

线上家装销售火热 线下实操靠谱吗?

如今,抖音等社交平台已经成为年轻人的潮流聚集地,很多不懂装修的年轻人热衷在平台搜索相关内容,随后就会持续不断地接到新房装修视频、装修主播直播等内容的推送。想家装的年轻消费者,很快陷入平台推送信息的包围中,于是联系主播来装修的想法提上日程。

“新房装修如何下手?”“毛坯房如何验收?”“5万就能装出20万的效果”……通过家装主播来实施装修工程,品质和效果是否令人满意?家装小白在抖音上如何选择适合自己的设计师和家装公司?线上购买家装服务怎么避坑?对于这些大家关心的问题,记者进行了调查采访——

抖音已成 家装销售新渠道

2022年,国内地产热度消退,与地产紧密相关的家居及家装行业深受影响,寻找精准客户成了行业难题。与此同时,抖音平台的家居短视频投稿量和播放量处于同步增长趋势,其中家装类短视频的投稿量和播放量同比增速位列家居类视频、直播第一,成为家装供需双方依赖的销售及购买渠道。

巨量算数和第一财经商业数据中心联合发布的《众声回响·洞见生活本来面——2023年抖音家居生态报告》显示,2022年1—9月抖音家居视频同比投稿量增加2%,播放量增加42%,视频评论量增长84%。家居视频内容的创作者在小家电、大家电、家纺、家居建材等内容的创作方面可谓得心应手。

信息显示,2022年家居创作者中粉丝量超过一万的达人体量同比增速超过一倍。视频发布者有装修工、家装爱好者、家装企业、正在装修的业主、行业销售人员等,视频具体发布内容以产品介绍、干货分享为主。线上家装抖音号、主播的质量数和内容数实现了大爆发,消费者对视频内容产生了共鸣,实现更高质量的互动。

家装设计师小牛在今年年初入驻抖音平台。“我工作一年多,一直跟着师傅做,没有自己接过单子。因为工作原因,经常刷到同行的视频,看别人都做得不错,自己也尝试注册了账号。主要发布家装科普及服务类视频。”小牛说,等粉丝到达一定数量后,自己也会尝试在线上接单,线下为客户装修。

对于主播“新人”小牛以及其他装修从业者加入网络直播队伍,太原市室内装饰协会秘书长武志萍表示非常支持。线上直播可以扩大家装销售渠道,增加销量。对于线下实体店而言,线上可以大大减少商家的店铺租金、店铺装修等投入,降低成本。武志萍建议,装修行业从业人员要先做好实体店再做线上渠道,在消费者心中树立诚信靠谱的形象,线上销售才会水到渠成。从商家的角度来看,短视频平台可以高效连接商家与用户,促进成交;从客户角度看,通过短视频或直播,能更全面的了解产品及服务,足不出户就可货比三家,节省时间,提高了家装选店的效率。

记者了解到,目前不少新装修公司从创立之初就以网络传播为其销售业务核心,在娱乐化和视频化的潮流下,一部分装修公司确实成功的找到了突破口。家装抖音号通过不断深耕细作内容,再加上免费分享许多专业的家装经验、建议,吸引了大量学习型网友。这样实用性高的家装“教学”“扫盲”类视频让人很难不爱,也让很多准备装修的业主们对“线上服务”跃跃欲试。

不过,抖音上亮相的家装公司让人眼花缭乱,选择一家靠谱的装修公司尤为重要。业内人士称,不同公司的定位、服务、态度和价格差别很大,业主只有对装修公司有大致了解,才能选择到合适的装修公司。同时,业主通过线上渠道选择装修服务,最好选择本地公司及本地家装设计师,方便随时沟通,实地查看。

记者随机浏览了几家太原市家装行业的抖音号,有太原装姐、太原小李聊家具、装修牛大姐、装修张百万、芳姐懂设计等,粉丝量从千余人到六七万人不等。记者发现,多位主播在首页发布“招助理,招设计师”的需求,由此可见主播业务庞大,有大量消费者接受并且愿意在抖音上选择家装公司。

线上家装鱼龙混杂 要慎选

梁先生称,业主看家装直播及视频时一定要擦亮眼睛,很多能说会道的“家居专家”背后通常有专业团队在支持其运营,他们主要的任务是与粉丝客户签单,至于工程谁来实操不得而知,所以合同签订非常重要。梁先生还补充道,面对众多选择,消费者可以直接去装修公司的工地现场考察,更能直观的看出装修公司的设计能力和施工水平。家装质量的好坏,很大程度上取决于装修公司的管理水平、业务素养,前期选择的时候一定要多做一些功课。

“太原装姐”是最近较火的一个家装抖音号,主播在家装行业已经有20年的从业经验,她的直播团队有25人,公司在线下有2000多平方米的实体店。“我不会签了合同就转交给其他人,这是我基本的诚意。”太原装姐接受记者采访时表示,没有实体店或者临时租住写字楼的家装公司往往不靠谱,工程

消费者点验数据显示,主动搜索家居相关内容的用户占75%,需求的变化催动着企业的营销重心向抖音转移。抖音家居的直播表现,无论是直播间数量还是直播时长均快速上涨,这背后体现了抖音用户对家居直播种草形式的青睐与认可。

记者发现,粉丝要联系主播并不容易。比如要想和主播进行交流,得先关注主播超过30天,活跃度要高;点关注亮灯牌才能进入主播粉丝群;还有些主播的抖音号只有人工客服来回答业主的互动问题。

90后业主珍珍,也遇到主播“线上活跃,线下高冷”的问题。今年4月她在抖音平台联系到一位设计师为自己新房装修,但至今未能开工。“这位设计师直播时特别专业,站在业主的位置思考问题,既能少花钱还能装修出轻奢的感觉。看过他的多次直播和海量家装扫盲视频后,我和爱人私信了这

位设计师,在线下签了装修合同。”珍珍告诉记者,可等到工程动工之时,对接的设计师却换成了另一位年轻设计师。珍珍联系主播,对方却各种搪塞,说自己在外地回不来。在这期间,又为珍珍换过两名设计师,珍珍都未同意。珍珍称自己是信赖这位主播的专业度才在线下签了合同,如果换成其他设计师,这份合同就毫无意义。

省城某知名全国连锁家装品牌总经理梁先生称,通常有业务找上门是不可能不予理睬的,如果不是业务量庞大忙得不可开交,就是另有隐情。事实上,部分流量家装主播并非专业人士,他们提前练好装修话术吸引大量粉丝关注,真正的目的是为了吸引商业广告的投放合作。“业主通过线上联系装修服务,要找随时能沟通且有耐心的设计师,有消费者反映有的设计师打不通电话或者微信一两天都不回复,这样根本无法顺利进行接下来的装修工作。”梁先生说道。

服务如何等。还要看出装修公司的管理水平,判断装修公司是否有能力完成并实现装修设想。

“太原小李聊家具”负责人提醒广大消费者,通过线上选家装公司,最终一定要在线下签约。业主线下签约前,一定要考察家装公司资质,正规的装修公司会有设计资质等级证书、施工资质等级证书等有效证明。业主也可以通过了解公司的获奖经历,各奖项的含金量及数量,来判断该装修公司在行业内的水平。

太原市室内装饰协会秘书长武志萍说,虽然网友和消费者热衷于线上选家装公司,但不能仅限于网上对话。通过线下考查,才能避免“低价陷阱”“名不其实”“夸大其实”等线上消费隐患。多位业内人士也表示,家装线上销售已是趋势,消费者应该理解线上仅是家装公司及家装设计师的一个销售渠道而已,靠谱的家装品质和视觉效果,终究要通过线下设计和施工来实现。(贾蔚然)

据《山西晚报》

