

品牌营销是未来的行业方向

专访华然装饰品牌运营中心总监张羊兵



现实:外部环境要求企业修内功

“从宏观来看,今年的整个家装行业形势仍然不是太好,但安徽区域内市场的成长空间很大。”

谈及今年的市场,张羊兵以业内时常提及的“冰冻期”来概括。2010年以来的地产调控使家装上游市场急剧萎缩,2012年以来经济大环境的动荡也使消费者的信心指数颇受影响,从全国整体的家装市场来看,形势并不乐观。

未来:创意为先,品牌引领

“企业需要明确的市场定位,需要知道自己要准备什么,要获得什么,然后在目标市场里打响品牌。”

对于家装的消费市场,张羊兵认为,已经逐步从原来的“橄榄式”逐渐变为现在的“哑铃式”。目前以刚需为主的房产市场给家装行业带来了深刻的影响,促使家装也形成了小套、别墅项目居多的市场局面。

“楼市始终是家装市场的风向标。”今年下半年以来楼市的逐渐复苏,也给家装行业

共赢:在品牌诉求上寻求合作

“平面媒体在对企业品牌内涵与企业文化的展现上更有优势,我们期望在企业的品牌诉求上获得更深入的合作。”

“媒体的创意探索将成为行业发展的指标。”2012年,华然装饰与《市场星报》合作完成

这样的市场环境如同大浪淘沙,唯有内功扎实的企业才能稳立滩头。值得庆幸的是,安徽家装行业市场相比全国仍处于成长期,这也就给安徽众多的家装企业留下了修炼“内功”的空间与时间。

“安徽目前的家装市场,一方面同质化的产品与服务仍比较严重,各家企业市场与自身定位都尚不清晰;另一方面装饰行业中对品牌的重视程度还不够,品牌竞争阶段还不成熟。从管理机

点燃了希望。“但从房产到家装的反应波长至少要半年,甚至更长。”张羊兵认为,家装行业的“回暖”或许要到2013年底甚至2014年才会来临。

洗牌过后的市场,要求更加精细的市场定位与划分。“根据消费者的需求引导出市场,装饰公司需要找准自身定位,针对各自不同的市场细分进行转型。”

在未来的发展上,张羊兵表示,华然不会盲目的扩张,而是会将重心放在专业的强

制来看,安徽家装行业也尚有成长空间。”

对于省内的市场,张羊兵有自己明晰的判断。继续打造高品质服务,以品牌引领企业发展,这是华然目前的首要任务。

在内功的修炼上,华然从来不计较付出。即便是在市场萎靡的2012年,华然依然斥资近20万组织企业一线员工进行专业技能大赛。“一线员工是企业的手脚,再浑厚的内力也需手脚配合方能施展。”

化上。“专业化是一个行业未来发展的线索,无论是设计、施工,乃至资源的整合,我们都将在探索中做出口碑,做出品牌。”

“创造性是华然成长至今的生命线。”从推出省内第一个设计师收费,到出台第一份施工合同样本,再到“整体家装”概念的首次提出,华然始终走在安徽装饰行业的前列。“这个行业发展时间不长,但是固化的东西很多。只有不断打破行业内的固有做法,才能不断获得突破。”

的发展,通过对业内企业的展现,也让消费者更加了解这个行业,有助于企业与消费者的沟通。

“关键在于权威、公正与号召力,对于《市场星报》此次评选,我们还是充满期待。”张羊兵笑着说。

华然,安徽高品质家装的倡导者……

2.11 别墅设计精品发布会

4.21 整装时代·主材预购会

2.17 春装居尚汇

3.18 幸福装满家
置地栢悦公馆

6.2 品质居家乐享生活
华邦世贸城

7.14 冰点行动第②季

9.30 秋居乐享季
双节家装特惠周活动

8.4 滨湖之尚品味生活
滨湖假日花园洋房

11.10 盛饰风华·辉煌共享-15周年庆

12.8 盛饰风华·终极盛典-15周年庆

华然装饰

精彩2012

1137个幸福梦想在这里实现

2013年我们继续为爱筑家

5.27 名门盛饰
名门生活元素赏析会

7.22 美墅风行·别墅装饰交流会

6.24 豪宅人生风生水起
内森庄园

10.27 盛饰风华·靓居时代-15周年庆

9.23 大牌艺墅汇
年度十佳案例别墅发布会

8.9 下一站幸福
广视花园

11.24 盛饰风华·福临万家-15周年庆

※中国建筑装饰行业**百强企业**※※※※安徽省著名**商标**※中国家装**低碳试点企业**※中国住宅装饰装修**五星企业**※

65563388 65597722

合肥市 黄山路潜山路交口西北侧新华优阁A座

www.huaran.com.cn

成立于**1997**年
十五年品质随行