

从网站建设看家纺行业的品牌营销

作者：上海网麒科技有限公司

众所周知，网站是企业展示自己的窗口，但随着网络市场重要性的日益突出，网站更成为企业品牌营销的重要环节。对于今天的家纺行业来说，更是如此。

一直以来，家纺企业在品牌营销中往往比较重视店内展示、电视广告、户外以及平面媒体等传统宣传方式，却对网络推广缺乏足够的投入。近年来，也有一些家纺企业开始向网络进军，但是由于网络销售与实体销售的结合不足，以及没有成熟的运作经验，截止目前还没有出现较为成功的案例。

现在，我们就从网站建设方面谈谈家纺企业如何在网络上进行品牌营销。通过对部分代表性的家纺企业网站进行研究，我们发现，家纺企业可以从以下五个方面通过官方网站开展网络营销：

(一)设计风格

设计风格一般是企业品牌形象的体现，就像第一印象一样，用户访问网站首先从设计风格去感受品牌特点和品牌文化。这个感受是用户最直接的反应，如果感觉不好或者感觉错位，很容易影响用户和品牌之间的沟通。

一个好的企业网站应该像广告学的“USP”主张一样，有自己独特的个性，并且与品牌形象相适应。在这方面，我们看到大多数的家纺企业都做得不错。比如，罗卡芙家纺就采用富有欧洲风情的花纹作为网站背景，并且把靓丽迷人、有贵族气质的外国模特作为通栏的图像.....极好地表现了优雅奢华的品牌形象。同类产品，罗卡芙也是如此，咖啡色和金色的网站色调把品牌里的法兰西文化表现的十分到位。

由于品牌定位的不同，有些家纺品牌竭力宣传自己的奢华、欧式、优雅和富贵，而另外一些品牌则用心演绎自己的简约、时尚和实用。宁波的维科家纺是这些品牌中的典型代表。其网站选择都市白领作为通栏的人物形象，设计风格显得清新、现代，充满生活气息。



罗卡芙网站首页



维科家纺网站首页

(二)产品展示

在过去，产品展示的主要作用是让消费者深入了解企业的产品和服务，而现在，产品展示更被赋予了品牌推广和线上销售的功能。我们要通过网站向用户尽可能多的展示品牌和产品方方面面，并起到引导用户消费行为的作用。在这一点，大多数家纺品牌的网站采用的是图片+文字介绍和幻灯片展示，形式过于单一不说，却还千篇一律地出现“几大风格、几大系列”。这样只能介绍某一系列，不能展示所有产品，也就无法满足用户的需求。

有些网站还出现产品信息过于简陋的情况，产品展示仅有一个名字一张图片，其他相关信息非常之少。

出现这种情况，即使网站有电子商务功能，消费者不但不会进行在线订购，而且对品牌的印象也会失望。当笔者登陆百丽丝网站的时候，十分惊喜地发现该网站能够在线“购买此产品”，这是同类网站还没有实现的功能，但是当点击产品页面之后，却因产品介绍太少以至无法激起购买的信心：

万一型号偏大怎么办？

洗后会不会变形？

.....



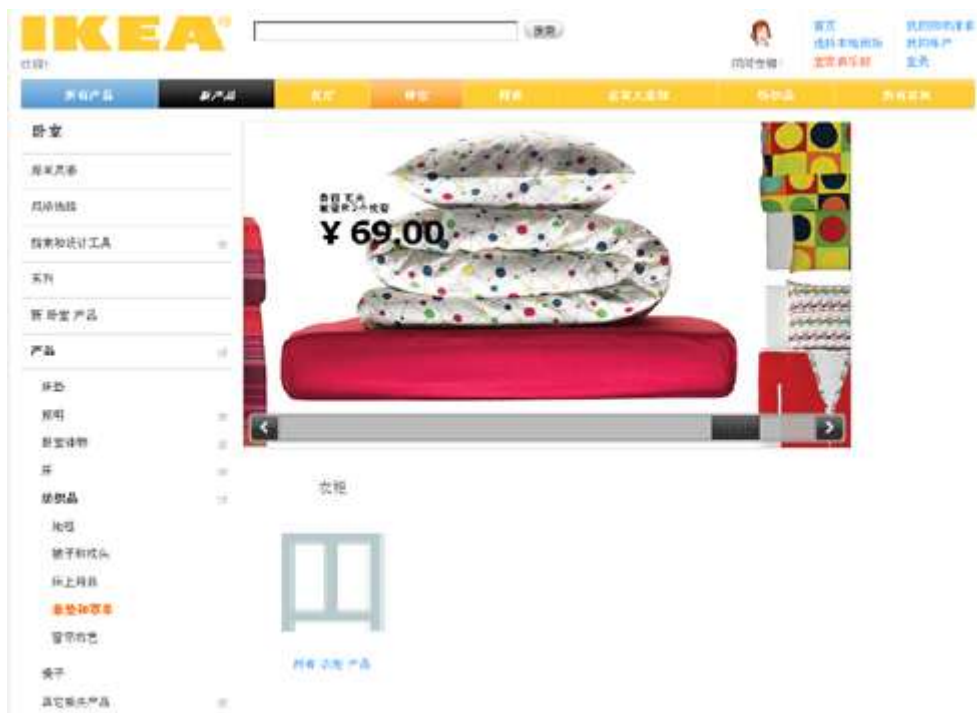
百丽丝产品展示页面

而登陆思科家纺，笔者发现该网站的产品展示页面有品名、规格、面料、颜色、图案、工艺特点……信息显示非常全面。就像选择伴侣一样，消费者肯定会选择了解比较深的那一位，选购产品也是如此。



思科家纺产品展示页面

其实，关于产品展示，我们还可以借鉴一下宜家 and 凡客诚品的做法。宜家的产品展示，可以通过鼠标左右拖动查看所有产品，点击产品的名字后，就能进入产品页面。产品页面除了一般性的介绍之外，设计师、保养说明、各地商场查询也都一一注明。



宜家产品展示页面 1



放大图片

艾尔文 奥尔特

被套和2个枕套

¥ 69.00

尺寸

150x200/50x80 厘米

产品价格(以商场售价为准)

购物清单

使用更方便, 请将产品添加到您的购物清单, 然后打印带至商场。

添加至购物清单

产品信息(以商场为准)

设计师
IKEA of Sweden

安装后尺寸
被套长: 200 厘米
被套宽: 150 厘米
枕套长: 50 厘米
枕套宽: 80 厘米

环保信息
可再生材料(棉花),
不含荧光剂

相关提示
有多种尺寸选择
可与“艾尔文”系列其他产品并用。

保养说明
60°C水湿机洗。
勿漂白。
请勿烘干, 常温。
高温熨烫。
勿干洗。

产品描述&尺寸
100%棉

产品货号, 包装尺寸和重量

(1 包装数量)

想了解更多?
[所有“艾尔文”系列 产品](#)

更多相同选择
[访问 宜家](#)

宜家产品展示页面 2

凡客诚品的产品展示更是丰富全面, 其中较有特色的是“图案选择”、用户评论和产品问答功能。



放大查看






全棉斜纹印花床品四件套A8款 黄色格子

商品编号: 710900C

原价: ¥400 售价: ¥190

颜色: 黄色格子

尺码: 床单: 230x250cm 被套: 200x230cm 枕套2个: 48x74cm

尺码: 230x250cm 被套: 200x230cm 枕套2个: 48x74cm

加入购物车

用户语言评价: ★★★★☆ 共有11条评论

用户评论 共有 11 条评论 查看所有评论 所有打分与评论均来自购买过本产品的用户

综合: ★★★★★☆ 详细 ▶ 9% 的用户认为实际尺码偏小
外观: ★★★★★☆ 详细 ▶ 91% 的用户认为实际尺码适合
舒适度: ★★★★★☆ 详细 ▶ 0% 的用户认为实际尺码偏大

我要评论

yuan1311@***.*** 说: 全棉斜纹印花床品四件套AB版 黄色格子 2009-9-23 17:41:26
综合: ★★★★★☆
外观: ★★★★★☆
舒适度: ★★★★★☆
床单有点薄,但是挺软的,被单的小格子很喜欢,颜色很温暖

产品问答 共有 5 条提问 查看全部问答 | 我要提问

jxh@***.*** 问: 1.5和1.8的床都可以用吗? 疑问 2009-9-6 17:01:02
床品四件套都包括:一条床单,尺寸为230*250cm 一个被套,尺寸为200*230cm 两个枕套,尺寸为48*74cm 此尺寸适合150*190cm和160*200cm的双人床使用。请问床宽度不一样,这个尺寸都可以用吗?

管理员 回答:
您好,由于床单的尺寸大于以上两款双人床的尺寸,所以上两款双人床都可以使用,感谢您的支持!

共有 1 条回答 【我要回答】

凡客诚品产品展示页面

(三) 信息发布

信息发布是网站必不可少的功能,但有的企业网站是建了,也进行了改版,却没有充分利用这一功能,更不要说利用这一功能实现品牌营销。许多家纺企业网站建得很漂亮,但美中不足的是网站没有及时更新,内容总是停留在几个月或者几年前建站的时候。所以很多用户虽然访问了网站,但无法及时获得对企业现况和市场活动的了解,这就不利于企业品牌形象的建立和维护,更不利于品牌的营销和推广。

我们认为,家纺企业网站的信息发布同样是品牌营销的一部分,需要精心维护、及时更新。

当企业有新产品上市、开展促销活动时,要及时将有关信息首先发布在自己的网站上,从而通过线上的宣传,有力地促进线下的销售。

(四) 在线服务

大多数家纺企业网站都拥有在线服务功能,但也只限于常见问题解答(FAQ)和在线留言表单、电子邮件咨询。其实企业可以根据自身特点,采用一些新型的基于网站的在线沟通工具,如在线QQ或MSN。另外,像维科家纺的在线加盟表单和罗卡芙的VIP专区,也是值得借鉴的做法。

(五) 社区论坛(BBS) & 博客

随着互联网的发展，企业网站在网络社区和企业博客的应用越来越广泛，并且成为网络营销一个崭新的领域。虽然对于家纺行业，这方面还处于起步阶段，但也有一些公司办得有声有色。

社区论坛（BBS）方面，大部分家纺品牌都在自己的网站建立了论坛，但是却一直门庭冷落。究其原因，一方面因为没有专业人员维护、长时间不更新，另一方面也因为栏目和内容设置缺乏创新。然而，博洋的论坛却是“万花丛中一朵红”——它在论坛上开辟了一个创新栏目“芝迷天地”，充分利用其代言人赵雅芝的人气，有效地提升了品牌的知名度，同时也有助于增进顾客关系，顾客忠诚度的增加，并最终作用于销量。



论坛	主题 / 文章	最后发表	版主
 芝迷芝闻 新闻区：新闻与消息、摄影与美图	4437 / 52541	Re:图文：赵雅芝与粉丝分享 .. 可爱女孩 [2009-10-10 09:27]	我为芝狂 Emil_wakin 西晴
 芝迷芝学 讨论区：爱芝的心情，畅谈交流	1832 / 29189	Re:钟帖 成绩状况 炫耀《 .. 19631212 [2009-10-08 20:51]	课翻 程芝
 芝迷芝水 -相聚博洋，交朋识友，快乐一整天	4692 / 125811	身与心的区别 读着爱芝篇 [2009-10-10 09:51]	芝友 西晴梓梓

博洋论坛的“芝迷天地”栏目

再如罗莱开辟企业博客，号召全体员工向评选出来的“罗莱之星”学习，这看似和品牌营销毫不相关的行为，实际上却是一种更为人性化的品牌营销。通过使用博客，企业不但能进行对内对外的交流沟通，还能达到增进客户关系，改善商业活动的效果。