

家装行业能以什么样的方式从互联网电商市场里获客？播

产品名称	家装行业能以什么样的方式从互联网电商市场里获客？播
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	东莞市
联系电话	18665158422 18665158422

产品详情

现在社会火爆的行业是什么?当然是建筑业。处在建筑下游的家装行业，看起来也似乎很火热，这让不少人萌生了加盟家装行业的想法。

家装行业在未来不仅面临机遇，也面临挑战，但总体来说前景不错，家装公司如果能随着市场变化不断提升自己，将会在市场占有一席之地。

那么，家装行业在未来情况怎么样?

中国房屋装修行业目前市场规模达到3.54万亿，2015年到2020年复合增长率为11.1%;其中家装建材市场为1.06万亿，复合增长率为5.5%;家装软装市场为1.59万亿，复合增长率为15.5%;家装服务市场为0.88万亿，复合增长率为11.1%。

按目前的增长速度，预计到2025年我国房屋装修行业整体将达到6万亿。

未来，随着年轻人的房屋装修需求不断释放，选择互联网家装的用户规模将进一步扩大，预计在2025年互联网家装市场规模将超过1400亿元，2022-2025年的年均复合增长率约 20.2%。

由此可见，互联网家装市场会不断地扩大，前景会非常可观，但是也有属于家装行业的获客难点。

家装行业存在哪些获客难点？

1、流量碎片化，获客成本高

不仅人们获取信息，的渠道更加多元了，消费的场景也更加多样化了。尤其在家装家装业，大部分企业和终端门店的获客越来越难，流量日益碎片化，跑小区、打电话、发短信、做促销、朋友圈刷屏、微信群广告等等，几乎所有渠道都要兼顾，获客难度越来越高。

2、线上线下转化难，成交成本高

对于企业和经销商来说，通过线上的传播带动店面的营业额，无疑是最佳局面。但现实却是，线上引流成本快速上升，补贴推广、红包就像无底洞一样。而线下活动效率低，实体营销也不便宜，场地租金、人工费用、道具布景都是大支出。由于缺乏系统和智慧的营销套路，即便偶尔引爆了社交媒体，转化依然是一个大问题

3、灌输式销售，难以打动客户

在传统语境下，灌输式营销可谓无往不利，然而在互联网时代，需要的是互动式沟通，一味地填鸭式灌输，不仅无法让客户具体感知，还会心生反感甚至抗拒。如今，消费场景的打造不仅仅是线下的全景式体验，更需要是快速、高效以及参与式的，让用户更好地感知价值。而这，就需要技术的加持，让体验更加丰富，让成交顺理成章

家装行业能以什么样的方式从互联网电商市场里获客？

到现在短视频和直播已经不是什么新鲜的事务了，家装行业也可以通过这两种方式去获取更多的客户。

某品牌家装公司做了一个短视频直播类电商平台，并整合了地板、卫浴、家具、家电、灯饰等家装商家的异业联盟。

先实现联盟商家的资源共享，让用户分享平台的短视频给好友，通过短视频链接进入平台绑定分销的上下级关系。

通过联盟商家直播装修过程给平台赋能，促进用户的成交几率，在导流线下的门店。还可以添加一些家装指南、颜色搭配、省钱技巧等内容给平台再次赋能。