

日本COD物流 国际物流COD

产品名称	日本COD物流 国际物流COD
公司名称	深圳浩亿达国际物流有限公司
价格	11.00/kg
规格参数	跨境电商:日本COD小包 跨境电商:日本物流专线 跨境电商:日本COD代收货款
公司地址	深圳市宝安区福海街道塘尾社区凤塘大道福洪工业区讯源智创谷1栋102
联系电话	15874277716 15874277716

产品详情

从实用主义到精神消费，家居正进入美学时代，消费者开始真正拥抱家居美学：追求时尚个性的风格、匠心独运的材质与工艺、功能与科技融合服务生活。不论是新房还是老房，对于打造温馨家是一代代消费者共同的期望。

产业链条扩张，创造新的增长点

家居卖场自营家装实现向前获客及向后联动

家居卖场扩张业务版图，横跨家装、建材、家居家具、家电及后期到家服务，打造全链条联动型生态布局，创造新的增长点。前端：借助自身优势向家装建材扩张，在装修起始点便触达消费者，增加获客，带动家居业务的协同发展；后端：消费者对家电的需求不仅局限于单个的家电，是希望获得更高端的系统化家电解决方案，家居商场可以引入高端家电品类为消费者提供更加一体化全链条的服务,处于消费链前端的家居建材渠道能有效地集中目标消费群体，在品类、品牌之间相互引流，提升整体平均客单价，坪效更高。家居卖场紧随消费需求变化向家电拓品类纵深发展，同步为消费者提供到家服务，例如安装清洗家电等，实现一体化全链条服务。

数字化提升家居行业运营效率

消费引导及流量有效二次分发实现需求定位

在数字化浪潮下，家居行业顺应趋势不断提升数字化水平。通过搜索推荐、电商平台、直播平台等线上渠道触达消费者，提供优惠券刺激消费，同时获得用户信息，进行后期回访，提高转化率；通过小区地推、智慧门店等线下方式触达消费者，借助社群运营进行用户互动及资源投放，进行消费引导，提升用户粘性。

目前家居卖场的客源仍是以线下获客为主，家居行业数字化处在不断探索阶段。相信未来有望实现“人

找货 ” 到 “ 货找人 ” 模式的转变。建立多元化营销渠道，构建公域+私域流量池，根据获得的用户信息描绘用户画像，与商品画像相匹配，进行流量的投放及通过商品运营进行消费引导，改变广撒网大范围投放的低效模式，降低获客成本，提高运营效率。作为该链条中的核心角色，家居卖场将发挥品牌整合营销、数据分析、画像描绘等作用。打造家居多业态融合消费

集休闲、体验、设计和购物的综合体将成为新趋势

新零售大势之下，传统卖场抓住机遇，在迎接数字化转型的同时对传统的家居建材行业线下业务进行改造升级，提高消费者购物体验、增强进店消费意愿。