信阳家电维修公司网络营销推广外包代运营

产品名称	信阳家电维修公司网络营销推广外包代运营
公司名称	河南融河矩媒科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	品牌:融河矩媒 出具发票:支持 担保交易:支持/对公
公司地址	中国 河南 南阳市 卧龙区蓝钻星座
联系电话	18338218580 13323693821

产品详情

维修（不仅 限于家电）中的问题，不只是局部问题，由于一定的技术门槛，全国各地的维修商家或个人都凭借着与用户的信息不对称性，肆意欺骗消费者。同时，这也是一个暴利的行业，所有的电容、电路板等配件都没有价格表，消费者明知道价格会很高也无计可施。整个行业是非常混乱的，所谓久乱必治，这个行业需要 ” 互联网+ ” 与之进一步融合，从商业模式以及从业人员管理上来治理，同时也需要更多的第三方机构介入监督，仅靠12315是不够的，因为它只是投诉平台，是事发以后才投诉的，要解决一个问题，需要从萌芽状态就制止，防患于未然。

今天，融河矩媒从 ” 互联网+ ” 的角度，与大家探讨这个行业可以实现的 ” 互联网+ ” 融合状况，或者说， ” 互联网+ ” 如何改造家电维修行业。

家电维修行业现状

当前家电维修行业的四大基本陷阱为：

1、“ 延保 ” 只是噱头，维修时另一回事。有用户购买家电时选择“ 延保 ” 服务，3年230元，但是上门维修了还是要收费，上门维修不讲延保，只认花钱维修。

2、上门维修与商场销售脱节。很多消费者拨打票据后面的号码，方知上门人员是“ 打游击的 ”，并不是商场配置的售后维修人员，多是不正规的门头小店。

3、头痛医脚。换了配件发现电器根本没毛病，小毛病不修，只给换件。

4、要价随意，干活之前先谈上门费。随便做点什么清理，加个制冷剂之类的就要几百元，不明示价格，不维修也要上门费。

在家电维修的投诉中，山寨维修、夸大问题、标价不明、随意抬价等问题是投诉比较多的。一些消费者反映，家电维修名目繁多，包括上门费、开机费、检测费、维修费等，若要更换零件，还需要另外收取材料费。更为恶劣的是，有时打个电话招来了的却是“山寨维修”，收了维修费以后毛病还是解决不了。有个消费者2013年5月买的空调，因为维修师傅的相互扯皮，拖了1年，到2014年才返厂重修。还有个消费者的洗衣及保险丝烧了，却被更换了几百元的电脑板，且不能退货。因为技术门槛以及信息的不对称性，再加上从业人员的习惯性陋习，整个家电维修行业都处于一种“小坏大修不坏乱修”的病态，急需要相关部门介入以及更好的商业模式出现。

“互联网+”家电维修行业的商业模式探讨

谈到商业模式，不可避免的想到了”互联网+”，这个行业确实过于传统，需要”互联网+”来融合。事实上，”互联网+”一方面反应的是商业模式，另一方面则更应该探讨”互联网+”如何有效结合家电维修行业，为消费者提供更有益、有效同时没有行业黑幕的服务，这即所谓的”互联网+”而终+的是人。伟哥在这里与大家探讨几种“互联网+家电维修”的模式，或者说形式，供朋友们参考。

第一种是维修车模式。这种模式是当前各种O2O常见的，美容O2O以及车后市场的行业就在用这个形式。我在2012年就跟IT硬件市场探讨过这个模式，传统商场受电商冲击严重，电商可以解决电子产品的销售，但是无法解决异地维修的问题。而各地的售后维修一是数量少，二是收费不合理，所以移动维修是非常有市场的，且又属于便民服务，完全可以催生出一个硬件维修得到平台或者生态出来。这种模式的投入也不多，需要商家需要投入精力改装一辆维修车，同时车上带着各种换修的配件，按照用户预约的时间把车开到小区，或者带着维修工具上门维修。

第二种是社区O2O模式。商家在社区成立家电维修中心，也可以与物业公司合作，定期为居民提供上门维修服务，用户也可以打电话预约上门。做这个模式的可以是相关从业者，也可以是家电公司。这种模式要求必须有一定的管理机制，规范从业人员维修行为，不要再与第三方维修公司合作，避免维修黑洞的产生。

第三种是维修与回收相结合的O2O模式，这是一种创新的商业模式，是“家电管家”在用的模式。家电管家一方面在线上通过自主研发的故障诊断系统将产品、故障、维修方式进行整合，让用户可以直接在线获取产品维修报价；另一方面通过极简回收估价模型，让用户可以在短时间内在线评估废旧手机的回收价格，也对旧手机提供除变现以外的超值智能硬件产品换新服务。这种模式的盈利点不只是在维修费用上，更多是在回收的废品上，因此可以做到上门、故障检测等维修环节的免费，同时技工的收入也更多元化。

除了以上几种模式，在融河矩媒-品牌运营中心这一类平台出现之前，360安全助手已经凭借技术实现了的在线电脑义诊，主要是建立一个电脑故障数据库，呈现的用户面前的是一个分门别类的电脑故障结合页面，用户可以根据电脑故障的描述关键词点进进入下个页面，安全卫士则会根据故障情况列出可能的故障原因，用户可以根据这些描述逐一排查，而终解决问题，360还有在线专家可以语音为用户提供故障方面的问题解答。但是这个始终是在线上，如果是硬件的问题，用户就束手无策了，又会打电话或者去电脑市场维修，还有可能进入维修黑幕。

能够解决用户痛点的应该是什么样的“互联网+”产品

上文说了”互联网+”家电维修可以做到几种模式，那么哪种模式更适合当前的家电维修行业的现状？

更能解决当前消费者的痛点呢？或者，我们更应该探讨究竟需要一个什么样的机制以及产品来解决与避免家电维修中消费者的各种痛点。显然，融河矩媒-
品牌运营中心的模式更好一些。从这个产品的身上，大概可以看到以下几点：

效率高。维修工人上门时间快，基于LBS地理位置、工作时间智能推送维修订单，更快派遣工程师上门服务。因为有数据库，故障检测与回收评估也够快，极大的节省时间。

可视化。整个维修过程全程拍照，有效监督工程师，保证用户个人信息不被泄露，防止替换零件的发生，也为日后再次出现故障提供鉴定资料。

服务全。融河矩媒-品牌运营中心目前能够支持多门类多品种的维修安装等业务，有商用、家用电器的维修、保养，也有健身器材及水电洁具安装等。这意味着只要使用融河矩媒-
品牌运营中心，就可以解决家里厂商和个人的维修安装问题。

基本上，有以上几点，就可以解决前文所提消费者投诉中的各种问题。由此，也能看到维修安装这个行业真正需要的，是能够快速上门的、够高效率完成维修工作的、全程可视化、标准化的作业方式、收费合理，能够有效地促使用户和服务人员之间的信任，而融河矩媒-
品牌运营中心平台的诞生，恰恰做到了这一点。