

# 创业 18 年高歌猛进 坚持直营绝不发包 聚通“定心丸”有特效

## 透视镜

国庆黄金周，沪上大小装潢公司或单打独斗或抱团出击，眼花缭乱的家装展会扎堆。聚通装潢此番出征高手云集的大型综合展会，无疑成为一大赢家——台前人头攒动，观者近悦远来，接单率多多，且赢得不少待装修业主的格外青睐。因之引发业内外尤为关注和探究——自1994年创建以来，让聚通装潢得以一路高歌猛进的“独门秘笈”究竟是什么？换一种说法就是——消费大众最终为何会情有独钟于聚通，放心地选择了聚通？

手持金刚钻，方揽瓷器活，且听行家说门道，历数聚通装潢独有的诸多“装潢定心丸”——

### ●坚持直营让业主能更放心

聚通装潢自成立之日起便始终坚定不移地走直营道路，而“直营”和“挂靠发包”，看似两种操作模式，实际上在如何对待消费者的态度上却是截然不同的，最终往往也就决定了各家企业的市场前景乃至归宿。聚通恪守“直营不发包”来诚信待客，赢得了客户的放心、称心。

### ●聚通设计因专业更胜一筹

创业伊始的1994年，聚通装潢

就敢为人先创建了沪上第一支专业设计小组。如今这支设计小组早已羽翼丰满，发展壮大成为装潢设计领域的中坚力量。拥有300位名师高手的聚通装潢专业设计团队，任何欲加盟的设计师都须经过手绘设计方案考核，验证有无扎实的专业功底，独具争雄市场的更胜一筹的强劲实力，从而确保了能提供给业主超越预期的专业服务。

### ●施工质量精湛赖有“金鲁班”

消费者考量装潢公司的标准很多，但质量是重中之重。让聚通人引以为豪的是，企业每年的业务量都在飞速增长，但保维修量却不仅一直在原地踏步，甚至还有减少的趋势。施工上从难从严精益求精的金鲁班工艺，是夯实施工质量的“定海神针”。

### ●规模采购能确保高性价比

消费者之所以选择聚通，还在于聚通选材用料价廉物美的高性价比优势，因拥有完善高效且“透明”的采购体系，消费者对诸如装修用的是哪些品牌材料、得到了哪些实惠之类的关切问题，完全心知肚明，故更省心也更放心。如今找聚通装修，全包已是消费者的普遍选择。

为最大限度满足各类潜在的装潢需求，赢得了国庆黄金周家装舞台的聚通装潢，决定明起20-21双休日两天，选址浦东正大广场举办“2012(上海)装潢秋交会”，以公寓、复式、别墅与大宅装修为主，为中高端装潢提供品牌、品质、高性价比的服务，计有如下服务亮点——

■针对10月30日-2013年1月30日交房的楼盘：有预案、有报价，走走看看必有收获；

■针对二手房现场露身手有妙招：看看邻居家，想想自己家，灵感乍现触类旁通；

■展示流行品牌建材全线促销：走千家不如来此一游，见多识广省更多；

■十大风格样板房总有一款适合你：实景展示，明示不同风格装修和家具配饰所需花费；

■工艺展示为装修施工保驾护航：好设计、好施工，有“金鲁班工艺”细心呵护；

■精雕细琢倾心别墅大宅：首席设计师坐镇，腾龙设计定向提供服务。

聚通热线暨活动报名：800-988-1893

聚通网站暨活动咨询：www.jt111.com

曹闻



秉承“口碑相传，永续经营”的理念，九鼎装饰仅凭两大“独门秘笈”争雄家装市场，一为“四季服务”即“设计零缺陷、施工零缺点、材料零抱怨、品质零投诉”，二为“四全”待客之道，即“全过程、全天候、全方位、全身心”贴心服务。公司立下的“家规”朴实无华：时时、事事、处处都应“谦虚做人、努力做事”。坚持以优秀的设计、严格的管理、精湛的工艺、真诚的服务，让客户尽享九鼎独特快乐的装修之旅。

图为九鼎的业务人员正与客户融洽地交流

图/文 肖金

## 九鼎“四全”待客结硕果

## 寻出差距 弥补不足 创出特色 赢得商机 再听“过来人”的“悔不当初”

### 他山之石

本版曾刊出过不少已装修业主慨叹的诸多《装修后很快后悔之事》，本文不仅是延续和补充，更是一种提醒一种敦促。唯望各家装潢公司能寻出差距，弥补不足，创出特色，相信定能赢得商机源源不断——

### 装修后很快后悔之事(续)

- 安装漏电保护器和空气开关的分线盒的工程不能够省，而且不要放在室外要放在室内，原想省工钱利用门外旧分线盒，电工建议换新的且放室内，该建议很有价值；
- 漏电保护器和空气开关一定要用名牌；
- 配合下盆的龙头要考虑到位，龙头厚度，龙头嘴要长些；
- 墙面顶角不做任何修饰也很漂亮，事先和油漆工明确提出，先顶角弹线有助顶角线做直；
- 线槽批腻子之前表面处理很重要，对于不结实的表面最好先用清漆球处理；
- 毛玻璃背面千万要保护好，

别沾上油漆，否则很难清洁；

- 豪华自动晾衣架往往价格水分大，不出名的牌子在结构设计上反而更胜一筹，价格却很低多；
- 不妨采用安在地面的金属插座，价格虽贵，但其平时与地面齐平，脚一踩就可以把插座弹出来，用来插火锅可防止走动时弄挂电线；
- 储藏室后没做柜子，里面东西容易沾灰尘；
- 后悔为节省空间 配备的是下面带柜子的床，超级不透气；
- 双杆毛巾架并不实用！形可单杆，因为双杆挂杆基本不会晾毛巾；
- 千万别装门板式或台面垃圾桶，夏天打开柜门气味吃不消；
- 餐桌旁置个小柜很实用，既可放些东东，取物也方便；
- 洗拖把的水斗要求不高，完全可自制一个，铺上与环境相符的瓷砖或马赛克，既美观又省钱；
- 卫生间莫忘多装挂钩或装衣勾，方便挂东西；
- 卫生间那个小橱柜放衣物，就不用担心洗澡忘了拿干净的衣服。愚则

## 开门红 还需门前清

黄金周旗开得胜 大小展会都飘红

### 生意经

话说刚刚结束的黄金周家装展会，无论是单打独斗或抱团出击，临了拉清单几乎没有一家不笑称起码“多收了三五斗”的。良好的开始是成功的一半，而另一半的能否大功告成，亦即能否将展会中诸多美轮美奂的“实景体验”，变成众多业主亲眼为实的实景，则还是那句老话——革命尚未成功，同志仍须努力。

此话怎讲？且以日前见诸报端的一则家装广告为例，相比于诸多财大气粗牌子的同行，该装潢公司当属“偏于一隅”型，但公开作出的承诺却蛮有亮点，同行也有的且不说，很吸引客户眼球的是其一与其二：“免费提供来回搬场服务”、“提供短期租房”，同样很具人性化的措施还有——“本公司与农行合

作为客户提供一年免息贷款装潢”，而最终则一箭两响作出保证——“30天老宅变新居”。

戏法人人会变，各有巧妙不同。身处信息爆炸的时代，各家装潢公司若仍靠“拼设计”来招揽揽客已非难事，但因之也很难再有独家优势。如今“实景体验”转而又成各家竞相的香饽饽，但确如行家所言，真正能区别于上个世纪九十年代便风行过的“样板房展示”，更在于有无本事将“镜中花”、“水中月”变成千家万户真正舒心称意的“实景体验”。相信那家装潢公司作出的人性化承诺，这今对许多名牌家装公司来讲，仍是一——短板。

即便黄金周赢得的“开门红”都是硬碰硬的签约订单，却剔除了“意向性”的认可，但“订单在手”到最终的“功德圆满”，依然“同志仍须努

力”。换言之，较之于既往的“拼设计”招揽揽客，施工质量及饰后服务上的亮剑出招，好好交要比单纯的展会设摆打擂攻擂更见真功夫——即便仅以能否如期竣工，并按展会的“实景展示”如实“拷贝”不走样，且保质保量地交房而言。

“开门红”还须“门前清”，此说绝非杞人忧天。须知对签约或意向性待签约客户来讲，唯有最终的“眼见为实”才是硬道理。八仙过海固然靠各显神通，但相信在某些方面还是相通的，譬如静下心来想一想，比那家公司的承诺，无论是新房扮靓还是老宅变新居，咱们有否更高的招数或套路，咱们有否还有技不如人的“短板”需要赶紧补上？

奚达

本版主持 傅兆雄 美术设计 杨睿涵

上海装潢名牌网上商城 www.zhmpsc.com

装潢服务轻松网购 主流媒体全程跟踪

荣欣、聚通、刚德、百姓、申远、九鼎、云兰、佳园、欧坊、显高、星杰、同济经典、统帅等多家沪上名牌家装企业已加盟网站