

提升专业水准 活跃创意思路 促进行业交流

“海派设计七剑客”评选揭晓

——欧坊为优秀设计师打造发展平台

风景线

提升专业水准,活跃创意思路,促进行业交流,每年一度的欧坊“中城海派设计七剑客”年度评选日前揭晓——国家高级注册室内设计师刘明哲、毕业于中央工艺美院的高级工程师刘飞、第六届装饰设计十大青年设计师邓咏、中国书法家协会会员何抗生、第三届全国室内设计大赛铜奖得主丁岩、毕业于鲁迅美术学院环艺系且软装设计颇有造诣的丁红岩、2011年度最具人气的优秀设计师陈克诚金榜题名。

本次年度评选前后历经3个月,特聘请台湾室内设计界前辈为顾问,由设计师自愿报名,经提交参选资料后“海选”,其后则由专家评审

组实施严谨客观的评判和比较,层层选拔出入围者10名,再通过设计演讲比赛,经评选组及专家顾问团进行综合打分,最终评选出新一届的“中城海派七剑客”。

争雄中城家装市场的“海派设计七剑客”,即欧坊于2006年创建的大宅高端设计师组合团队,曾在“全国欧典杯设计大赛”、“上海市室内设计大赛”,以及2010、2011、2012年度优秀室内设计师大赛中屡获殊荣。凭借精湛且别开生面的设计风格、不落窠臼的工艺表达、独具匠心的推陈出新,力促独具一格的欧坊国际设计成为上海乃至全国家装行业最专业的别墅设计施工专业企业之一。

相关的成功案例不胜枚举——

绿城玫瑰园、香水湾别墅、凯迪·赫菲立园、长泰·观湖观园、晶苑、四季御庭、富力湾、丹麦小镇、长泰东郊御园、大华西郊别墅、华纳易墅、上海湾、银亿领墅、两河流域、绿地岛语树雅苑等。“海派设计七剑客”倡导设计无方程式,力求把别墅的建筑风格融入室内设计,并引入大自然的阳光、空气和树木,让都市现代人也能尽享大隐于市的那份超脱和惬意。

早在欧坊成立之日起,欧坊设计师团队即已达成共识,并将其作为始终恪守如一的服务准则——“设计,以人为本”,历经15年来的市场风云变幻,不仅初衷未改,且还进一步细化了“以人为本”的内涵——室内设计就是为业主定制私属的生活方式。列入“中城海派设计

七剑客”的该精英团队,以丰富的阅历、开阔的眼界、缜密的思维、超前的创意,为大宅别墅客户群体奉献出精湛的个性空间布局与更臻完美的营造。

对于“七剑客”而言,正因为深知拥有大宅空间的成功人士其生活阅历、感悟与品味均层次较高,故深思熟虑的设计则更应注重于对业主生活方式的勾划与塑造,了解业主,认识业主,洞悉业主对空间的独特需求和运用,自然更须用心体会、琢磨与创造。反之,广大客户如需深入了解2012年度入选“中城海派设计七剑客”的设计师各自的具体情况,亦可拨打免费咨询专线800-820-2389或登录www.oufang.com予以查询。

区雯

诚信，擦亮了百姓装潢的市招

记百姓装潢张杨分公司经理高燕群

某次有个施工上地在验收时发现材料商的地板有瑕疵,客户提出异议并要求调换,这不仅给材料商造成了损耗,也增加了工时成本。虽然材料商答应可了一定补偿,但张杨分公司的高燕群经理闻讯后却“胳膊肘朝外拐”,除主动向顾客表示歉意,还坚持与材料商交涉,敦促其应把客户的利益放在首位,最终责成商企将30多平方米的地板全部拆除换新。此举不仅赢得了客户谅解还成为好朋友,被诚信所感动的客户后来还为高燕群介绍了不少装修业务。

诚信,因之也擦亮了百姓装潢的市招。一位女客户获悉百姓装潢信誉好后慕名而来,但因家庭经济拮据,希望能先签订装修意向,等经济条件改善后再进行装修,高燕群热情接待一口应允。一年后,再度上门来的女客户因陈手头仍然很紧,但儿子婚期已近,为了节省每一个铜板,高燕群除了为客户精心筹划上佳装修方案外,还不厌其烦地前往客户家勘测,详细了解实际需求,在充分掌握第一手资料的基础上,精打细算力求经济实惠。

当然,高燕群还用足了相关政策,累得嗓子都嘶哑了,深受感动的客户特地送来了胖大海。经高经理带动麾下协力同心全力以赴,婚房装修如期完工,既了却了女客户花钱要少质量要好的心愿,也成全了一对新人的喜结连理。其实类似的故事可谓不胜枚举,“待人真诚,做事给力”,几乎已成为每一位客户对这位年过半百的高经理一致的赞誉。

多年来她就是这么早出晚归,忘我地工作,全身心投入,用“真心、用心、将心比心”的服务践行着自己的承诺——“诚信、努力、坚持”。柏文

本版主持 傅兆雄 美术设计 杨春涵

打破各自为政陈规 携手为民排忧解难

11家名牌装潢开启“夏令服务”窗口

自家的孩子好好抱,人家的孩子帮着抱。由中城家装行业11家五星级名牌企业共同倡议发起的沪上首家家装服务夏令热线,目前正紧锣密鼓地部署实施之中。作为这项旨在一解市民大众急难愁盼的具体措施之一,11家行业排头兵企业今起先行向社会公布自家的服务热线及公司咨询网站,同时还联袂作出承诺,即在整个夏令期间,既要以百倍的热诚闻讯而动召之即来,服务好既往的签约客户,也将打破业内素来默守的各自为政的陈规,乐揽份外事,民有所呼,必有所应。

鉴于当下中城家装市场的鱼龙混杂,仅去年关门停产企业就超出500家,人去楼空卷款逃逸的装潢公司就不下20家,而历年累积的被淘汰的“开关”公司所遗留的施工质量问题 and 家装隐患,往往还更迫索无门求功之应。11家公司共同承诺,为维护行业的整体形象和固有声誉,今后但凡此类业主求助,11家企业热线均不得借故推脱,除了同样须热情为之排忧解难外,还力争以仅收材料费和基本人工费的优惠措施,便民利民且惠民——

1、上海欧坊装饰设计有限公司, 热线:52066758; www.oufang.com

2、上海云兰建筑装饰工程有限公司, 热线:56474088; www.shyunlan.com

3、上海刚德装饰工程有限公司, 热线:64696141; www.gd64696141.com

4、上海百姓装潢有限公司, 热线:54080999; www.shbx.com.cn

5、上海荣欣家庭装潢有限公司, 热线:62708450; www.sh-rongxin.com

6、上海统帅建筑装饰工程有限公司, 热线:4008201103; www.tszh.net

7、上海九鼎建筑装饰工程有限公司, 热线:64325770; www.9dzs.cn

8、上海申远建筑装饰工程有限公司, 热线:4008205885; www.sy-021.com

9、上海佳园装潢有限公司, 热线:8009881937; www.homerenew.com.cn

10、上海同济高技术有限公司旗下的同济经典设计, 热线:4008203196; www.tongji021.com

11、上海聚通建筑装饰工程有限公司, 热线:8009881893; www.jt111.com 洪虹



刚德装饰劲吹“地中海混搭风”

家装设计的地中海风格,深邃独特的美学内涵。刚德装饰在选色上力求直逼自然的柔和色彩,组合设计上则注重空间的搭配,既充分利用每一寸空间,又不局促且不失大气,悉心打造的是一个无拘无束的开放式自由空间。本案例(见左图)设计无意奢华,刻意以其悠然古老尊贵的田园气息,以及看似不经意却处处散发出的幽雅淡泊的文化积淀,精心营造出别具一格的、属业主自己的安逸舒适的居家空间。 图文/周闻

买卖之间

●上海饰博会 8.18 盛装迎客

12家沪上著名装潢公司(百姓、荣欣、聚通、欧坊、佳园、九鼎、统帅、申远、同济、春亭、波涛、星杰)联袂参展,50家国内外一线建材品牌携手参展,本周双休日两天(8.18-8.19)选址兴义路99号上海世贸商城展览馆一楼揭幕。百余名参展公司的老总日前共同签名承诺要以空前让利来回馈消费大众。

众参展厂商还一致约定——“60天超低价销售,差价双倍返还”,并“接受媒体监督”。

●文化成“装潢设计博览会”关键词

文化,将成为10月初在上海世博中心举行的第二届“2012上海装潢设计博览会暨家装实体博览会”的关键词。博览会文化片区的体验馆包括了禅意生活、皇家风韵、迷踪奢风、墨迹古风等诸馆,着重展现不同文化积淀的家居环境。展会将

聘请一些文化学者,进行与设计风格相关的文化背景的讲解与演示,并将展示一些从欧洲等地长途运来的艺术珍品和文学收藏等。现场还将特辟文化长廊,展出诸多家居文化类艺术作品,并同步举办很多大型文化交流活动,且正式启动“首届家居文化交流论坛”。

上海装潢名牌网上商城 www.zhmpsc.com

荣欣、聚通、统帅、百姓、申远、九鼎、云兰、佳园、欧坊、星杰、波涛、同济经典、波涛等多家沪上名牌家居企业已加盟网站

透视镜

云兰装潢：全神贯注聚焦客户满意度

都说云兰装潢是家装领域的一匹黑马,从2004年专注从事市民大众的家庭装饰装修工程至今,何以能后来居上?云兰装潢的答案也就一句话,就因为始终坚持以客户的高满意度为企业发展的聚焦点。

不过在云兰人看来,客户的高满意度还不不仅仅是对装修服务的满意,更是对装修质量、价格和售后保修的满意。一套房子仅装修涉及的材料就有几百种,外加工商家起码十几个,从业的一线人员几乎都为民工,如何让客户比较满意呢?云兰为之动足了脑筋。比如开工当天,就专门发出一张书面告知书,须由客户签名确认收到。书面告知需需了该工程的业务代表、设计师、分管监理、施工队及门店经理和公司总经理(法人)的姓名、电话、手机等,详细注明且明白告知客户这些人是谁,做什么,负什么责任,有问题时如何解决,不满意时又如何向公司总经理投诉,客户人手一份如同有了“紧箍咒”,云兰各环节当事人自然也更深明海尽心、尽力、尽责,不会也不能做糊涂账不作为了。

装修过程不可能三天两天一蹴而就,持续有效的监管同样是保证客户满意度的有效途径。云兰为此采取了工地专管监理的书面日志制度,其最大亮点就是每巡查一次就会书面征询一次客户意见,以及施工到这个阶段的满意分值,步步为营且分阶段、分节点地抓管控,确保并力促客户满意度的稳固并大幅提升。云兰装潢总部共19家门店,大小工地遍布上海各区,公司的最高管理层又是如何知晓客户满意与否呢?

云兰装潢总经理的做法是:他以总经理的身份,每月10号、20号、30号给签了合同的客户发一条69字的短信,把他的唯一手机号码每隔十天重复告诉客户,如不满意或有问题未得到妥善合理解决,可直接找他处理,短信一直发到工地完工为止。这个做法太给力了,客户如有不满意,拿出手机就能找到云兰公司的老板(总经理),很多客户签约云兰公司装修后都说——“爽”。

抓客户满意度还有一个法宝,即工程完工进入保修期了,由公司总经办专门向每位竣工客户寄一份“完工后客户评价信息回馈单”,客户的真实感受和评价及建议得以很详尽地留在公司经营决策人的案头,客户对公司各岗位员工、施工队、各材料及外加工各项目满意与否,均可一目了然。此举为日后各项工作的开展,以及操作流程的改进,提供了有力的依据和努力的方向。

上述措施的严格执行,贯穿于云兰装潢的每一套工程。全神贯注聚焦客户满意度的做法,让云兰公司结出了硕果累累。例如在行业协会组织的一次客户满意度第三方暗访测评中,云兰装潢名列前茅(第四名),因之更鞭策云兰人继续为可提升客户满意度狠下功夫,力争进一步改进不足之处,让更多的市民大众拥有舒适的满意家居。 傅闻