刺的重要节点,家居卖场、装饰公司等都推出各种促销活动,然而,刚刚过去的“十一”黄金周,家居行业销售业绩却未如预期。业内人士表示,随着促销常态化,“金九银十”的含金量在逐步下降,考虑到惯性的长假消费因素,家居企业仍对其比较看重,但以往的促销高增长局面难现。



□吴仕巧

竞争激烈,传统节点被“稀释”,消费者越趋理性

为何消费者对传统节点的热情锐减?业内人士表示,家居建材市场的促销活动愈来愈频繁,例如大型卖场会举行统一的促销活动,各个厂家向商家推促销政策,商家又向消费者推出自己的优惠、折扣等。市场竞争越来越激烈,不少商家会想尽办法做活动来吸引消费者,比如将周年庆活动延长或自己创造节点,像“瓷砖节”、“顾家日”等,各种促销活动数不胜数。对比之下,如今国庆黄金周只是众多的促销活动之一,而消费者对促销已经产生了“抗体”,传统节点促销的影响力逐渐被冲淡。

“现在促销活动太多了,每隔一段时间就有大型的砍价会、团购会。”某地板商家表示,丰富的促销活动,让消费者有了更多选择,“十一”这样的传统节点促销,在消费者心中自然就逐渐失去“最低价、最实

惠”的印象。

不少有装修需求的消费者表示,他们并不会特意等待黄金周的促销活动而购买建材。在城南某卖场内选购家具的黄先生说:“并不一定要在黄金周下单。感觉卖场内一年四季都有商家在做促销活动,是否下单主要看自己有没有需要。如果真的很急,不用等到‘十一’就会出手;如果不急,可以先了解一下行情,即使‘十一’过后再来买,价格也不会相差太大。”

另外,随着“双十一”、“双十二”等各种购物节的应运而生,卖场促销节点增多,部分消费者会选择“错峰消费”,消费理念越来越理性。

一个毋庸置疑的事实是,如今家居行业分食者越来越多,分食手段越来越强,市场竞争将日趋激烈。在接下来的年底冲刺阶段,家居企业还需再加把劲。

提升品质、强化服务、做大品牌,创新营销突围

在促销常态化的环境下,消费者对企业的促销已经麻木,这就要求企业从产品和服务重点发力,再以此提升品牌力。消费升级,消费者的品牌消费意识逐渐增强,企业在提升服务上下功夫,在营销手段上争取创新,利用移动互联网营销来突破,这些都是家居企业立足长远所必不可少的。

任何行业,要健康有序地发展都必须明白,价格战永远是最初级、最原始的竞争,真正决定市场的不是价格,而是产品

的品质和服务。家居行业更是如此,一次装修关系到业主几年、十几年甚至几十年的居住品质,所以产品质量过关是第一位的,人性化的售后会为品牌加分,优质的售后服务,将为企业商业模式、盈利模式甚至发展模式的创新,提出了多种可能。

事实上,不论市场环境如何改变,总有一些品牌屹立不倒,销量稳步提升,究其原因,无外乎品质硬、服务好、口碑好,群众基础牢靠,比如方太、好莱客、德尔、恒洁等等。

“除了提升服务,商家们也可在营销、促销方式的多种多样上多下功夫,比如提供体验式消费、错峰促销、趣味互动促销、线上线下同步营销等等。”业内人士认为。



一箩筐的家居疑难问题,应如何解决?本刊为此开设读者服务平台,加快解决各种家居方面的问题。可关注本刊微信公众号《盐报微家》,微信号:ybweijia。

