全案整配操作培训指南

**西调调·潮家整配**

编撰：王学明

目录

[一、 西调调·潮家整配简介 6](#_Toc206625910)

[1. 品牌价值 6](#_Toc280612171)

[2. 使命和愿景： 6](#_Toc374669185)

[3. 核心价值观： 6](#_Toc642939291)

[4. 行业定位 6](#_Toc1890435780)

[5. 公司历史和背景 7](#_Toc533597095)

[二、 西调调家居全案服务的属性 8](#_Toc274665793)

[1. 整配属性 8](#_Toc1365625548)

[2. 美学属性 9](#_Toc1910849747)

[3. 原创属性： 9](#_Toc33756944)

[4. 功能属性： 10](#_Toc417275000)

[5. 环保属性： 10](#_Toc1606817545)

[6. 安全属性： 11](#_Toc1175617790)

[7. 人文属性： 12](#_Toc1758644130)

[8. 社会属性： 13](#_Toc1714459249)

[9. 技术属性： 14](#_Toc2128506144)

[10. 经济属性： 14](#_Toc1020170482)

[三、 西调调全案设计服务之缘起](#_Toc495853326) **[错误！未定义书签。](#_Toc495853326)**

[西调调诠释家的意义 14](#_Toc1570299722)

[拥有“理想家”的不易 15](#_Toc1600889671)

[家装常识（业主自己DIY篇） 15](#_Toc330087234)

[基础篇： 15](#_Toc825881637)

[1. 设计规划： 15](#_Toc1405862498)

[2. 施工管理： 16](#_Toc1715919592)

[3. 购买材料： 16](#_Toc902687181)

[4. 费用预算： 16](#_Toc1638968659)

[07. 镜子：明镜、黑镜、灰镜、茶镜..... 18](#_Toc373511744)

[13. 地毯：棉麻、尼龙、手工、波斯..... 18](#_Toc517181227)

[03. 厨房五金：厨房龙头、厨房水槽、水槽龙头组合 18](#_Toc1398562780)

[1. 房屋测量与规划设计：中等难度 19](#_Toc1436127045)

[2. 电路知识（照明/插座布线）：高难度 20](#_Toc1418536682)

[3. 水暖工程（管道安装）：高难度 20](#_Toc2130049027)

[4. 瓦工技能（铺瓷砖/石材）：中高难度 20](#_Toc1181601299)

[5. 木工技艺（制作家具/吊顶）：中高难度 20](#_Toc1391748484)

[6. 油漆涂刷：较低难度 20](#_Toc724887464)

[7. 壁纸粘贴：较低至中等难度 20](#_Toc508878017)

[8. 石膏板安装：中等难度 20](#_Toc1432949365)

[9. 配备的装修工具： 21](#_Toc1698360097)

[10. 材料关键词： 21](#_Toc2132998002)

[11. 为什么要选西调调·潮家整配： 22](#_Toc1352900243)

[四、  全案设计服务 VS 传统整装 22](#_Toc637529665)

[全局设计模式 25](#_Toc1165164772)

[全案产品无忧供应，专注品质生活家 26](#_Toc20946011)

[“西管家”服务，科学管理更省心 27](#_Toc1999772416)

[附表：西调调全案家居整装模式VS传统整装模式 28](#_Toc2055920162)

[五、 西调调推出的极致客户体验 30](#_Toc838282504)

[1. 西调调全案设计店态的直观体验（五感） 30](#_Toc1521320408)

[2. 西调调全案设计的直观感受（五性） 31](#_Toc891796074)

[3. 西调调全案设计的情绪价值（新五感） 31](#_Toc1128243305)

[4. 西调调卖场沉浸式体验模式 32](#_Toc104624125)

[5. 西调调全案设计服务用户的购买逻辑 34](#_Toc1776045629)

[六、 全案设计流程： 37](#_Toc2123676950)

[附图：全案设计流程：](#_Toc1460285510) **[错误！未定义书签。](#_Toc1460285510)**

[七、 全屋定制家具设计流程 43](#_Toc1575448654)

[第1章、 定制家具测量 43](#_Toc92160268)

[第2章、 定制家具设计 52](#_Toc601914789)

[第3章、 标准化设计 74](#_Toc1733881353)

[八、 西调调全案设计服务的人才结构 79](#_Toc2138293728)

[第1章、 西调调人才架构： 79](#_Toc163853951)

[第2章、 人才培养模式](#_Toc819319003) **[错误！未定义书签。](#_Toc819319003)**

[第3章、 岗位的职责职能： 80](#_Toc629338857)

[九、 西调调全案工作流程和标准： 86](#_Toc941208124)

[第1章、 西调调全案规划师 86](#_Toc520396266)

[第2章、 西调调测量工程师 90](#_Toc1746632078)

[第3章、 西调调软装搭配师工作流程 100](#_Toc1691364103)

[第4章、 西调调造价工程师工作流程 102](#_Toc515443782)

[第5章、 西调调视觉表现设计师工作流程 107](#_Toc114612076)

[第6章、 西调调定制设计师工作流程 112](#_Toc2139813620)

[第7章、 西调调库房跟单工作流程 117](#_Toc2086358678)

[第8章、 西调调现场项目经理工作流程 119](#_Toc1317312930)

[十、 氛围与色彩的关系 126](#_Toc1669497587)

[十一、 西调调全案服务流程 132](#_Toc224613007)

[（一） 全案服务流程的17个节点 133](#_Toc1942040870)

[附表：全案服务流程: 134](#_Toc276951337)

[（二） 售后延伸服务： 144](#_Toc1124057910)

[十二、 西调调全案服务话术集锦 148](#_Toc627650711)

[第1章、 不同年龄阶段的话术对策 148](#_Toc485825713)

[第2章、 不同消费层次的话术对策 150](#_Toc539932497)

[第3章、 犹豫不决类型客户的话术对策 152](#_Toc1527068504)

[第4章、 冲动类型客户的话术对策 154](#_Toc863281431)

[第5章、 预算不足客户的话术对策 156](#_Toc771491685)

[第6章、 逛一圈就走的客户的话术对策 159](#_Toc2101972856)

[第7章、 沉默寡言类型客户的话术对策 160](#_Toc1751797642)

[第8章、 降低全案设计服务退单率的应对策略： 166](#_Toc462168724)

[第9章、 价格敏感型客户的应对策略： 168](#_Toc221393069)

[第10章、 砍到底价还是不能成交客户的应对策略： 172](#_Toc1511634079)

[十三、 展厅成交流程和策略： 175](#_Toc1302421743)

[第1章、 展厅成交策略： 175](#_Toc501420730)

[第2章、 展厅成交流程： 177](#_Toc652378282)

[第3章、 与客户接触的动机和机会 179](#_Toc1617767639)

[第4章、 展厅促销活动和互动策略 180](#_Toc530254006)

[十四、 家居维护保养与清洁指南 183](#_Toc2069427439)

[引言 183](#_Toc221820461)

[第1章、 装饰材料的维护保养与清洁 183](#_Toc104876835)

[第2章、 家具的维护保养与清洁 183](#_Toc1728375305)

[第3章、 定制家具的维护保养与清洁 184](#_Toc1939941813)

[第4章、 家居软装饰品的维护保养与清洁 185](#_Toc1505322337)

[第5章、 空调、地暖、新风的维护保养与清洁 186](#_Toc447672652)

# 西调调·潮家整配简介

###### 品牌价值

“西调调”是一个专注于家居全案服务落地的品牌，“西调调·潮家整配”通过家居“全案服务”的手法，为用户提供和落地**高**颜值、**高**品质、**高**性价比的家居产品和服务。西调调不仅仅关注家居服务的**颜值**和**品质**，更注重产品与用户**生活场景**的完美结合。西调调相信，一个舒适、美观且富有情调的家居环境能够为用户带来更多的幸福感和满足感。



###### 使命和愿景：

努力发展成为全国一流的家居服务企业，为全国家居用户创造一流的居家价值，为家居行业的升级转型做贡献，从而更好地实现为企业创效益，为员工谋福利。

###### 核心价值观：

客户至上、团结、创新、共创价值

###### 行业定位

**家居全案落地服务商**

###### 公司历史和背景

###### 品牌创始人



图片：创始人彭欢先生

**彭欢先生如是说**：历经家居行业二十余载的深耕与磨砺，我深刻领悟到家不仅仅是一个构筑四壁的空间形态，更是一个充满情感温度与生活痕迹的心灵港湾。这个家，是西调调在世事纷扰中寻得宁静、在疲惫时得以栖息的精神家园，也是西调调赋予生活无限意义和追求的根本所在。西调调不吝付出毕生精力精心营造，因为在这一方天地间，承载着的是西调调对幸福生活的向往和对美好梦想的执着追求。

在这个家的每一寸地面上，每一扇门背后，都流淌着西调调的泪水与欢笑，烙印着争执与和解的印记，这些烟火人间的真实场景，如同织锦般交织出家的独特韵味和无价价值。无论是面对疾风骤雨的挑战，还是沉浸于静谧星空下的安详夜晚，家始终是西调调内心深处最温暖的依靠，是最坚实的庇护所。在这里，西调调可以找到慰藉，可以感受安宁，可以在风雨中砥砺前行，在岁月静好中悠然成长。

###### 公司历史：

彭欢先生在2019年创立了成都西派居品科技有限公司，并负责运营“西调调”情景家具品牌。创立初期，该品牌主要以卧室和两厅整配产品为主导销售形式。经过多次产品迭代和服务升级，至2022年，西调调逐渐融入定制家具领域，其服务模式也转变为家居拎包入住形态。然而，在后疫情时代，市场消费趋势呈现出复杂化、多极化和个性化的特点。为应对这些变化，西调调通过大量数据调查、收集和分析，于2023年以家居全案服务模式推出西调调·潮家整配理念，旨在为用户提供一站式家居解决方案。

###### 公司背景：

西调调总部坐落于成都家具工业集散区——崇州家具工业园，总部拥有逾2千平方米的家居情景展厅及大型中转仓库。西调调品牌运营中心位于德阳师古家具工业园，占地3千余平方米的家居全案展厅，以及3万余平方米的家具生产线。西调调设计与营销中台设在成都北三环路凤凰立交内侧的红星美凯龙写字楼，为其自有物业。



图片：西调调·潮家整配崇州总部

西调调拥有成品家具与定制家具的完整供应链，同时与建筑材料行业的一线品牌建立了深度合作关系。以设计方案为驱动，西调调·潮家整配积极推动装修整案市场的发展，并根据客户需求持续优化家居全案服务。在满足用户审美、实用性与性价比的前提下，西调调致力于为家居行业带来新的机遇，引领行业的发展与升级。

# 西调调家居全案服务的十大核心价值

###### **整配属性**

西调调全案设计“整配”“服务”链条完整，“整配”包括装修主材、装修辅材、电器设备、成品家具、定制家具以及软装饰品。“服务”包括全案设计*（包括户型规划、室内设计、效果表现、施工深化设计、软装设计、陈设设计、智能化设计）*、施工管理、软装陈设、安装交付以及全过程管家式服务。

###### **美学属性**

西调调全案设计服务具有视觉吸引力和艺术美感，这包括形状比例、颜色图案、材质机理的选择以及整体的布局和搭配。美学属性不仅关乎个人品味，审美水准，也反映了当前的流行设计趋势和风格，西调调将时下流行的轻奢、极简、奶油、侘寂、中古、原木等等风格解析后，按照去风格化的垂直分类法，以室内设计呈现的视觉美学属性和氛围感受将西调调全案设计作品分为**温馨、清新、简约、浪漫、雅致、沉稳**等6大类。

1. *客户可借助色彩测试表，简易地确立个人所倾向的色彩。接下来，需明确主要色彩在室内空间的表现形式：是作为大面积的背景色（如墙面色调）？还是作为中等面积的主色（如沙发面料色彩）？抑或作为辅助色（如柜体、柜门颜色，中等面积的墙板，地毯配色）？又或是作为点缀色（如休闲椅、抱枕、窗帘花边、摆件配色）？*
2. *在此基础上，需确认所选偏好色与背景色的关联：是本身就作为背景色？与背景色相互呼应？与背景色形成对比？还是作为背景色的点缀？*
3. *最后，通过灯光色温测试与显色效果测试，挑选出喜欢的色温和亮度，结合色彩搭配，营造出符合个人需求的氛围（如温馨、清新、简约、浪漫、雅致、沉稳等）。*

###### **定制属性：**

西调调品牌全案整配服务致力于满足用户审美认知的差异性。我们理解，消费者的选择和审美观念是独特的，因此我们提供个性化的全案整配服务，与客户紧密协作，挖掘其独特品味与需求，创造出独具特色的设计方案。我们的设计团队以创新思维和精湛技艺，突破陈规，打造独具匠心的作品，让每位客户在服务中找到属于自己的独特风格。我们坚信，卓越的设计源于与客户的深度互动和沟通，因此我们鼓励客户深度参与设计过程，共同创造美好，用原创点亮生活。

###### **功能属性：**

西调调的全案整配产品致力于满足客户对实用功能性之期待：舒适性、便利性、归集性、耐用性、易用性，以及收纳能力、拓展能力、可定制能力等。实用性作为衡量家具品质的关键指标，确保产品在日常使用中能为用户带来便利与效率。西调调基于客户的生活习惯，将实用性融入产品设计之中，并对全案产品进行场景分类，以开发出多样化、深度的场景以满足客户在功能性方面的需求，如：亲子互动、阅读办公、影音追剧、社交聚会、美食烹饪、美酒咖啡、游戏娱乐、萌宠陪伴、琴棋书画、运动健身、旅游摄影、美妆穿搭、茶道茶艺、宗教信仰、文玩收藏等。

###### **环保属性：**

西调调家居全案整配产品秉持环保理念，选用可持续材料（如实木颗粒板、欧松板、禾香板等），采用零污染工艺（无甲醛MDI胶），力求降低对环境的影响。此外，西调调注重利用可再生资源、采用低VOC（挥发性有机化合物）涂料（如三聚氰胺浸渍纸免漆饰面工艺），优化节能制造过程，并强化产品和原材料的回收与再利用能力。

*环保小贴士：*

*我国对板材环保问题高度重视，最新环保标准《人造板及其制品甲醛释放量分级》GB/T39600-2021已于2021年10月1日起实施。新国标甲醛释放量按照限量值分为3个等级，E1级（≤0.124mg/m³）、E0级（≤0.050mg/m³）、ENF级（≤0.025mg/m³），新国标淘汰了干燥器法，统一实行气候箱法，单位是mg/m³。世界上甲醛释放非常出名的两个标准，一个是美国的NAF标准，一个是日本F☆☆☆☆标准，仅从甲醛释放限值上来说，国标ENF超越了美国NAF和日本F☆☆☆☆标准。*



###### **安全属性：**

西调调家居全案整配产品始终坚持以人为本，将安全性能视为产品的生命线，全力以赴确保产品及服务符合我国相关安全规范与法规要求。在现代家居生活中，安全不仅是一种基本需求，更是一种责任与担当。因此，西调调家居全案整配产品在研发、生产、销售及售后服务等各个环节，都严格遵循国家相关法规，切实保障消费者的人身和财产安全。

为了实现这一目标，西调调家居全案整配产品在设计阶段就充分考虑安全性因素，结合人体工程学、材料科学和工艺技术，力求产品在使用过程中避免意外伤害。在生产过程中，我们严格把控原材料质量，采用环保、无毒、安全的材料，并对产品进行严格的安全性能测试，确保产品在各种使用环境下都能表现出稳定可靠的安全性能。

在销售环节，西调调家居全案整配产品会对消费者进行全面的产品安全指导，包括正确安装、使用和维护产品，以降低潜在的安全风险。同时，我们还会定期收集消费者的使用反馈，针对出现的安全问题及时进行调查和处理，确保消费者能够安心使用我们的产品。

在售后服务方面，西调调家居全案整配产品承诺为消费者提供长期、高效的安全保障。一旦发现产品存在安全隐患，我们将第一时间启动召回机制，及时消除安全隐患。此外，我们还设立了专门的客户服务热线，确保消费者在遇到问题时能够得到及时的解答和处理。

以下是关于西调调产品安全的关键词诠释：

1. *牢固度：西调调家居全案整配产品供应链品牌、基础材质、五金配件、都经过精心甄选和设计和精工制造，以确保其在安装和使用过程中的牢固度和稳定性。*
2. *稳定性：产品在设计和制造过程中充分考虑了受力稳定性，以确保在使用过程中不会发生变形、脱落或倾倒等危险情况。*
3. *耐用度：产品选用的材料和工艺均经过严格的质量控制，以确保其在使用过程中具有较长的使用寿命和耐久性。*
4. *边角钝化：特别是儿童类产品的边角经过特殊处理，变得圆润或钝化，以减少意外刮伤或碰撞伤害的风险。*
5. *阻燃性：大部分产品的材料具有一定的阻燃性能，以降低火灾风险。*
6. *电绝缘性：产品的电线和电源部分都经过绝缘或者低电压处理，以确保用户在使用过程中的安全。*
7. *接触面亲肤性：产品的接触面材料选用舒适、环保、安全的材料，不会对皮肤造成刺激或过敏反应。*
8. *无毒害性：产品选用的所有材料均符合国家相关环保标准，无毒无害，不会对用户健康造成危害。*
9. *低挥发性：产品选用的材料在制造和使用过程中降低释放有害的挥发性气体，确保用户呼吸健康。*

###### **人文属性：**

西调调全案设计花费大量时间考虑用户的需求和生活方式，体现人性化关怀。这可能包括适应不同年龄和身体状况的可调节性、考虑到多元文化背景的包容性设计，以及反映个性化和情感连接的元素 ：

1. 用户习惯：西调调的全案设计师收集和关注用户的生活习惯，如作息时间、用餐习惯、娱乐学习方式等，以便合理布局空间，满足用户在日常生活中各种需求。
2. 个性偏好：西调调的全案设计师在满足用户习惯的基础上，解析用户的个性特点与喜好，将之融入设计方案，打造独具特色的空间氛围，满足用户情感需求，例如亲子互动、美酒咖啡、影音追剧等等。
3. 适老性：针对老年用户，设计师需注重空间的便利性、安全性及舒适性，例如设置扶手、安装防滑地面等，以降低老年人在使用过程中的安全风险。
4. 适幼性：针对儿童用户，设计师需充分考虑儿童的安全、成长需求，如设置柔软的家具、选用无毒环保的材料等，为儿童营造一个安全、舒适的成长环境。
5. 宗教信仰：尊重用户的宗教信仰，在室内设计中融入相应的宗教元素，如佛教家庭可设置佛龛、道教家庭可设置道场等，以满足用户精神层面的需求。
6. 地方风俗：西调调全案设计师关注用户所在地的风俗习惯，将地方特色融入室内设计，例如，成都地区的用户可以在客厅或休闲区设置一个别致的麻将桌，再搭配一些具有成都特色的装饰品，如竹编工艺品、熊猫元素、川剧脸谱等，体现地域文化的同时，增加空间的趣味性。

###### **社会属性：**

1. 在履行社会责任方面，我们不仅为整个上下游产业链提供了超过3000个稳定的就业岗位，确保员工薪资及时足额发放，严格维护员工休息权益。此外，我们在生产和办公过程中均选用环保材料，控制办公环境温度，并将一座环保建筑作为总部大楼，以实际行动践行环保理念。
2. 在社会形象方面，我们企业始终保持良好声誉，无合作风险。这得益于公众对我们产品和服务的积极评价，好评率高达90%。此外，企业CEO在行业中享有崇高地位，品牌在新媒体平台上具有广泛影响力，粉丝增速迅猛。
3. 在为社会贡献力量方面，我们严格遵循法规纳税，高度重视员工培训工作，为整个行业培养了大批优秀人才。
4. 在社会道德方面，我们与上下游产业链各方签署战略合作协议，实现多方参与和共赢。我们始终以真诚态度为用户提供服务，将降低用户综合消费成本作为产品研发的核心诉求。
5. 在社会影响方面，我们积极推行无纸化办公，使用SaaS系统，以节约资源，实现友好环保。创新运营模式对行业转型具有借鉴意义，引领行业健康发展。

###### **技术属性：**

伴随着科技进步，西调调全案家居设计服务不断融入先进材料工艺与科学技术。此包括但不限于水电隐蔽工程材料优化、PE环保材料在水系系统的广泛应用、轻钢龙骨吊顶技术、圆弧模具一体成型、木材热处理造型（如：曲木技术）、透明聚酯材料（多元材质融合技术）、回收材料再利用、3D打印、CNC加工、激光扫描建模、人体工程学定制、集成物联网（如：智能桌面）、施工流程管理自动化、语音控制（涵盖窗帘、投影、灯光控制、背景音乐、安防系统等）、无线充电等功能，旨在提升用户体验，降低学习成本，突显生活便利性。

###### **经济属性：**

家居产品的价格和性价比无疑是消费者作出购买决策的关键考量。在设计、选材以及制造过程中，家居产品应力求实现成本与效益的均衡，以满足不同消费预算和需求的人群。西调调依托自身的研发优势、技术优势、标准化优势、供应链优势、销售渠道优势以及大规模效应，旨在降低生产制造成本，进而满足各级购买力用户的需求。在市场表现上，这意味着在客户预算不变的情况下，西调调能够提供高品质的整配方案；而在客户需求不变的前提下，西调调能够提供价格相对较低，品质依旧优越的整配方案。

# 市场为什么需要西调调全案设计服务

西调调诞生的背景：

###### **西调调诠释家的意义**

家庭，作为每个人心灵的港湾，其重要性毋庸置疑。它不仅是满足个体基本生活需求的场所，更是人们寻求安慰与庇护的避风港。从满足日常的起居作息、饮食卫生等需求，到实现多样功能如收纳整理、体验舒适，家庭都扮演着核心角色。无论是孩子的成长教育，还是父母的休闲娱乐，无论是丈夫的美酒咖啡爱好，还是妻子的美妆穿搭品味，家庭都应充分考虑到每个成员的需求和个性特质。此外，家庭还需满足更深层次的需求，如情感价值的满足。通过空间设计、艺术风格、尺度比例以及色彩氛围的营造，家庭能够给予人们心灵的慰藉，使人们在面对生活挑战时，感受到家庭的温暖和内心的满足。因此，为了家庭成员的幸福与满足感，打造一个既舒适又富有个性化的家庭环境是至关重要的。

###### **拥有“理想家”的不易**

然而，在将“房子”转变为“理想家”的过程中，遗憾和挑战往往是难以避免的。这段旅程的最后呈现，如同一场充满遗憾的艺术创作，业主的内心需历经一次次痛苦的磨砺。许多业主热衷于亲自参与家居装修，因为他们深知购房已耗尽了三代人的积蓄，装修环节自然不能草率，唯有打造自己钟爱的家居环境，方能弥补心中的缺憾。

然而，业主在选择时面临一个难题：究竟是自己动手装修，还是寻求专业装修公司的协助？

若您具备较强的动手能力，并希望积极投身于装修事业，以下所提供的装修常识将为您提供必要的指导：

###### **家装常识（业主自己DIY篇）**

##### 基础篇：

1. 设计规划：

首先，业主您需要确立设计方向，需要从10万+色彩搭配方案、100+种室内设计风格中选择自己喜欢的方案和风格，另外您还需要与设计师沟通300+项设计细节需求，接下来要做空间功能规划、敲定设计图纸、材料及施工报价。这是一次性过方案的情况，不包含自己性格本来就很纠结，要求做几版方案再从中选一个最好的情况。

1. 施工管理：

业主您需要熟悉对施工队伍的管理、质量监控（20-50种施工工艺）、安全管理（100+项安装施工规范标准）及工期安排（300+项施工落地流程），避免人身事故和工程延期。

1. 购买材料：

业主您还需要了解装修材料市场，选择合适的材料，您只需要分别了解50-300多种材料的各种属性（品牌、型号、规格、性能、重量、材质、损耗、工艺、工具、批发价格、零售价格、渠道价格、提成、返点、回扣、运输、搬运、安装、防护、售后、环保、安全......）。

###### **费用预算：**

业主您需要提前制定装修预算，合理分配费用，避免超支（不超支，这个结果好理想哦，没有专业统筹规划能力，超支是必然的啦）。

进阶篇：

**进阶篇才是认知的地狱模式，以下常识您都会了，业主您也可以开公司接单了。我只能简单列出几个关键词，业主您自己体会：**

房屋结构：

**你购买的房子，你需要了解房屋结构，不是可以随意拆建的，你得根据专业的知识来规划空间布局，提高未来居住舒适度，好吧，这里有几本好书推荐你学习《室内设计基础》，《有家你就好好住》，《建筑设计》，《户型改造王》，《住宅功能设计与格局优化解剖专研》，《住宅格局破解术》，《室内设计资料图集》，《室内设计规范》，《建筑设计国家标准》，《室内空间布局与尺度设计》，《小家越住越大》......这些学完了，下面还有设计规范需要学习。**

装修设计规范：

**《住宅室内装饰装修设计规范》JGJ367-2015，《中华人民共和国建筑法》《建设工程安全生产管理条例》《建设工程质量管理条例》《物业管理条例》《住宅室内装饰装修管理办法》（建设部令第110号）等，如此聪明的你，已经学完了所有的，基本上没有人能够诱导你踩坑了，你接下来还需要学习施工监理。**

施工监理：

**假如您已经学会了各种施工标准，您打算每天8小时蹲守工地？这些施工人员你确定你能约束他们？**

**物料清单：你需要了解你装修的所有材料，下面一堆名词，仅仅列出主材而已（主材和部品）**

**来，你看这里：主材子分类包含的内容：**

**01. 石材：天然大理石、天然花岗岩、人造石、石英石、水磨石.....**

**02. 瓷砖：大理石瓷砖、岩板、水磨石瓷砖、微水泥砖、砂岩砖、木纹砖、抛光砖、瓷片、户外石英砖......**

**03. 饰面板：颗粒板（刨花板），多层板（夹板），纤维板、指接板、木皮开放漆、实木贴皮板、PET、格栅板、吸塑板、免漆板、定向结构装饰板、混油板、户外墙板、防腐板、纸面石膏板......**

**04. 地板：实木地板、实木多层木地板、强化复合木地板、户外地板、塑胶地板、石塑地板.....**

**05. 金属：不锈钢、铝单板、复合铝板、泡沫铝、铝方通、集成吊顶、铜板.....**

**06. 玻璃：平板钢化玻璃、钢化夹胶玻璃、夹层玻璃、艺术玻璃、调光玻璃、U型玻璃、实心玻璃砖、空心玻璃砖、玻璃挂片、烤漆玻璃.....**

**07. 镜子：明镜、黑镜、灰镜、茶镜.....**

**08. 纸、布：墙纸、墙布、壁画、草编类、杜邦纸、和纸.....**

**09. 皮革：真皮、人造皮、皮雕.....**

**10. 涂料：乳胶漆、硅藻泥、微水泥、艺术漆.....**

**11. 收口型材：踢脚线、平缝线、凹槽线、阳角线、阴角线**

**12. 空调风口：爪形风口、线形风口、T型风口、无框风口.....**

**13. 地毯：棉麻、尼龙、手工、波斯.....**

**部品子分类包含的内容：**

**01. 卫浴五金：龙头、淋浴花洒、浴缸龙头花洒、地漏、五金配件**

**02. 卫浴洁具：台盆、浴缸、座便器、智能座便器、智能座便盖、同层排水、小便器**

**03. 厨房五金：厨房龙头、厨房水槽、水槽龙头组合**

**04. 开关插座：开关、插座、信息插、电子产品、面板、通用产品、地插**

**05. 固装灯具：射灯、筒灯、LED灯带、磁吸轨道灯、扣板灯、型材灯、梯步灯、吸顶灯、壁灯**

**06. 全屋定制：户内门系统、护墙系统、柜门系统、柜体系统、整体橱柜系统、整体橱柜台面系统、功能五金**

**07. 设备电器：风暖浴霸、凉霸、排风扇、燃气热水器、管线机、垃圾处理器、前置过滤器、中央净水器、中央软水器、末端净水器、烟机、燃气灶、洗碗机、嵌入式蒸箱、嵌入式烤箱、嵌入式蒸烤微一体机、冰箱、滚筒洗衣机、干衣机、洗烘一体机、壁挂洗衣机、中央空调、新风系统、地暖系统......**

**在进行全面思维考量家居系统时，需关注家居灯光配色、通风采光、收纳功能、家居氛围、风格化、智能化、舒适化、电气化等诸多方面……**

**别急，您以为就完了吗？你接下来要亲自动手了，还需要了解的哪些手上功夫，也就是动手技能，以及需要配备的各种辅助工具：**

手上的功夫

* 房屋测量与规划设计：中等难度

**在阅读大量时尚杂志和设计专业书籍的基础上，你已经具备一定的审美能力和设计能力，你精准知道自己需要的房子未来式什么样子，现在你需要准确测量房屋各部分尺寸，运用各种软件进行平面布置图的设计，以及确定家具和装饰物的摆放位置，你甚至可以根据你掌握的知识渲染出你喜欢的效果图，期待你最后装修完成的作品和你的效果图完全一样，安全上岸。**

* 电路知识（照明/插座布线）：高难度

**包括了解电气安全法规，如何规划电线走向，安装开关、插座、灯具等，涉及到安全问题，如果来得及考一个电工操作证，你可以自己动手开槽，穿线，接线，排布开关逻辑电路、埋管，腻子填补，挂网找平。不过，我还是建议由专业电工操作或至少在专业指导下完成。**

* 水暖工程（管道安装）：高难度

**熟悉给排水系统、热水器安装等，同样涉及安全规范，非专业人士处理有较大风险。**

* 瓦工技能（铺瓷砖/石材）：中高难度

**包括切割、找平、粘贴瓷砖或石材地面、墙面，要求精准度较高。**

* 木工技艺（制作家具/吊顶）：中高难度

**制作和安装橱柜、门窗、地板、吊顶等，需要木工锯、刨子、电钻等工具，并具备一定的木工基础。**

* 油漆涂刷：较低难度

**学习如何选择和调配涂料，以及正确的涂刷技巧，虽然相对简单，但需细心耐心。**

* 壁纸粘贴：较低至中等难度

**能够正确裁剪、对花和粘贴壁纸，需要一定的手工精度。**

* 石膏板安装：中等难度

**安装天花板、隔断墙等需要用到石膏板，包括裁切、固定和接缝处理。**

* 配备的装修工具：

1. **测量工具：卷尺、红外线水平仪、激光测距仪**
2. **切割工具：切割机、手动或电动圆锯、曲线锯**
3. **打磨工具：砂纸、抛光机**
4. **电动工具：电钻、电锤、电圆锯、电刨**
5. **木工工具：榔头、钉枪、螺丝刀、扳手**
6. **粉刷工具：滚筒刷、漆刷、刮刀**
7. **防护工具：工作服、防护眼镜、口罩、手套**
8. **清洁工具：吸尘器、旧毛巾、塑料膜**

* 材料关键词：

**建材：瓷砖、木地板、壁纸、石膏板、腻子粉、涂料、电线电缆、水管配件、阀门**

**装饰材料：灯具、开关插座面板、门窗、五金件、家具组件**

**辅材：砂浆、胶水、密封剂、膨胀螺丝、钉子、螺丝**

**对于上述各项技能和工具使用，难易程度因个人经验和实践而异，有些任务如电路和水暖改造具有较高的技术门槛和安全风险，强烈建议在必要时寻求专业人员的帮助。而对于较为简单的涂刷和壁纸粘贴等工作，通过教程学习和实践通常可以较快上手。同时，确保遵守所有建筑规范和安全规定至关重要。**

**以上就是在不踩坑的情况下，自行装修所需了解的常识。或许这些信息令人颇感意外？实际上，这些知识通常分散在各个专业团队之中，如大型装修公司、专业设计工作室等。无人敢声称自己对所有装修知识了如指掌，因此，在开展家装工程时，务必寻求专业力量的协助，以期圆满完成家居装修项目。**

**但是，传统家装市场的服务模式与西调调对于“家”的真正期待之间，往往存在一定的差距。为了弥补这种差距，众多家装品牌开始着手从传统整装向全案设计服务转型，开始探寻新的模式与出路。**

**随着生活水平的逐步提高，人们对心中的“理想家”的期待也发生了变化。从满足生活基本需求到追求颜值、舒适、安全、环保、实用、性能、价格，给家居和装修市场带来了新的挑战与思考。为了适应这种变化，家居和装修行业开始致力于提供更为个性化、定制化的服务。**

* 为什么要选西调调·潮家整配：

**“西调调·潮家整配”全案设计服务模式的横空出现，正是为了满足这种日益增长的需求。它通过提供全方位、一站式的服务，将规划、设计、施工、管理、材料、生产、集采、交付、检验、售后等各个环节紧密融合在一起，使装修过程更加顺畅，为家居提升颜值，为客户减少麻烦，节约时间，节省开支。（参考本文第二篇：[西调调家居全案服务的十大核心价值](#_西调调家居全案服务的十大核心价值)）**

**那么，相对于传统整装来讲，西调调全案设计服务的出现究竟有什么优势和意义呢？**

# 西调调 全案设计服务与 传统整装的区别

 “西调调·潮家整配”全案设计服务模式的出现带来了革命性的改变。在此之前，传统整装公司（传统装企，部分设计工作室）主要提供“半包”和“全包”两种装修形式，其业务范围包括基础硬装、成品家具及软饰搭配服务。然而，这种“先硬装再软装”的作业模式往往会导致全屋设计风格不相容，颜色、材质等组合混乱，从而大大降低了视觉颜值。此外，由于产业链冗长，消费者决策对接繁杂，材料浪费和成本增加等问题也随之而来。

 “西调调·潮家整配”全案设计服务设计模式是一种创新的设计模式，它将软装设计和硬装设计两个环节融为一体，使设计过程更加连贯和高效。该模式从客户需求出发，通过对客户需求进行深入探索、整理、解析和探讨，形成具有针对性的提案。与客户共同创作后，全案设计服务设计模式从平面布局规划和生活情景规划开始，就充分考虑了色彩、光线、通风、照明、材料、施工、软装搭配、陈设、售后交付等环节的一系列状况。

“西调调·潮家整配”全案设计服务设计模式具有前瞻性和统筹性，它能够从家的最终落地效果反推前期的统筹规划，使整个装修过程更加具体和有针对性。这种模式可以真正一站式解决装修过程中复杂的需求，使软装和硬装更好地融合在一起，实现1+1>2的效果。

“西调调·潮家整配”全案设计服务设计模式的优势在于它能够提高设计效率和质量，使装修过程更加顺畅和有序。通过将软装设计和硬装设计两个环节融为一体，可以更好地协调各个专业团队之间的工作，减少沟通成本和误解。同时，全案设计服务设计模式还可以提高设计的针对性和个性化，更好地满足客户需求。

 但是，在当今艰难的市场环境中，还出现一类“伪全案”整装企业，它们以装饰公司、大家居品牌或设计师工作室的身份出现，宣称能为您实现从房子到家的完美转变。然而，在这看似美好的承诺背后，隐藏着一些不为人知的真相。

 这些所谓的“全案”企业，往往只是硬装和软装生硬地拼凑在一起。他们在效果图制作过程中，费尽心思地在公共资源中寻找模型，虽然效果图看起来令人惊艳，但那只是表面的美好。由于缺乏原版家具或饰品的支持，传统装饰公司在家具的体验和收纳方面研究不足，往往只注重硬装落地效果，而软装效果却差强人意。

 另一方面，设计师工作室对软装效果精益求精，但对于硬装和施工却不够专业。他们的软装资源也只是东拼西凑，以买手模式采购相应的家具，这些家具往往来自几十家不同的供应链，无法做到统一工艺和效果。因此，实际落地效果往往与当初的效果大相径庭，让人感觉无比割裂。

 这时，西调调·潮家整配的出现，犹如一道曙光照进了这个混沌的市场。西调调提供一站式服务，从探需、家居规划、软硬装设计、硬装施工管理、主材集采、家具生产、过程监理、运输安装、检验售后，无论是主材、硬装还是成品家具、定制家具和软装饰品，他们都能提供全方位的标准服务。西调调实现了硬装、软装设计的一体化以及施工管理、集采生产的一体化， 5 年来为3600+客户提供无微不至的服务，让客户体验到从房子到家的升华感受。

"家"是人们向往美好生活的情感寄托，然而在装修过程中，往往投入大量精力，最终效果却与期待相差甚远。如何让客户获得更符合期待的全案落地效果，一直是西调调·潮家整配关注的问题。在服务了3600+客户后，西调调从设计、产品、服务三个方面不断探索成长，采用"全案美学整装"的理念，努力为每个家庭提供更优质的生活居住体验。

在全案模式下，西调调·潮家整配致力于将装修规划委托给专业的西调调置业规划师。他们采用面访和问卷调查的方式，对业主家的每个个体进行科学色彩测试和个性、习惯、爱好信息的收集、整理、剖析，以确保规划师能够深入了解业主对每个空间的“真实需求”。

在这一过程中，具备全案思维的规划师不仅要具备丰富的生活经验和创想能力，还需要不断提升美学素养，深化对生活和家的理解。他们将领导全案方案的实施和落地，确保设计风格统一、配色合理以及空间有序。

西调调·潮家整配坚持自建的10000+ SKU 3D模型，不仅提供全实景效果图展示，还可在Koolscreen中切换情景和部分单品，实时生成精确报价。这样，可以在最大程度上实现效果图与实景图100%落地还原。

为了真正关注每一位客户的需求，实现软硬一体化及全局设计落地效果，西调调从“功能规划、收纳规划、美学设计、舒适系统、资金规划”等方面对全屋设计进行全面考量。西调调致力于为每个业主找到家的最优解。

举个例子：在设计亲子场景时，西调调团队进行了全方位的考量，确保满足各方面的需求。在动线规划上，他们注重安全性和便捷性，特别设置了儿童活动区，并配备了软垫和游乐设备。在选择家具时，他们优先选用环保、耐用和易清洁的材料，以确保儿童的健康和安全。同时，他们还选择了款式活泼、圆润的家具，并考虑了可调整或成长性设计，以满足孩子在不同年龄段的需求。

在软装搭配方面，他们充分考虑了色彩、光线、图案和个性化元素，以营造舒适、温馨和富有童趣的氛围。在功能收纳方面，他们注重多功能性、易用性和充足的储物空间，以便于家庭成员存放物品和整理杂物。

此外，西调调团队还根据不同年龄段和孩子的兴趣设计了不同的区域，以满足孩子们的不同需求。在儿童房设计中，他们注重私密性、主题和隐私保护，以确保孩子们能够拥有一个安全、舒适和有趣的成长环境。

在技术整合方面，他们将智能家居、学习工具和互动性元素融入设计中，以提供更加智能化和便捷的使用体验。同时，他们还特别注意安全性问题，采取了防止摔撞和防火等措施，以确保孩子们的安全。

最后，西调调团队还秉持环保理念，选用绿色建材和无毒害的装饰材料，以减少对环境的负担，为孩子们创造一个健康、绿色和可持续的成长环境。

**全局设计模式**

西调调设计理念在传统软装与硬装设计基础上，形成了一套独特的“全局设计模式”。这种模式摒弃了传统由单一设计师完成方案的方式，因为这种方式往往受限于设计师的技能和专业领域，容易产生设计短板。西调调则汇集了众多不同专业的设计师，组成设计天团，共同完成一个完整的设计方案。

在西调调的设计中台，细分专业近40种，涵盖了色彩搭配、灯光设计、风格设计、生活情景规划以及施工流程设计等各个方面。例如，根据室内氛围可分为温馨氛围、清新氛围、简约氛围、浪漫氛围、雅致氛围和沉稳氛围等专业；根据设计风格可分为现代时尚风格、法式轻奢风格、奶油风、侘寂风、现代简约以及现代中式等专业；根据生活情景可分为亲子陪伴、茗茶论道、影音追剧、办公阅读、旅游摄影、宗教信仰、美酒咖啡、社交聚会、萌宠互动、运动健身、美食烹饪、美妆穿搭、文玩收藏等专业；此外，还有户型分析、平面规划、水电布局、墙面装饰、顶面装饰、地面铺贴、主材选配、家具深化、窗帘设计、门窗设计、软装搭配、摆场陈设、现场施工流程管理、收口细节以及预算规划等专业。

这些细分专业确保了西调调设计的全面性和专业性，能够满足客户的各种需求和品味。通过这种全局设计模式，西调调致力于为客户提供高品质、个性化的家居设计方案。

**全案产品无忧供应，专注品质生活家**

即使设计的效果再出色，如果没有高质量产品的支持，也无法实现落地效果的最高还原度。西调调·潮家整配在其五年的发展历程中，已经进行了五次产品迭代更新。西调调坚信，产品品质的高低并非取决于对大品牌的盲目追求，而是应当更多地关注“人与家”的适应性。在寻找最合适的款式时，西调调需从颜值、功能、品质和性价比这四个维度进行考虑。

为了确保产品的卓越品质，公司首席执行官亲自担任首席选品官，并组建了一个由选品师、设计师、测评师等20名核心成员组成的产品委员会。这个委员会多次深入供应链，开发出"西调调·潮家整配严选"专属产品。同时，公司还采用了"末位淘汰制"，以确保产品持续保持最新的工艺、高颜值以及最高的品质和性价比。

除严格选品要求外，为向客户提供更完美的家居体验，西调调·潮家整配自建了3000+品类的自有仓库和定制工厂。通过同色同纹的室内门、柜门、墙板，海棠角工艺、大小半径圆弧板（门）工艺、柜体内外无孔工艺、柜门抽屉免拉手工艺等100多项专属工艺，死抠产品细节，严守质量红线。同时，采用PUR封边工艺、高端激光封边工艺、天然木皮饰面工艺、混油饰面工艺等，推动环保发展。此外，还采用同步纹理工艺、静音柜门工艺、静音套装门工艺、隐形门工艺、金属电镀镶嵌工艺等，旨在不断深耕好产品，为客户共创一个理想居住的生活体验。

**“西管家”服务，科学管理更省心**

在传统的装修过程中，通常需要与众多机构或部门进行繁琐的协调和沟通，包括物业、政府、设计机构、主材供应商、辅材供应商、家具供应商、定制服务、软装饰品供应商、施工队伍、安全机构、消防部门和城管等。然而，这种过程中的复杂性可能导致出现相互推诿的问题，使得客户难以获得优质的服务体验。

为了解决这一问题，西调调·潮家整配采取了全流程1对1的“管家”式服务模式。这种服务模式从装修的源头开始，旨在避免各种可能出现的问题。客户将享受到由西调调装修规划师提供的8大节点验收服务，以确保施工质量和最终的落地效果。此外，全流程项目经理将负责保障装修项目的落地质量，同时把控时间进度，让客户即使不在家也能轻松掌握装修进程。

 除了对质量管控的关注，西调调也充分考虑了售后问题。西调调行业首创了管家式服务，这种服务能够与前期的硬装改造、定制安装、成品家具交付安装等环节紧密衔接。此外，西调调的管家服务还能够协助客户联系附近的学校、政务、银行、医院等增值服务。当客户联系西调调专属管家时，西调调将在24小时内积极迅速地响应，解决客户入住前后遇到的所有问题，全方位保证客户的售后满意度。

全案设计服务的落地并非简单的硬装、软装、定制的结合，这一模式的实现需要完整的供应链和专业的全案设计规划力才能得以实现。从2018年的标准化卧室整配到如今的全案美学整装，西调调·潮家整配在探索“家的可能性”这条路上从未停下脚步。

展望未来，2024年西调调·潮家整配将开启新的篇章。西调调将怀着感恩之心，以不断探索进取的姿态迎接未来新的机遇和挑战。西调调将继续用对家的热忱心，为更多家庭打造西调调·潮家整配的美好生活场景。西调调坚信，只要西调调坚持不懈、勇往直前，就一定能够创造出更多的无限可能！

**附表：西调调全案家居整装模式VS传统整装模式**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 西调调全案家居整装模式 | 传统整装模式 |
| 家的理解 | 家=房子+情景+家人 | 家=装修+家具 |
| ★★★★★ | ★★★ |
| 好看 | 规划设计+硬装设计+定制设计+软装设计=全案设计 | 硬装设计+家具组合=颜值割裂 |
| ★★★★★ | ★★ |
| 从新房到入住，全流程 30+专业服务，以“家”为设计起点，1：1 还原落地效果 | 先装修再买家具容易出现与空间效果不相融，家具与空间不配，颜色与空间不配。 |
| 省心 | 统一规划更省心，从清水房到软装落地，管家式 1 对 1服务更贴心 | 设计、建材、施工、软装等多个环节不同商家多次对接，踩坑几率增大，商家之间相互推诿，麻烦加倍； |
| ★★★★★ | ★★ |
| 省时 | 一体化设计，全局思维，统筹推进，1 对 1 搞定全部 | 多次对接不同工种，多次跑工地现场，多次跑各种材料市场 |
| ★★★★★ | ★ |
| 省力 | 标准化全案，硬装软装融合设计，6 大氛围和 15 大情景随心所选，模板快搭出图，节约设计师制作母版精力 | 每个楼盘每个户型都需要制作一个母版，效果跟随设计师个人能力，事倍功半！ |
| ★★★★★ | ★★ |
| 省钱 | 全流程标准输出，全产业链代工价直供、预算资金统筹规划更合理，全局把控突出需求点，避免返工浪费；主材、施工、设计均作为价值输送，为客户节约 30%+开支 | 各种增项防不胜防，一不小心就会超预算即使硬装不超预算，加上软装预算无法预判控制 |
| ★★★★★ | ★ |
| 实用 | 对用户需求的极致理解，西调调梳理出常见315 项对居家的常规诉求，满足屋主的个性、习惯、爱好 | 对屋主的关注度不够细致，设计方案还停留在风格、材料、款式界面，没有深入解析客户的深层次诉求； |
| ★★★★★ | ★ |
| 还原度 | 西调调线下有实体，线上有模型，设计师能调用的模型均可以保证西调调有对应的SKU供应链 | 有少量企业库模型，大部分 SKU都是 来自公库模型，即使勉强拼凑完成，也无法保证完整落地 |
| ★★★★★ | ★★ |

# 西调调全案重视客户体验

家居产品在客户消费和体验过程中，可以从外到内，从浅到深，分为五觉五感，其中五感又分为传统的五感和新五感，由于消费群体画像的不断年轻化和消费水准迭代，旧的分析方式不再适合新的市场环境，新五感应运而生，成为研究客户的新标准，探索用户的购买逻辑。

###### **西调调全案设计店态的直观体验（五感）**

1. 视觉盛宴：西调调的店面空间巧妙运用色彩和形状比例，这不仅是店态的外在表现，更是承载品牌故事的媒介，触动消费者的审美情感，引领他们深入体验品牌魅力。
2. 悠扬听觉：背景音乐如诗如画，甜美的语音引导，引发情感共鸣，为家居环境注入生活气息。这种氛围提升消费者的情感认同，尤其在宁静的居室空间中，能为睡眠带来无尽的好处。
3. 香气萦绕：西调调精心营造独特的家居香气，带给消费者舒适与愉悦的感受，让每一个角落都弥漫着家的温馨。
4. 味蕾享受：在家居店态中，西调调灵活运用味觉营销，结合空间生活情景，策划丰富多样的营销活动。西调调为尊贵的客户和才华横溢的设计师们准备了美味的食品饮料，如糕点、咖啡、红酒和海鲜等，旨在留下美好的印象，同时激发员工的积极性。
5. 触感探索：质感是品牌价值的直接体现，西调调通过触感传递产品的品质与细节。根据材质的触感分类，西调调可以将它们分为以下几类：

光滑触感：真皮、漆面、玻璃和金属等材质拥有丝滑的表面，传达高品质和精致的感觉，同时也可能暗示坚硬、冷酷或不易亲近的心理特质。

柔软触感：棉麻、藤编等材质具有细腻的质地，给人舒适和温暖的感觉，也可能暗示舒适、放松和安全的心理暗示。

自然触感：原木、纸面等材质带有自然的纹理，触感颗粒，让人感受到清新、自然的气息，同时还可能暗示环保、健康和原始的心理暗示。

冷暖触感：玻璃、金属等材质带来冰凉的感觉，而棉麻、原木等材质则散发出温暖的气息。这种温度感知可以影响人的心理感受，如冷静、理性与热情、感性。

这些材质的触感不仅作用于身体的表面感知，更能在深层次引发不同的心理感受。不同的触感可以激发不同的情感和认知反应，进而影响人的行为和决策。因此，在设计和选择产品时，西调调高度重视材质触感对心理感受的影响，力求提供卓越的用户体验和塑造独特的品牌形象。欢迎莅临西调调全案设计店态，感受西调调为您打造的全方位感官之旅。

###### **西调调全案设计的直观感受（五性）**

1. 实用性：西调调全案设计以实用性为导向，致力于满足消费者的日常需求。无论是产品的功能设计还是材料选择，都充分考虑到了用户的使用习惯和需求。
2. 美观性：在追求实用的同时，西调调全案设计也不忘美的追求。设计团队精心打造产品的外观，使其既符合现代审美标准，又具有独特的个性魅力，让人们在欣赏的同时也能感受到品牌的独特品味。
3. 安全性：在产品设计中，安全性是至关重要的。西调调全案设计关注产品的安全性能，从材料选择到生产工艺，都严格把关，确保产品在使用过程中不会对用户造成任何伤害。
4. 耐用性：品质是品牌的生命线。西调调全案设计注重产品的品质保证，从设计到生产，每一个环节都精益求精，确保产品的质量与耐用性。同时，品质也意味着品牌对消费者的承诺和责任，只有好的品质才能赢得消费者的信任和忠诚。
5. 舒适性：舒适感是产品设计中不可或缺的一部分。西调调全案设计关注消费者的使用体验，从细节入手，提升产品的舒适度，让人们在享受产品带来的便利的同时，也能感受到品牌的关怀和温暖。

###### **西调调全案设计的情绪价值（新五感）**

1. 松弛感：在快节奏的现代生活中，人们常常感到压力和紧张。西调调的设计理念旨在创造一个轻松、舒适的环境，让人们能够放下心中的疲惫，享受片刻的宁静。通过柔和的色调、自然的材质和流畅的线条，西调调营造出一种平和、放松的氛围，仿佛让人置身于大自然之中。
2. 社交感：随着社交媒体的普及，人们越来越注重自己的社交形象。西调调设计注重产品的社交属性，通过独特的设计和创意，激发消费者的分享欲望。无论是精致的家居装饰还是实用的生活用品，西调调都能成为社交圈的热门话题，为消费者带来归属感和认同感。
3. 氛围感：设计不仅仅是对物品的简单美化，更是对生活氛围的营造。西调调注重通过视觉、听觉、嗅觉、味觉和触觉的综合运用，创造出独特的氛围。例如，通过选用特定的色彩和材质，结合光线的运用，西调调能够营造出温馨、浪漫、活力等不同的氛围，使消费者沉浸其中，享受情感共鸣。
4. 理性感：在后疫情时代，消费者更加注重产品的实用性和性价比。西调调设计注重理性与感性的平衡，既强调产品的功能性和耐用性，又注重细节和品质的提升。通过合理的设计和选材，西调调实现了实用与美观的完美结合，让消费者在追求理性消费的同时，也能享受到高品质的生活。
5. 精致感：随着生活品质的提高，消费者对家居产品的要求也越来越高。西调调设计注重精致主义的追求，通过独特的设计风格和精湛的制作工艺，打造出具有艺术感和时尚感的家居产品。无论是细节的处理还是整体的设计风格，西调调都力求完美，让每一件产品都成为艺术品般的存在。

###### **西调调卖场沉浸式体验模式**

1. 空间个性色彩搭配，满足氛围偏好：*（美观度）*

西调调卖场采用个性化色彩、灯光搭配，结合卖场“五感”体验，带给客户情绪价值“新五感”，以适应不同客户的直观视觉体验和心理预期。从暖色调到冷色调，从柔和到强烈的色彩组合，力求满足各类消费者的颜色偏好，西调调经过多年的提炼和打磨，营造6种不同的格调氛围：温馨、清新、简约、浪漫、雅致、沉稳，让喜欢某一类色彩的客户瞬间怦然心动！

1. 真实家居生活场景，客户轻松对号：*（实用性）*

为了帮助客户更直观地了解产品在实际生活中的表现，西调调卖场精心打造了各种真实家居生活场景，例如：***亲子互动、阅读办公、影音追剧、社交聚会、美食烹饪、美酒咖啡、游戏娱乐、萌宠陪伴、琴棋书画、运动健身、旅游摄影、美妆穿搭、茶道茶艺、宗教信仰、文玩收藏***。从客厅、餐厅、卧室到厨房、卫生间，每个场景都尽可能还原真实生活情景，让客户能够根据家庭人员结构和个性爱好习惯，轻松找到适合自己的产品。

1. 全屋科技智能互动，虚拟现实体验：*（舒适度）*

在西调调卖场，为了更好演示设计作品，不仅提供了CAD设计图纸、设计理念PPT，静态效果图，VR虚拟现实效果图，KOOLscreen增强虚拟现实展示等等科技手段；在实景展示空间里面，西调调采用了HOMEKIT智能设备，可以随意控制光线，背景音乐，窗帘，门锁等等；

1. 多种材质款式展示，购买决策无忧：*（性价比）*

西调调卖场提供多种材质和款式的家居产品供客户选择。从原木到免漆，从吸塑到PET，从混油到木纹，从棉麻到真皮，从不锈钢到铝合金，从瓷砖到岩板，从石英石到大理石，各种品级材质可以交叉搭配，优秀的材质用在客户认可的地方，同样的场景可以展现出不同的质感，同样的材质适配不同的场景，通过西调调的价值优化算法，同样预算可以获取更好的空间质感，同样的场景，通过不同品级的材质搭配，同样能够降低预算。卖场通过不同品级的材质展示，方便客户进行比较和选择，让购买决策更加轻松。

1. 隐蔽工程透明剖析，所见即是所得：（安全感）

为了打消客户对隐蔽工程的疑虑，西调调卖场将隐蔽工程进行透明剖析。从水电布局到防水处理，所有隐蔽工程均以透明化的方式展示给客户。客户可以直观地了解产品的内在结构和工艺，所见即所得，放心选购。

1. 顶级设计创意手法，打造灵动空间：*（高级感，美观度）*

西调调卖场空间设计结合用户真实家场景，运用高超的设计手法，融合先进的施工工艺和高品质的材料，展现家具软装饰品陈设艺术，表现空间的点、线、面、体关系，结合动态时间线，配合光影艺术，打造客户私享空间。

1. 设计文案无缝连接，提高专业认知：*（专业度、影响力）*

在展示产品的同时，西调调卖场有大量的文案上墙展示。有企业品牌形象、服务团队介绍，每个场景的创意理念，设计素材应用，色搭情绪板等等，文案内容紧密结合客户游览动线，深入浅出地介绍设计理念、材质特性以及全案整配单价等。通过文案的辅助，客户可以无需规划师介绍，就可以自己全面地了解产品和服务，提高对西调调全案设计的专业认知。

1. 销售服务专业贴心，共创情感共鸣：*（情绪价值）*

除了卖场既有的空间有限的场景展示，西调调还为客户提供其他超值服务。如茶水饮料、轻食糕点、儿童托管、方案共创、全景体验、色彩测试等等，客户可以根据自己的喜好和需求，沉浸式的参与到全案的设计创意过程中。这种个性化的服务方式使每个客户都能获得独一无二的家居体验，同时也体现了西调调对每个客户的重视和关怀。

###### **西调调全案设计服务用户的购买逻辑**

* *销售逻辑与设计开发逻辑如何满足用户购买逻辑的深度解析*

1. 实用性与场景化需求的精准匹配*（实用性）*

西调调秉承以客户需求为导向的原则，提出了涵盖315项具体需求及15个生活场景的解决方案，充分解决了家居收纳等实际问题。

1. 美学理念与个性化审美的高度契合*（美观度）*

西调调深挖客户审美倾向，围绕客户偏好的色彩氛围，依托科学的配色逻辑和全品类SKU严选，精心打造从主材色调到软装陈设的整体搭配方案。无论是冷暖对比、明暗层次还是风格定位（如马卡龙风、莫兰迪风），均体现了西调调对个性化审美的深刻理解和精准把握，从而满足不同客户的审美需求。

1. 性价比优化与供应链整合的创新实践*（性价比）*

西调调采用标准化全案设计策略，一方面降低了用户的设计成本，另一方面成功转化为大批量集采模式，有效削减供应链成本，将实惠直接回馈给消费者。同时，西调调凭借与国际国内一线品牌的深度战略合作，取得优势渠道价格，确保客户能够以极低的价格获取高品质主材，从而实现了高性价比的极致追求。

1. 舒适体验与专业规划的匠心营造*（舒适性）*

西调调重视提升居住环境的舒适性，由专业的家居规划师对接客户，通过对户型进行细致分析研究，基于客户需求和户型特点制定出包括气候规划、采光规划、动线规划、功能规划以及适龄配置规划等在内的综合方案，为后期设计提供了坚实的理论依据，确保了家居舒适性的全面提升。

1. 安全保障与优质服务的有力承诺*（安全感）*

西调调具备强大的实体展厅、商务设计中台及超过30000平米的工厂资源，所提供的产品均有国家质检报告，并严格遵守国际国内环保标准。在亲子场景和适老场景上，西调调更是进行了针对性的适龄化设计。此外，通过与各大供应链合作采取现结方式，有效规避了财务风险，为用户提供安心无忧的消费保障。

1. 情绪价值与“西管家服务”的贴心关怀*（情绪价值）*

西调调独创的“西管家服务”模式，旨在全方位解决家居装修过程中的各类实际问题，不仅提供百问百答的专业咨询服务，甚至代客户处理物业管理等业务。西管家全程监理施工过程，确保每个验收节点有专人陪同，严格执行施工流程和标准，大大节约了客户的时间精力，让用户真切感受到省心、省力、省时的愉悦体验。

1. 品牌影响力与口碑传播的力量*（影响力）*

CEO彭欢先生在家居行业地位卓著，他怀抱梦想，致力于让每一个年轻人都能拥有自己心仪的家，这无疑成为西调调赢得广大消费者信赖的重要因素。西调调积极运用新媒体平台发布家居资讯和家装常识，紧跟时尚潮流，曝光率日益增加；西调调五年来已服务于百多个楼盘和数千个全案客户，口碑相传的优势使西调调的品牌影响力日益增强。

1. 便利性与一站式购物体验的极致体现*（便利性）*

针对现代消费者对便捷高效生活方式的追求，西调调突破传统模式，将服务商、材料商、设计团队资源整合，形成了独具特色的全案设计服务模式。设立全品类大型体验中心，并根据需要将样板间直接开进小区，真正实现了家门口的一站式选购。同时，通过调查表形式深入了解客户需求，帮助客户做决策，治愈选择恐惧症。展示不同颜色主题的6种氛围效果，让客户无需费心挑选，即可轻松找到心仪之选，切实体现了西调调全案设计服务模式在便利性和效率上的卓越贡献。

结论：

综上所述，西调调全案设计服务模式在销售逻辑和设计开发逻辑方面做出了深刻而有效的创新实践，紧紧把握住了用户购买逻辑的核心诉求，实现了从***实用性、美观度、性价比、舒适性、安全感、情绪价值、影响力、便利性***等方面的全方位覆盖与满足，因而赢得了广大消费者的青睐与信任，持续引领着中国家居市场的变革与发展。

# 西调调全案设计服务流程：

###### **分析《户型规划方案》：*（全案规划师、商务、全案设计师）***

* 全案规划师通过2-3次线上或者线下接触客户，探索客户真实需求和预算，对户型和客户的家居场景进行合理规划，为客户提供《家居规划方案》，确保规划设计方案的可行性和实用性，并且收取客户诚意金；
* 提交《家居规划方案》到西调调运营中台，西调调运营中台确认客户信息和诚意金，并且委托全案设计师制作意向方案；

###### 分析《用户调查表》：***（全案设计师）***

* 设计中台需要根据客户的需求和喜好，对客户进行调查和分析，了解客户的生活习惯和审美需求，为后续的《汇报提案PPT》提供数据支持。
* 全案设计师分析《家居规划方案》，制作客户全案意向方案，并转化为《全案设计提案PPT》和《家居全案报价清单》；

###### 《全案设计提案PPT》制作：***（全案规划师&全案设计师）***

* 设计中台需要根据《家居规划方案》和客户需求，制作《全案设计提案PPT》，内容包含：
* 《西调调全案设计项目简介》
* 《西调调全案设计优势》
* 《西调调全案设计价值》
* 《户型分析图》
* 《彩平布局图》
* 《配色分析》
* 《收纳分析》
* 《生活情景分析》
* 《客餐厅意向图》
* 《主卧意向图》
* 《老人房意向图》
* 《儿童房意向图》
* 《其他房间意向图》
* 《初步物料搭配方案》
* 《预算评估报告》
* 对意向图进行编辑文案，说明意向图表达的设计意图和特点，并解释采用这个意向设计方案的合理性和可行性。

###### **规划师约客户到展厅讲解**《全案设计提案PPT》**：*（全案规划师&全案设计师）***

* 《全案设计提案PPT》完成后，全案规划师通知客户，最好是约在西调调展厅，由全案设计师负责讲解演示；

###### 全案设计师**与客户共创**《全案设计共创方案》**：*（全案规划师&全案设计师）***

* 设计师与客户共创方案，积极听取客户的建议和意见，定稿后，全案设计师制作《全案设计共创方案》；
* 全案规划师负责讲解《家居全案报价清单》，修改《家居全案报价清单》吻合客户预算，；

###### **确认《**全案设计共创方案**》：*（全案设计师、商务、财务）***

* 客户签字确认《全案设计共创方案》
* 客户签字确认《家居全案报价清单》包含：《基装施工清单》，《基装第三方施工委托书》，《成品家具物料报价表》，《定制家具报价清单》**，《软装饰品物料报价清单》；**
* 商务准备《全案设计服务合同》，客户签字后，客户缴纳定金。

###### **接单商务确认订单*（商务、财务、全案设计师）***

* 商务确认订单和《全案设计共创方案》，《家居全案报价清单》，上报财务。
* **商务派单全案设计师（最好是原本此意向方案的接单设计师），开始全案设计流程；**

###### **首次测量*（测绘工程师）***

* 测绘工程师约定客户时间，上门测绘采集数据，再次与客户确认《全案设计共创方案》，听取客户意见，提出合理建议。
* **测绘工程师制作《测绘报告》，提交到设计中台；**

###### **全案设计师制作《**户型拆建分析图》***（全案设计师）***

* 设计中台需要根据现场**《测绘报告》**，制作**《**户型拆建分析图》**，其中包含：**
* **《原始建筑结构图》**
* 《户型拆建分析图》

###### 业主确认《户型拆建分析图》：***（用户确认）***

* 设计中台**全案设计师**需要与客户进行沟通，确认《户型拆建分析图》的可行性和实用性，确保设计方案符合客户的需求和预期。
* 业主确认《户型拆建分析图》，提出有效的建议和意见，设计中台**全案设计师**需要根据设计方案和客户需求，开始制作室内效果图。

###### 制作《室内效果图、全景图》：***（全案设计师）***

* 设计中台**全案设计师根据**《家居规划方案》、《户型拆建分析图》、《用户调查表》、《全案设计提案PPT》提供的基础信息，与客户进行全方面的沟通，确保效果图表现和设计方案符合客户的需求和预期。

###### 业主确认《室内效果图、全景图》：***（全案设计师）***

* 设计中台**全案设计师**需要与客户进行线上或者线下沟通，确定硬装工艺，色彩灯光氛围，家居生活情景，软装搭配方式，家具陈设，设计师注意留存沟通的过程凭据，让客户书面确认设计方案，推动接下来的工作；
* 部分客户会在第12步签合同，执行第6步；

###### 绘制《施工图》：***（全案设计师）***

* 设计中台**全案设计师**需要根据设计方案和客户需求，绘制出各种施工图，为后续的施工工作提供基础数据。包括以下内容：
* 《平面规划图》
* 《水电改造图》（需要客户及时确认后再继续往下工作）
* 《水电施工图》
* 《地面铺装图》
* 《天花布局图》
* 《细节大样图》
* 《立面施工图》
* 《装修施工说明书》
* 《定制家具设计图》（需要二次上门复尺）

###### 业主确认《全案设计施工总图》：***（全案规划师、商务、业主）***

* 将所有设计图纸汇总成《全案设计施工总图》，由业主进行最终确认，确保设计方案的完整性和准确性。

###### 商务编制《全案服务物料表》：***（商务）***

* 商务根据《家居规划方案》、《户型拆建分析图》、《用户调查表》、《全案设计提案PPT》、《全案设计施工总图》提供的基础信息，制作全案服务物料表，包括以下内容：
* 《主材物料表》（需要客户及时确认）
* 《辅材物料表》（需要客户及时确认）
* 《成品家具物料表》（下单采购数据）
* 《定制家具物料表》（下单采购数据）
* 《软装饰品物料表》（下单采购数据）
* 《施工时间节点控制表》
* 《甲方自行采购物料表》（根据双方约定的项目）
* 《物料入场节点与验收说明》

###### 带领业主浏览全案装修物料：***（全案规划师）***

* 全案规划师带领业主在建材市场挑选甲方自行采购的物料，向业主介绍各种装修材料（品牌、型号、规格、花色、特性、适用范围等等）帮助业主选择合适的材料。
* 业主确定各种装修物料的品牌、型号、规格、花色、数量、价格，根据《物料入场节点与验收说明》签订采购合同，约定送货时间：

###### 监管硬装施工过程：***（全案设计师、全案规划师）***

* 对硬装施工过程进行全程监管，确保施工质量和进度符合设计要求和合同约定。

###### 监管定制家具生产过程：***（全案规划师、定制家具设计师）***

* 对定制家具的生产过程进行全程监管，确保生产质量和进度符合设计要求和合同约定。

###### 监管成品制家具生产过程：***（全案规划师、商务）***

* 对成品家具的生产过程进行全程监管，确保生产质量和进度符合设计要求和合同约定。
* 确保库房现货库存的成品对此订单有足够的交付能力。

###### 监管交付安装过程：***（全案规划师）***

* 对所有主材、电器、五金的安装过程进行全程监管，确保安装质量和进度符合设计要求和合同约定。

###### 制作《定制家具下单图》：***（定制家具设计师）***

* 在吊顶和地面铺装完成后，就可以通知定制家具设计师上门复核尺寸了；
* 由定制家具设计师亲自第二次上门复核尺寸，对《定制家具设计图》细节进行审核，整改；
* 将《定制家具设计图》转化为工厂可用的生产图纸，包括基础材料、规格、花色、五金、工艺等细节，确保定制家具的准确生产。

###### 参与全案各个节点验收：***（全案规划师）***

* 在装修工程每个施工节点完成后，全案规划师与客户一起参与节点的交付的验收工作，对整个装修工程的质量、外观等进行全面检查和评估，确保达到设计要求和合同约定。
* 对成品家具、定制家具安装交付、电器接驳运行都需要验收，拍照记录现场的问题，留存问题标签，积极配合处理售后问题。

###### 参与售后：***（全案规划师）***

* 对客户不满意的地方及时反馈信息，收集信息，督促商务及时处理售后问题，邀请客户填写《全案服务满意度调查表》。

# 西调调全屋定制家具设计流程和标准

1. 定制家具测量

“精确度”是保证全屋定制家具品质的重要因素。对于定制家具而言，尺寸误差5mm都将会造成严重的质量问题，都将影响定制家具的正常安装和使用，因此，定制家具设计中，精确度是不能忽略的。那么，作为一名专业的柜子设计师，首先，应当对尺寸要有很高的敏感性和掌握性；全屋的测量,就是了解和掌握尺寸的关键步骤之一；

1. 测量工具

全屋的测量过程中，为了更方便测量和有效掌握尺寸的精确度，现场需要带上测量时所必须的工具；目前，还未找到柜子专业的测量工具之前，各厂家几乎都使用原始的测量工具；因此，选用工具也是由为重要的；

1. 钢卷尺：数据测量工具；测量工具中卷尺是最为重要的工具之一；选用时我们尽量选择可抽出长度在4米以上的，钢皮应为宽型的为佳；钢皮上的数据应上下一致；辨别卷尺的质量好与坏主要是：看钢皮的上数据喷涂是否均匀、字体是否清晰、钢皮手感舒适无棱角，钢卷尺价格在20元/把以上的，一般质量都可以；



1. 90度三角板：角度测量工具：客户的全屋在装修时，墙面也许不平整、墙角角度不成90度角，因此，需要用三角板对比出墙角或墙体偏差的数据；三角板一端长度为600mm，一端400mm，成90度阳角；目前，主要采用木制板材裁截。



1. 美工刀：异型放样工具：客户的全屋墙角在600范围内，大于或小于90度直角超过30mm时，均为异型。现场测量时需用美工刀进行裁板放样。
2. 水平线：全屋一面墙两端之间，中间部位出现墙拄时，需用水平线来放线找平，求出柱子两边墙体是否在一条线上；用4米左右的鱼线或墨斗线即可。
3. 记录工具：在现场测量时用于记录数据和测量图形的纸和笔；记录时按照“测量标注图”  
   标注方法，进行标注测量的数据和位置；



1. 初次测量

设计师接到销售定单时，首先要与客户预约初量的具体时间；并且，要求客户同时到达现场，了解客户对全屋的整改和设计要求，包括全屋内设备和物品的放置要求等；因此，现场与客户进行讨论和交流，确定出全屋大致的设计方案，是初量尺寸时最重要的目的；一般第一次测量时，客户全屋还未进行装修，测量尺寸时要求精度相对不是很高，无须用角尺测量；在了解客户的想法和要求后，按照以下步骤进行测量；

* 1. 测量全屋墙面总长尺寸：测量未贴墙砖的全屋尺寸，在记录时，按实际尺寸直接收砖厚20㎜/面；
  2. 测量全屋墙拄长宽尺寸：测量未贴墙砖的墙拄长宽尺寸，在记录时，不收砖厚；
  3. 测量进出水管位置、电源位置、气管位置、排烟管孔位和孔距、垭口、洞口、梁柱、飘窗、落水管、暖气、煤气管、地漏、强弱电箱、煤气表、水表、强弱电配电箱、暖气、空调洞口、中央空调及管道；
  4. 角度测量：需要测量房间内墙体的角度，以确保定制的家具能够与墙面完美贴合。
  5. 高度测量：需要测量房间的高度，以便定制的家具能够与房间的整体风格相协调。
  6. 深度测量：需要测量房间的深度，以便定制的家具能够满足房间的使用需求。
  7. 高度差测量：需要测量房间地面与天花板的高度差，以便定制的家具能够适应房间的特殊需求。
  8. 吊顶深度测量：需要测量房间吊顶的深度，以便定制的家具能够适应房间的吊顶结构。
  9. 门洞测量：需要测量房间的门洞尺寸，以便定制的家具能够适应门洞的结构。
  10. 承重墙测量：需要测量房间承重墙的尺寸和位置，以确保定制的家具不会对承重墙造成破坏。
  11. 窗户位置测量：需要测量窗户的位置和尺寸，以便定制的家具能够与窗户协调一致。
  12. 预留空间测量：需要测量房间内的预留空间，以便定制的家具能够充分利用这些空间。
  13. 初步的家具设计方案出图后，由设计师提供全屋户型整改图，提醒客户按照图纸施工；

1. 复审测量

接到客户全屋装修完毕以后的通知后，设计师应及时赶往现场，对客户全屋进行复审测量（复尺），全屋装修后，测量尺寸时要求精度相对较高，需要进行角尺或放样；测量时，带上客户认可后的图纸，按照以下步骤进行测量和对比；

1、观察

* 1. 进房后观察全屋正确位置？考虑定制家具和台面能否搬进全屋？
  2. 找到全屋与设计图纸上相符的正确方位？
  3. 想象设计方案在全屋中的整体效果？进门和操作是否会拥挤？全屋光线是否被挡？
  4. 观察进出水接口、水管、气管、排烟管、电源、气表、热水器的大概位置是否与与设计方案有冲突？

2、测量注意事项：

1. 复量墙体上面内侧单独尺寸？单独尺寸是指：墙体与墙体之间、墙体与柱子之间、柱子与柱子之间的间距尺寸；
2. 复量墙体高800高处，从内往外600处总长度；（墙体外侧总长度）；
3. 水盆进水排水是否在水盆柜柜体内？炉具进气管走向？
4. 复量预留电源位置是否合理？
5. 考虑地柜安装有无困难？
6. 全屋地面落差是否太大？
7. 复量墙体上面1600高，内外侧总长度（针对吊柜）
8. 注意吊柜柜体有无物件被挡？
9. 注意气表、热水器的距离和使用？烟机排烟管走向？
10. 吊顶高度与吊柜有无冲突？考虑吊柜安装有无困难？
11. 将台面打断方式确定？考虑台面安装有无困难？
12. 用平尺靠墙体大面积是否平整？分别复量每张台面范围的墙体角度，墙体与柱子各个面的角度差异？
13. 台面后挡是否超过窗台高度？
14. 考虑台面安装后，双边是否超过全屋门套，和超过柱子宽度（一般台面宽度超过柱子20MM以上后，台面端头应设计扣边包看面）；
15. 观察衣柜顶部与空调出风口之间的关系；吊顶检查口与衣柜的关系；能否避开，能否巧妙利用，能否隐藏？
16. 检查地板的平整度，检查地板与墙面的垂直度，检查地面完成面与吊顶的高度尺寸集误差；
17. 检查柜子与墙板的关系，与贴脚线关系，与开关面板的关系，收口方案是否可以落地；
18. 检查氛围灯组的电源接驳是否可靠，是否留有接驳线头；
19. 精确测量

精确测量是指：设计方案确定后，复尺时所使用的精确测量技巧和方法（主要是台面）；一般是在地柜上台面高度850高范围，尺寸允许误差+-2mm。

1、“一”字型柜子测量：一字型，简称直线型；分两端不靠墙、一端靠墙和两端靠墙；一端有墙柱、两端有和中间有墙柱；

1. 两端不靠墙：注意柜子两端与墙体或物件距离（！表示），靠墙内侧两端的间距尺寸，（及“C1”至“C2”之间间距）；



1. 一端靠墙：测量靠墙内侧两端的间距尺寸，（及“C1”至“C2”之间间距）、注意柜子一端与墙体或物件距离（！表示），用三角板最长面靠主墙是否平整；然后，用三角板最短面靠稳主墙，以主墙为基础，靠出墙角角度（及“O”与“C”的角度）；



特别注意：墙角度标注是按照，墙体怎样斜，平面图上就怎样标！

1. 两端靠墙：测量靠墙内侧两端的间距尺寸（及“C1”至“C2”之间间距），注意靠墙内侧往外600处两端的间距尺寸；用三角板最长面靠主墙（O）是否平整；然后，用三角板最短面靠稳主墙，以主墙为基础，靠出两端主墙与负墙的角度（及“O”与“C1”和“O”与“C2”之间角度误差数据）；



1. 一端有墙拄：用三角板最长面靠主墙（O）是否平整，测量无墙拄一端，主墙与负墙的角度（及“O”与“C1”之间角度）；有墙柱一端柱子的长宽尺寸、柱子与主墙的角度和斜度；主墙与负墙的角度（及“O”与“A”的角度、“O”与“C”的角度、“O”与“B”的平行度；柱子与墙体的间距尺寸、墙体总长尺寸；





1. 两端有墙拄：用三角板最长面靠主墙（O）是否平整，测量两端柱子长宽尺寸、柱子A、B面与主墙的角度和斜度、主墙与负墙的角度、柱子与柱子之间的间距、墙体总长尺寸；



1. 中间有强拄：分别测量柱子与两端负墙之间的间距尺寸、柱子长宽尺寸、“柱子正面”、“主墙”与平行线的平行尺寸、主墙与负墙的角度；墙体两端从内往外600处放一条平行线，分别量出主墙和柱子正面与平行线的间距尺寸；



2、“L”“U”型柜子测量：“L”“U”型柜子测量方法是：将这些形状的平面分断为多个直线型，按照直线型柜子测量方法进行，如果是厨柜台面长度在2000-2400以上就必须分断；分断方式按如下：



3、“异”型柜子测量：“异”型柜子测量方法是：直角处按照直线方式测量，异型处进行裁板放样；放样方法：将硬纸板用三角尺靠直，用美工刀片切割；将切割后的纸板一角，与异型墙角对应，如果不相符，再切割，直到将纸板一角切割到与墙角绝对吻合为止；注意：每张样板上标明墙角编号，客户姓名；





1. 定制家具设计

如今，全屋定制已不再是陌生的名词，有人套用社会流行语称“富贵不富贵，先要看衣柜”。但我们要提醒客户，展厅里漂亮的柜子未必就适合你的家，时尚的欧洲全屋定制不一定就适合你的生活习惯。我们要能为身份、装潢档次、文化修养、欣赏品位各异的消费者合理推出设计方案，才是好的柜子设计师。

* 1. 全屋定制的概念

全屋定制，即依据客户个体需求，通过设计师的精心规划与搭配，将柜子、柜门、台面、收纳五金、嵌入式电器及燃气具等元素组合而成的一种现代化全屋解决方案。在此过程中，设计师充分考虑客户钟爱的材质与花色，遵循人体工程学原理及完美的形态比例，以满足客户多样化的收纳需求。

* 1. 设计三大要素

定制家具设计既具有固有模式，同时又需根据全屋户型、功能及个性化需求的差异而不断调整。定制家具设计直接影响着家具的功能性、美观性等，以及诸多品质优劣指标；这是一个兼顾各方的系统工程。因此，在设计定制家具之前，了解其关键内容显得尤为重要。

一、精确度：全屋定制家具内需要高度融合给排水系统、热水器、煤气灶、厨房电器、排烟罩、台下净水设备、洗衣机烘干机、梁柱结构、吊顶、空调管道、贴脚线等，以及水表、煤气表等计量型设备。在定制家具设计中，这些方面都需予以关注。虽然从装饰角度看，水表、煤气表位置的微小变动不影响质量，但对于定制家具而言，即使是5mm的误差也可能导致质量问题，影响家具的正常安装和使用。因此，精确度在定制家具设计中不容忽视。

二、科学性与合理性：全屋定制家具的基本功能包括但不限于储藏、展示、洗涤、晾晒、整理、收纳、就餐、烹饪、办公、娱乐、装饰、休息等。合理规划这些功能区域的空间布局，是定制家具设计科学性和合理性的具体体现。设计人员需积累丰富的经验，以免顾此失彼，影响全屋基本功能的发挥效率。

1.操作空间：确保足够的空间用于洗涤、烘干晾晒、悬挂、剁切、烹饪（蒸烤炒炖），以及存放洗涤、熨烫、化妆、餐具、熟食、烹饪器具、调料等生活资料。现代收纳功能五金已走向智能化、集成化，应合理配备，确保全屋家具收纳功能不留遗憾，提高空间利用率和易用程度。一般客户操作空间考虑在600MM——1200MM之间较为合适。

2.储存空间：设计师需要从实用和美感角度思考服装鞋袜、干鲜调味、零食杂物、美酒咖啡、茶叶茶具等等存放方式，合理利用空间，做到方便拿取、存放、归类、整理、记忆。

3.活动空间：全屋动线规划应遵循“流水线工作原理”，避免往返交叉作业。

三、功能与风格的有机统一：定制家具的实用功能和外观风格并无统一标准和模式，需根据客户的不同要求和兴趣变化。在定制家具设计中，应兼顾功能与外观及其内在要素的平衡，使科学实用的功能与凸显个性的风格达到最佳结合点。这需要客户与设计人员之间进行坦诚布公的交流与合作才能实现。

* 1. 空间布局形式

我们在给客户设计全屋定制时，根据全屋的大小可按以下几种方式进行：

a) 单排形：定制家具采用一字形排列在全屋的一壁；传统的“一”字型布局中，所有工作区都靠一面墙布置，在面积不大，不能容纳其它形式时，通常采用这种设计；由于空间不大，工作区的组合和功能设计都是最简单的。

b) 双排形：定制家具采用一字形排列在全屋左右的两壁；这种型式可容几个人同时操作，但分开的两个工作区会给操作带来不便；

c ) L字形：定制家具排列在全屋的相邻面壁，呈L形；工作区从墙角双向展开成L形。“L”型全屋是按“工作三角原理”，可方便各工序连续操作，是全屋布局中最节省空间的设计。不过要避免L形的一边过长，以免降低工作效率。

d) U字形：定制家具沿全屋三壁排列，呈U形；环绕三面墙布置，此设计的柜子配备较齐全，相对需要的空间较一字型的全屋大；

1. 岛形：在全屋中间布置的独立料理和操作台，家人和朋友可在料理台上共同准备餐点或闲话家常；这种布局需要较大的全屋空间，在西方国家非常普遍。由于全屋多了一个料理台，所以岛型的全屋需要较大的空间，国人碍于全屋面积不大，所以岛型全屋较少采用。
   1. 全屋定制人体工学原理
2. 厨房空间：

一般调理食物需站立的时间都不算短，所以要考虑人体工程学的高度设计，才不至于在煮完一餐之后有腰酸背痛的困扰。符合人体工程学的工作台面的高度以800至900mm最恰当（川内在800--850mm最恰当），面宽最好在550--600mm之间；常用储物的吊柜顶端高度不宜超过2200mm，以站立可以顺手取物为原则。操作时，水槽和灶台之间的往返较为频繁，建议应把这一距离调整到600至1200mm的范围内最为理想。

厨房功能应遵循“金三角”原则。一般人的习惯大致是按取材、洗净、备膳、调理、烹煮、盛装、上桌顺序。主要工作大致集中在水槽、炉灶、贮藏这三个基本点上。合理的空间布局应顺着食品的贮存和准备、清洗和烹调这一操作过程进行安排，沿着三项主要设备即炉灶、冰箱和洗涤池组成一个三角形。工作要遵循“顺手、省力、省时”的原则。此外，全屋定制的专业化，从全屋的主要功能上需充分体现；要想科学合理地利用全屋空间，专业化当然不能忽略。



合理的工作流程可以在全屋作业时，保持一份悠然自得的心态，舒适的人体工程学尺度能充分让您感受到人性化的温暖，操作起来也得心应手。人体工程学是一门充满人性化考虑的科学，也是最贴心、最舒适的科学；

1. 以清洁餐具为例：习惯上，人们喜欢在水池上方吊柜或消毒碗柜内存放餐具。如果把存放食物或餐具的地方设计得离水盆太远，则操作起来非常费劲，如果在设计的时侯考虑到客户的全屋操作流程，就可以把客户工作的强度降到最低。
2. 以烹制食品为例：普通的操作台与吊柜之间的高度设计不够合理，操作起来，阻隔视线，一不小心，还有碰头的危险。
3. 以吊柜的开启方式为例：吊柜是柜子中重要的组成部分，存放物品时，吊柜的开启方式，直接影响使用是否方便。传统的开启方式占用空间，上掀柜门方便好用，也利于美观。
4. 以柜子与大抽屉的类比为例：如果我们用柜子储藏物品，取物时，要打开柜门，蹲下才可以拿到物品。如果用抽屉储存物品，拉开抽屉，就可以看到全部的物品，轻松取物。一切都是那么轻松和舒适；
5. 卧室空间
6. 空间尺寸：主要考虑双人主卧室的最标准面积，通常是12平方米，以确保有足够的空间放置床、衣柜和床头柜等基本家具。衣柜一般设计在床对面的墙上，但床尾与衣柜之间的距离至少要90cm，方便打开柜门。
7. 人体活动高度：根据人体动作行为和使用舒适性及方便性，将柜体高度划分三个区域。高部柜区域高度为1850mm以上，存取物品不便，一般可存取较轻或者不常用的物品；中部柜区域高度为650-1850mm，存取物品最方便，使用频率最高，一般存取常用的物品；低部柜区域高度为650mm以下，存取比较不便，必须蹲下操作，一般存取笨重或者较不常用的物品。
8. 衣柜设计：衣柜是卧室里不可缺少的收纳主力，被褥纺织品、穿戴类用品等几乎都依赖于衣柜的收纳。挂短衣或套装的柜体高度不低于900mm，挂长大衣的柜体高度不低于1300mm。抽屉的高度不低于150mm～200mm；叠放衣物的柜体宽度在330-400mm之间、高度不低于350mm。放置棉被的衣柜上端高度不要低于400mm。
9. 衣柜空间分布的黄金法则：
10. 根据衣物大小和种类进行分区：短衣、长衣、裤子、季节性衣物等应有各自的空间。
11. 考虑使用频率：经常使用的衣物应放在便于取用的位置，不常穿的衣物可以放在较里面的位置。
12. 利用垂直空间：在衣柜上方设置储物格或悬挂杆，用于存放季节性衣物或大件物品。
13. 灵活运用隔板和抽屉：根据衣物的大小和形状设置隔板，使空间得到充分利用。抽屉可以用于存放小件物品，如内衣、袜子等。
14. 5. 考虑空气流通：衣柜内应有通风口或通风设计，避免衣物受潮。
15. 在床头打造收纳柜放置手机手表、书籍杂志等是很不错的选择，既保证了充足的收纳，也能起到一定的装饰作用。
16. 卧室安排一张书桌，作为学习工作区，也是书籍、电脑、文件、小杂物的安身之所。
17. 儿童房一般尺寸较小，多采用双层床设计，或者把衣柜、床、书架、书桌进行创意拼接，高效利用空间，给孩子留出活动空间。
18. 卫生间
19. 干湿分离法则：
20. 淋浴区：使用淋浴房或者淋浴屏风进行隔离，以防止水溅出。地面应采用防滑材料，并设置排水口。
21. 洗漱区：洗漱区应设置在卫生间离入户门最近的位置，方便使用。可以采用封闭式或者开放式的设计。
22. 马桶区：马桶应设置在离淋浴区和洗漱区较远的位置，以防止水溅出。可以考虑在马桶上方安装储物柜或者吊架，增加储物空间。
23. 化妆区：化妆区可以设置在洗漱区的旁边，方便使用。镜面设计应选择防雾型，并配备适当的照明设备。
24. 人体工学应用：
25. 淋浴区：
26. 喷头高度和角度：为了适应不同身高的人群，建议安装高度大于2200mm，且可调节高度和角度。这样能够满足大部分人的需求，特别是身高在1500mm至2100mm之间的人群。
27. 地面防滑：淋浴区的地面应采用防滑材料，如防滑瓷砖或石材。同时，地面应有轻微的倾斜度，以便排水。此外，也可以设置防滑条或防滑带，进一步增加安全性。
28. 空间大小：淋浴区的最小宽度不应小于900mm，长度不应小于1000mm，这样能确保人们在进入和退出淋浴区时有足够的空间，并能自由活动。
29. 座位区域：在淋浴区内应提供一个座位区域，以便于老人或行动不便的人能够坐下洗澡或淋浴。座位的高度应在450mm至500mm之间，以便于跨坐和站立。
30. 扶手和抓杆：在淋浴区内应设置扶手和抓杆，以便于站立和移动时提供支撑。扶手的位置和高度应根据使用者的身高和习惯来设计。
31. 通风和排气：淋浴区应有良好的通风和排气系统，以避免蒸汽和水雾造成过度的潮湿感，从而提高舒适度并降低摔倒的风险。
32. 照明：照明也是人体工学设计中非常重要的因素。适当的照明可以减少视力疲劳，并帮助识别环境中的障碍物和危险。建议使用防水、防雾的LED灯具，并确保足够的亮度。
33. 温度调节：淋浴区的温度应可调节，以适应不同的个人喜好和需求。同时，热水供应应有足够的安全防护措施，防止过热导致烫伤。
34. 清洁和保养：为了保持卫生和防止细菌滋生，淋浴区应易于清洁和维护。使用的材料应具备防水、疏水、防霉、抗污的特性。
35. 洗漱区：
36. 洗手台的高度：

* 考虑人群的多样性：洗手台的高度应适应不同的人群。对于儿童和老年人，较低的高度可能更合适，便于他们轻松使用。
* 站立或坐着的需求：对于需要在洗手台前站立或坐着使用的人群（如孕妇或行动不便的人），洗手台的高度和可调节性变得尤为重要。一些设计提供了可升降的洗手台，以满足这些需求。

2. 水龙头的长度和角度：

* 长度的可调节性：水龙头的长度应适中且可调节，以满足不同人群的需求。例如，对于身高较高的人，一个较长的水龙头可以更方便他们使用。
* 角度的灵活性：水龙头的角度也应可调节，无论用户是想要直接的水流还是需要一个特定的角度来冲洗某个部位（如手部或脸部），都能得到满足。

3. 洗漱区相关的人体工学应用：

* 储物空间：洗手台周围应有足够的储物空间，便于存放洗漱化妆用品。
* 照明：确保洗手台区域有良好的照明，便于照亮面部细节，避免造成阴影，这样可以避免因光线不足或者是太亮而造成的不便。
* 镜子：镜子的还原度、大小、位置、角度和高度应便于使用者观察自己的面部或进行其他日常护理活动。
* 无障碍设计：对于有特殊需求的用户，考虑无障碍设计元素，如易于接近的洗手台和可以抽拉的水龙头。
* 通过性：洗涑柜开门或者拉出抽屉干涉检查，通道是否能够通过一个人。分区采用移门或者掩门，以最大化节约空间；

1. 马桶区：

* 马桶高度：马桶座圈的高度应该适应大多数人的舒适度，通常设定在43至48厘米之间，这个高度可以让脚平放在地面上，大腿和躯干呈约90度角，减少腿部和脊柱的压力。
* 间距布局：马桶前方应留>1000mm通过空间，两侧与墙面或其他障碍物的距离>200mm,便于身体下蹲、移动并满足轮椅使用者的需求。
* 扶手：对于老年人、行动不便人士或康复期患者，马桶旁可设置安全扶手，帮助他们在坐下和起立时保持平衡。
* 坐姿舒适性：马桶座圈的设计也要考虑舒适性，包括形状、材质和宽度，以减轻久坐带来的不适感。
* 冲洗控制位置：冲洗按钮或者遥控器的位置应易于触及，避免使用者起身或大幅度动作才能操作。
* 排水与粪管中心位置：马桶的安装需依据粪管位置来确定，确保排水顺畅，并且保证从粪管中心到两侧墙壁有足够空间，以便于使用者腿部舒展。
* 隐私与照明：马桶区域的私密性和照明也是人体工程学的重要方面，用磨砂玻璃隔断+掩门或者移门，提供必要的隐私保护；照明的设计能带来视觉舒适度和安全感。

1. 书房空间的人体工学应用
2. 尺寸与可触及性：

* 书柜的高度应考虑使用者的身高和舒适取物范围。一般而言，常用的书籍区域应该保持在大约90至180厘米的高度区间内，这样大多数成年人都能轻松拿到。
* 上层书架可以用来存放不常翻阅或展示用的书籍及物品，但其高度也需控制在使用梯子或伸展手臂能够到的范围内。
* 书柜的深度通常在30至40厘米之间，以适应大部分书籍的尺寸，并且不会造成空间浪费或拿取不便。
* 每个搁板的宽度要适合常见的书籍大小，确保书籍放稳而不至于倾斜或者掉出。
* 书桌的高度一般700-780mm之间，长度一般不低于1200mm，宽度不小于500mm；

1. 动线设计：

* 书柜与其他家具之间的通道宽度至少应为900至1200毫米，以便于人自由行走和转身，同时也方便移动椅子或沙发等家具进行阅读或工作。
* 两个相邻书柜之间的间距也要保证足够的活动空间，约为1100至1200毫米，既便于日常通行，又不影响打开柜门。
* 书柜和书桌之间的距离不小于900mm。
* 书房椅是书房人体工学应用集中范例，各部分的尺寸、角度、比例、材质、造型都需要使用者亲自体验和挑选。
* 家具距离房间门的距离不小于一米。
* 自然采光环境下，书桌一般背靠采光面。书桌垂直于采光面的，根据书写者用手习惯，惯用手与书桌采光方向相反，避免有阴影，例如用户是右利手，那么书桌左边靠近采光面，书写和阅读就不会有阴影；

1. 储物布局：

* 根据书籍种类、大小和频率进行分类存储，常用书籍放在易于取放的位置。
* 可调整的搁板设计能根据实际需要灵活调整书架内部的空间分配。

1. 安全性与稳定性：

* 书柜的设计应确保稳固，避免因放置过重书籍导致倾倒，特别是对于高大的书柜，需要安装固定装置防止倒塌风险。

1. 视觉层次与照明：

* 在视觉上，可以根据书籍颜色和大小进行美观排列，同时结合开放式和封闭式储物空间来增加视觉层次感。
* 确保书柜区域有足够的照明，包括环境照明以及局部重点照明，以便于查找和阅读书籍。

1. 生活阳台的人体工学
2. 高度与可触及性：

* 洗衣机和烘干机的高度应设置在合适的范围内，洗衣机烘干机高度一般是850mm，投料口中心距离地面可以设计到900mm，方便用户放入衣物并操作控制面板。底部空间可以设计拉篮和投料装载板，用于收集衣物和其他容器；
* 手洗衣物的工作台高度参考厨房水槽设计，一般在85-90厘米左右，既能保证长时间洗涤不疲劳，又能避免弯腰过低带来的不适。
* 晾衣架可以根据家庭成员身高调整升降功能，或者安装不同高度的挂杆以适应不同长度衣物的晾晒需求。可以采用自动升降挂衣杆，不用的时候可以隐藏起来。
* 拖把池利用边角空间，购买拖把池注意材质和规格，避免污水溢出来，拖把的收纳可以利用墙面挂钩；最新的做法是采购洗地机器人，设计成隐藏式，美观大方，还能减轻家庭成员的劳动的负担。

1. 空间布局：

* 设备之间的间距要充分考虑人活动的空间，例如从洗衣机取出衣物到晾衣架上挂放的过程应顺畅无阻。如果空间不够宽松，需要考虑把洗衣和烘干的功能集成在一台机器里面，或者把两台机器重叠起来；
* 家里有小孩的，小孩的洗衣设设备可以安装在墙面，提前规划给排水点位和电路接驳；
* 拖把池位置可以紧邻洗衣机，方便将洗衣机排水管接入，并且便于洗拖布后直接拧干和使用。

1. 储物与收纳：

* 利用墙面或洗衣机上方空间设置储物柜，存放清洁用品、洗涤剂等，确保物品易于取用又不会占据地面空间。
* 洗衣机与烘干机可以选择嵌入式设计，与柜体结合，既节省空间又符合人体工程学的美观标准。

1. 工作流程优化：

* 根据洗衣、清洗拖布、晾晒衣物等工作流程来规划各个功能区的位置，尽量减少不必要的走动和转身动作。

1. 照明与安全：

* 阳台区域需配备足够的照明设备，特别是工作台区域，以便于进行精细作业。
* 地面铺设防滑材料，保证湿滑环境下的安全性；同时，电源插座应设在安全且方便操作的位置，防止触电风险。
  1. 照明设计

照明系统在全屋定制家具中的应用已经成为现代家居设计中提升生活品质、营造舒适氛围和实现节能环保的重要组成部分：

1. 内嵌式照明：

* 在定制衣柜、橱柜内部安装LED灯带、灯条或射灯，提供柔和的光源，方便查找衣物、餐具等物品。
* 酒柜、装饰柜内可设置展示性照明，突出收藏品的美感。

1. 层板照明：

* 定制书架、展示架时，可以设计带有内嵌或悬挂式的层板照明，均匀照亮每一层搁板上的书籍、艺术品或摆设。

1. 情景照明：

* 智能照明系统能够根据用户需求预设不同的情景模式，如阅读模式下，书房区域灯光调整至适宜阅读的色温和亮度；用餐模式下，餐厅照明可营造温馨浪漫的氛围。

1. 隐藏式照明：

* 在定制家具底部或顶部设计间接照明，例如床头背景墙后隐藏的LED灯带，提供柔和的环境光，同时增加空间层次感。

1. 感应照明：

* 在定制储物柜、走廊柜等处使用人体感应或者触摸式开关，实现自动或无接触开启照明，提高便利性。

1. 多功能集成：

* 灯具与家具结合，如定制书桌、吧台的台面下方集成照明功能，既节省空间又实用美观。

1. 智能控制：

* 通过智能家居控制系统，实现对全屋定制家具内照明系统的远程控制、定时开关、语音控制以及与其他智能设备联动等功能。

1. 灯光色温：

色温与氛围的关系非常密切，是影响室内空间视觉感受和情绪体验的关键因素之一。色温是指光源发出光的颜色倾向，通常以开尔文温度（K）来衡量，从低到高代表了颜色由暖黄过渡到冷白：

* 低色温（如2700-3000K）：这类色温的光线呈现出温暖、柔和的黄色调，类似蜡烛光或夕阳色。在家庭环境中，低色温常用于卧室、餐厅和客厅等需要营造温馨、舒适氛围的空间，因为它们有助于放松身心，增进亲密感，并且能够增强食物的色泽，使餐饮环境更加诱人。
* 中性色温（如4000K）：这种色温介于暖色与冷色之间，被称为“暖白色”或“自然白色”，它既保留了一定程度的暖意，又具有足够的明亮度，适用于卫生间等需要清晰视线但同时保持宜人气氛的地方。
* 高色温（如5000K及以上）：接近日光色的白色或稍微偏蓝的色调，给人一种清新、现代和干净的感觉。在工作区、书房、厨房以及需要高效活动和集中注意力的空间，高色温照明可以提高人的警觉性和工作效率。

1. 色温与氛围的关系：
2. 温馨氛围：

* 适配色温：低至中等色温，大约在2700K至3500K之间。这种暖色调的灯光可以模拟烛光或火炉光的效果，营造出舒适、亲密和放松的环境。

1. 清新氛围：

* 适配色温：接近自然日光的色温，约4000K至5000K。这类中性偏冷的白光能带来明亮、清爽的感觉，如同清晨阳光洒进室内，有助于消除沉闷感，尤其适合书房、餐厅以及一些现代简约风格的空间。

1. 简约氛围：

* 适配色温：同样可选择中性色温4000K左右，以保持空间视觉上的简洁明快。若要强调宁静与和谐，也可选用略带暖意的3500K，配合简洁线条和无冗余装饰的设计，传达极简主义的精神。

1. 浪漫氛围：

* 适配色温：偏向于较低的暖色温，如2700K至3000K，通过温暖柔和的光线创造出轻松愉悦、充满诗意的情感氛围，尤其适用于卧室、浴室等私密空间，以及浪漫晚餐的照明设置。

1. 雅致氛围：

* 适配色温：可以根据空间整体色调和材质来定，一般推荐中性色温4000K或略低于此的暖白色调，既能体现精致与高雅，又能保证空间有足够的亮度展现细节，营造出具有品味和质感的环境。

1. 沉稳氛围：

* 适配色温：对于需要宁静、深思熟虑的区域，如书房、冥想室或者客厅中的阅读角落，可以选择偏低色温（如3000K）结合局部重点照明，以暖黄色调的灯光创造沉静、稳重而不失舒适的气氛。同时，适当减少光线的直接照射，增加间接照明，也能强化空间的沉稳气质。
  1. 全屋定制家具设计动向

在全屋定制家具文化日益深入人心的当下，消费者对于家居环境的需求已从单纯的外观华丽转向了实用性与个性化并重的新阶段。简约线条设计风靡市场，既节省空间又凸显现代审美，台面、吊柜等家具的高度经过精心设计，充分考虑人体工学原理，实现更为人性化的使用体验，为各种户型提供灵活且高效的解决方案。

1. 拉手新概念：无拉手设计继续引领潮流，设计师们不断探索新颖独特的开启方式，以极具创意的隐形拉手或触控技术打破传统，赋予家具更多科技感和艺术性。
2. 打造静谧家居环境：阻尼技术在抽屉、门铰及拉篮配件上的广泛应用，使得开关动作更显流畅而安静，进一步提升了家居生活的品质感。
3. 电器化智能化升级：一体化的智能家电如电视、空调、扫地机、音乐播放器等集成设计，让全屋生活更加便捷高效，轻松实现家务自动化。
4. 内置感应灯人性化照明：柜内感应灯光系统的运用，将科学与舒适完美融合，只需轻轻一开，柔和光线便随之点亮，关合时则悄然隐去，极大地提升使用便利度。
5. 个性化柜子设计崛起：高端定制柜体越发注重个体差异和人文关怀，不仅追求优雅的外形和现代化风格，更是深入挖掘用户的实际需求，通过可调节高度的设计、上翻门结构以及合理的内部布局，确保每个家庭成员都能舒适操作。同时，丰富的色彩、纹理和材质选择，让每一件家具都成为彰显个性的艺术品。
6. 有限空间无限可能：针对国内居住空间相对紧凑的特点，全屋定制设计充分发挥想象力，精巧利用每一寸空间，无论是隐蔽角落还是流动区域，都被巧妙地融入到整体布局中。一体化的全屋定制方案以其人性化、个性化、环保化及专业化的特质备受青睐，实现了小空间大作为，打造出既实用又美观的生活空间。
7. 独特选材引人注目：设计师们大胆采用新材料和新技术，如铝金属以独特的链接方式构造出犹如自然生长般的有机表皮；彩色及透明玻璃、有机板的加入使光与影交织，形成别致的空间效果；石英石等天然石材替代品也因其丰富质感逐渐走俏。未来，更多多彩、轻薄、透明的新型板材将持续刷新人们对全屋定制的认知，共同构建一个时尚前卫、充满艺术气息的高品质家居环境。
8. 在全屋定制家具的最新工艺潮流中，以下几种新工艺和材料应用正引领家居设计的创新风潮：
9. 三明治工艺：此工艺将不同材质、厚度、颜色或纹理的板材巧妙结合在一起，形成如同“三明治”般的多层效果。这种设计既丰富了视觉层次感，又增强了家具结构的稳定性和耐用性，使定制家具在满足实用功能的同时更具设计感。
10. 圆弧造型工艺：随着现代审美趋向柔和与流畅，圆弧元素被广泛应用到家具的边角设计上，如橱柜、衣柜等柜体的圆润转角处理。这种工艺不仅提升了家具的安全性，减少碰撞伤害，而且赋予空间更为温馨和谐的氛围。
11. 混油肤感涂装工艺：这种工艺通过特殊的涂料配方和涂装技术，使家具表面呈现出细腻光滑、接近人体肌肤触感的效果，增加了用户的舒适体验，并且具有良好的耐磨耐刮性能，延长了家具使用寿命。
12. 天然木皮饰面工艺：保持对自然亲近的追求，选用优质天然木皮进行贴面处理，能够真实还原木材原有的纹理与色泽，带来大自然的亲和力与高级质感，彰显出主人独特的品味和对生活品质的高要求。
13. 皮作饰面工艺：采用高品质皮革作为家具饰面材料，经过精细裁剪和手工缝制，打造出高端大气的皮质家具。皮料的柔软质地和独特光泽为家具增添豪华气质，同时也具有易于清洁维护的优点。
14. 钢板柜体与铝合金柜体：顺应现代极简主义风格及轻量化需求，部分定制家具开始采用坚固耐用且环保的金属材料，如钢板和铝合金制作柜体，不仅强度高、不易变形，还体现了工业美学的设计理念，实现了美观与实用性的完美融合。
    1. 全屋水电整改定位

其实，我们在与客户预约到全屋，进行第一次测量的时候，就已经进入了设计程序；向前文里所讲，与客户进行坦诚的交流，是设计的关键；在现场与客户对全屋的设计进行讨论，更为直接与形象；一套简单的柜子设计，方案几乎都是在第一次测量的时候确定下来的；那么，如果定制家具设计方案与柜子房大小或与柜子房内部设施、物件，如：管道、水位、电源等、、发生冲突时，设计人员应及时向客户提醒，并作出整改建议，出具全屋整改图。整改建议定位时应注意指定以下正确方位：

* + - * 1. 挂式消毒柜和中式烟机电源位置预留在，离电器上方150MM的吊柜柜体内；并保证电源线长度距离合适，摘取方便；
        2. 欧式烟机电源位置预留在，烟管外围板（金属管）内侧正中；可以使烟机部份看起来更为整洁,插座位置一般预留在离地2200MM左右；
        3. 嵌入式消毒柜电源位置预留在消毒柜柜体正后方，若遇柜体宽度低于550MM,必须考虑到消毒柜深度；若消毒柜深度太深,则插座设计在相邻柜体内；（电源如在抽屉后,抽屉可做短60MM！）
        4. 微波炉电源位置预留在，微波炉上方吊柜内；并保证电源线长度距离合适，摘取方便；
        5. 冰箱电源位置预留在，冰箱所放位置后600MM高；并保证电源线长度距离合适，摘取方便；
        6. 备用电源预留位置在，留离地高度1000~1200MM高处；（避免在炉具或水盆后方）
        7. 烟机排烟孔预留位置在，扣板（吊顶）上方；并保证与烟机（垂直）直线距离不超过2米；如客户全屋是整体吊顶，必须在未吊顶前通知客户在吊顶上预留烟管孔，并保证烟机设计位置与预留烟管孔相对应！
        8. 提醒客户全屋吊顶高度不应低于2200MM！
        9. 气管整改预留位置尽量控制在距炉具600-2000mm范围内；
        10. 进水和排水管必须保证在水盆柜柜体后方和下方；
        11. 衣柜内置灯带/感应灯电源：可根据客户需求，在衣柜内部适当位置预留电源接口，用于安装照明系统。
        12. 书柜内置插座：为方便电子阅读器充电或放置台灯，可在书柜内部或底部设计隐藏式插座。
        13. 鞋柜区域电源：如有电动除湿、烘干功能需求，应在鞋柜附近预留电源接口。
        14. 电视墙电源与信号线：根据电视机、音响、网络盒子等设备的位置，提前规划好电源插座和信号线的走向及数量。
        15. 洗碗机电源与水源：洗碗机需要预留进水口和排水口，同时在其附近安排电源插座，通常高度与嵌入式消毒柜类似。
        16. 洗衣机供水与排水：在洗衣区规划时，要确保洗衣机位置附近有合适高度的冷热水管接口，并且下部留有足够空间设置地漏或排水管道。
        17. 智能马桶：对于安装智能马桶的家庭，需提前考虑好电源、水源以及排水设施的位置，确保其能够顺利接入电路及上下水系统。
        18. 吧台/水吧区域：如果设计了小型饮水区或吧台，需要为直饮机、咖啡机等设备配置相应的水源和电源。
        19. 地暖系统与新风系统：对于现代家庭常见的地暖系统与新风系统，要在装修初期就规划好管道布局和控制系统电源线的预埋。
        20. 影音娱乐系统：包括电视、音响、投影仪等设备的电源及信号线路的隐蔽布线设计，以及环绕声系统音箱线的合理走向。
        21. v) 照明系统：根据全屋各功能区的需求，设计不同类型的灯具（如筒灯、射灯、吊灯、落地灯、阅读灯等）并预留足够的开关控制点位。
        22. 弱电系统：包括网络、电话、安防摄像头等弱电线路的布设，应结合实际使用场景进行合理规划。
        23. 床头柜插座：为满足手机充电、阅读灯、夜灯等需求，床头两侧需设有便捷使用的插座，甚至USB插口。
        24. 镜前照明与防雾镜：浴室镜子周围可预设防雾镜电源及照明灯具的电源接口。
        25. 房办公桌区域：为电脑、打印机、电话等办公设备提供充足的电源插座和网络端口。
  1. 全屋定制家具设计注意事项及技术交底要点：

在进行全屋定制家具设计时，设计人员需严格遵守以下关键点，并与客户充分沟通确认，以避免潜在的技术问题和不适用的设计方案。若客户坚持采用非推荐设计方案，设计师应明确告知风险并取得客户签字认可。

水电设施布局要求：

1. 水盆柜的进水和排水管必须预留在柜体后方或下方。
2. 设计水盆柜时，柜体长度需超过水盆边线总长度至少100mm。
3. 水盆边线与墙体或管道间保持80mm以上间距。
4. 炉具边线与墙体或管道间距离应大于150mm。
5. 天然气表与进气管阀距离炉具不得小于600mm。

厨卫设施安装要求：

1. 炉具和烟机中心垂直线要对齐。
2. 水盆和炉具之间边线间距须在600mm以上。
3. 地柜操作台面积规定：长度至少为800mm，宽度至少为500mm。
4. 安装欧式烟机，需要预留910mm以上的安装空间。
5. 不得将燃气表、液化气罐、热水器、气管开关、水表、水管检查孔、电源检查孔、报警器等设备置于定制家具内部，确保其正常使用和检修方便。

环境适应性考虑：

1. 若房屋墙体过薄、内部管道复杂、户型特殊或空间狭窄等条件限制定制家具制作和使用，应及时告知客户取消相关设计或调整设计方案。
2. 地柜离地高度应在800mm至850mm范围内。
3. 嵌入式消毒柜设计时，需关注与地柜高度匹配，以及与炉具是否冲突。
4. 台面宽度不超过600mm，地柜柜体宽度不超过550mm。
5. 吊柜（含烟机）底部离地高度应在1400mm至1600mm区间内。
6. 吊柜宽度包括门厚一般为310mm。
7. 单个柜体长度控制在1200mm以内，以免因跨度过大影响结构稳定性。
8. 非嵌入式电器如冰箱、洗衣机、消毒柜、微波炉等不宜设计嵌入到定制家具中，以免影响散热、使用和维修。
9. 水盆柜内部不可设计抽屉和拉栏。
10. 当地柜柜体深度小于300mm时，不应设计抽屉和拉栏。
11. 设计方案不能妨碍室内采光、进出通道和操作空间。 v) 卫浴柜面盆安装前需确认是否能放下，同时注意预留足够的圆弧差110MM空间。

其他定制家具设计中需要交底的项目还包括但不限于以下几点：

衣柜与储物柜：

1. 挂衣杆高度应根据家庭成员身高调整，通常离地约1800mm至2000mm。
2. 抽屉、裤架、格子架等内部分区布局要充分考虑用户收纳习惯和衣物种类。
3. 衣柜背板厚度及防潮处理需明确告知客户，尤其在潮湿地区。

书柜与展示柜：

1. 根据书籍或藏品大小设置合适层板间距，并可配备可调节层板以满足未来变化需求。
2. 有玻璃门的展示柜需注意安全玻璃的选择，避免破裂带来的风险。
3. 高处柜体设计时要考虑安全性，可能需要配备固定装置或限位器防止倾倒。

电视墙与视听娱乐区：

1. 确保电视机挂装位置和角度符合人体工程学，观看舒适度高。
2. 嵌入式音响、投影设备等应提前规划电源插座及信号线接口位置。
3. 考虑散热问题，确保周围有足够的通风空间。

多功能房与榻榻米：

1. 榻榻米升降桌的设计需考虑到电线布设以及操作便利性。
2. 多功能房中的床铺、书桌、衣柜等转换结构的安全性和稳定性必须经过严格测试。

儿童房家具：

1. 所有尖角需做圆滑处理，避免孩子碰撞受伤。
2. 床铺、书桌等尺寸应适应孩子成长阶段，可选择可调节高度的产品。
3. 安全锁扣、抽屉防脱轨装置等安全措施必须到位。

玄关柜与鞋柜：

1. 鞋柜深度需适合各类鞋子存放，一般为300-350mm。
2. 设计换鞋凳、挂钩、镜子等功能模块，提供完整的入门体验。
3. 若包含电子密码锁或感应灯等智能组件，须预先安排电路。
4. 如果配置了全身镜，需要预留镜前灯电源和控制器。

阳台定制家具：

1. 阳台洗衣柜需预留洗衣机、烘干机的进出水口和电源插座。
2. 遮阳窗帘、晾衣架等设施与家具之间的协调布局。
   1. 标准柜型利用办法：
3. 利用转角收口处理，调节标准柜长度办法：

“转角无缺口设计时处理办法”：在设计转角柜时,转角柜靠墙端可留10-100MM的调节间隙,利用调节间隙来将柜体调成标准尺寸!利用收口条调节门片至标准尺寸!



“标准柜体有缺口设计时处理办法！直型转角处如有砖柱或管道时, 转角柜靠墙端可除开柱子(管子)开始设计!柜体同样利用与管道或柱子的调节间隙来将柜体调成标准尺寸！门片尺寸照常按柜体总长减柜体厚度和收口条尺寸



“标准柜异型柜体设计处理办法”，异型全屋设计时应尽量将全屋异型角作为收口处理，将柜型调整为标准直角柜体！台面异型处必须放样量角！



1. 利用非标柜型处理柱子或管道，减少异型柜：

柱子或管道占据柜体厚度2/3以内的空间，柜体可做200宽（深）时。柜体直接让开管道或柱子，避免包料的使用，减少工艺要求；



1. 利用假门板处理柱子或管道，避免异型柜：

柱子或管道占据柜体厚度2/3以上的空间，柜体只能做200宽（深）以下时。柱子或管道前方无须再做柜体，直接使用假门板进行装饰（假门板，车间需配置固定条固定）。并且，还可利用假门板的间隙调整其他柜型。



1. 利用电器留空处或看面端头，调节标准柜处理长度办法：

在确保电摆放空间足够，和看面端头位置合理的情况下，可适当增加或减少柜体总长度，达到调节柜体标准的目的；

1. 标准化设计

为了占据目前强大的市场份额，让经销商或企业具有更强的竞争力。实行标准化设计，实现规模化生产，制造出高质量低价位的产品，是必行的一步。那么，由设计带动生产，也就是促使这一步前进的动力！

标准化设计的意义

提高效率：标准化设计意味着有一套明确的设计规范和流程，可以减少设计时间，提高从测量、设计到生产、安装的整个链条的工作效率。

降低成本：标准化的设计模板和生产工艺能够降低材料损耗和人工成本，通过规模化生产和模块化组装，有效节约资源，从而降低了整体定制家具的制造成本。

保证质量：经过反复验证的标准设计可以确保产品的一致性和稳定性，减少因设计缺陷导致的质量问题，提升产品的耐用性和安全性。

便于维护与升级：由于遵循统一标准，家具部件易于替换和维修，未来需要更新或升级时也能更方便地进行。

满足个性化需求：虽然强调标准化设计，但并不排斥个性化定制。通过模块化和可组合的设计策略，可以在标准化的基础上实现一定程度的个性化定制，既满足客户多样化的审美和功能需求，又能保持生产和服务过程的高效有序。

利于环保：标准化设计有助于促进绿色家居理念的实施，如合理利用空间以减少浪费，采用环保材料和工艺，以及便于拆解回收等。

标准化设计的意识

作为一名专注于柜子设计的定制家具设计师，必须深刻认识到标准化设计的核心在于通过预先设定的标准规格、模块化部件以及灵活的组合方式来满足不同消费者的需求。这要求设计师不仅要熟悉各类标准柜体的具体尺寸和型号，还要能够根据实际情况对标准柜体进行适度调整，确保在符合人性化需求的同时，保持生产过程中的高效性和一致性。

在当前市场上，“单元柜”的理念被广泛应用，作为构建全屋定制方案的基本元素，其多样化的组合方式使得设计方案更具灵活性。与此同时，为了满足消费者的个性化诉求，设计师需要紧跟潮流，不断创新并提供丰富的柜体板、门板材质与样式选择，包括台面材料及拉手设计等细节部分。

在此基础上，通过规范化地制定地柜、吊柜、高柜等主要柜体类型的规格参数，并在这些恒定的设计框架内进行创新，设计师能够在保证产品个性化的同时，推进家具生产的标准化进程。这种标准化不仅有助于提高生产线效率、降低成本，还能有效保障产品的质量稳定性和安装便捷性，从而推动全屋定制家具行业向着更高水平的标准化设计方向发展。

厨房标准“单元柜”规格

1. 地柜标准：单位：毫米mm
2. 标准地柜总高度计算方式：=“柜体高度”+“垫层板厚度”+“台面厚度”+“柜脚高度”+“柜脚调节间隙”
3. 地柜标准柜体高度分为：“600柜型”、“650柜型”和“700柜型”三种；
4. 柜体结构方式为侧板包底板，侧板高度同地柜柜体高度；
5. 地柜柜体标准宽度统一为“500，550”，台面“550，600”；
6. 地柜柜体标准长度为： 200、350、400、450、500、600、720、750、800、900、1000、1100、1200，十三种规格范围；
7. 吊柜标准：
8. 标准吊柜总高度计算方式：= 高柜侧板高度 -“700”；
9. 标准吊柜柜体宽度：“280”、“330”、“380”，一般采用“280”；
10. 吊柜标准柜体总长度：200、350、400、450、500、600、700、800、900、1000、十三种规格范围,中式烟机柜和挂式消毒柜不在标准柜范围内；
11. 吊柜微波炉柜由两部份组成，总高度850，上方柜体高450\*宽600\*深280，下方放置微波炉为弧形空格：底板：400；顶板：310；侧板弧形，高度为400。
12. 高柜标准：
13. 标准高柜柜体总高度计算方式：=“柜体高度”+“柜脚高度”+“柜脚调节间隙”
14. 高柜标准柜体高度分为：“半高柜柜型1200”和“高柜柜型2200”两种；
15. 高柜标准柜体长度计算方式：两边看面厚度+门片总长605；
16. 高柜标准柜体宽度为550，包板宽度560；
17. 书柜标准：
18. 书柜柜体标准高度：2000；厚度：350；
19. 书柜分为上下两层：下层门板高度为800；上层门板高度为1100；
20. 书柜隔板上下尽空300以上，左右隔板尽空450以上；
21. 书柜立板到地，2000宽内立板共用，无柜脚，装饰裙边高度100；
22. 衣柜标准：
23. 衣柜柜体标准高度：1800、2000、2400；厚度：600；
24. 衣柜立板到地，2000宽内立板共用，无柜脚，装饰裙边高度100；
25. 单柜跨度不得超过1200；
26. 隔板上下间隔450以上，左右间隔500以上；
27. 平开门抽屉在铰链边必须留50收口条；

标准件柜型解释

首先，我们在制定柜体的标准规格时，考虑到了设计中柜型配合和搭配时的调节问题。同时，结合各种商品及功能的嵌入、大部分客户的使用需求。并且，要确保柜型符合高精度生产设备技术要求。

1. 地柜柜体标准解释：

长——长度的限制，不会影响比例、美观和使用，相反，会增加产品整体比例效果。设计不规则的长度尺寸，会降低产品精确度和品质。原则上，我们可以在地柜的十三种长度范围内，可设计任何柜型。但是，由于功能的局限，我们又将柜型归纳为几大类，及：水盆柜、抽屉柜、多功能拉栏柜、炉具拉栏柜、转角柜、开放柜等柜型。每个柜型都有长度的局限范围。超过局限范围后，就可能会影响比例效果、功能的安装及使用。（比如：水盆柜不宜过大、过小，一般单盆柜长度为：600、700，双盆900、1000）所以，我们尽量按照范围要求来进行设计。

宽——地柜柜体的宽度是根据炉具、水盆大小，和大部分功能件的嵌入要求，以及人体使用舒适度的需求而定的。客户要求加宽、减窄都有可能造成使用不适和炉具、水盆嵌入后过窄。

高——地柜柜体高度的650站板，符合标准机械裁料和打孔要求。并且，配合的总高度范围，能够符合川内人群的使用需求。

1. 吊柜柜体标准解释：

长——吊柜柜体的长度同样是根据，电器的嵌入和比例的需要进行配合的。

宽——吊柜宽度设成290即适合板材裁料利用益，也适合吊柜的物体承载。吊柜太宽，容易影响人们使用和操作（碰头）。

高——小型厂家生产使用的打孔机械设备不精良，因此，生产产品规格很随意。一般吊柜高度为“600”或“650”，而我们公司目前引进了进口打孔设备，根据进口排钻打孔机设备的32毫米递增、减要求，将吊柜高度恒定为700。

1. 高柜地柜标准解释：

长——高柜柜体的标准长度“605”门片的设定，主要是为了嵌入消毒柜和烤箱之内的电器；高柜的总长度取决于看面用料的厚度，因此，只要我们遵循605门片的长度规格，长度也就成为标准。

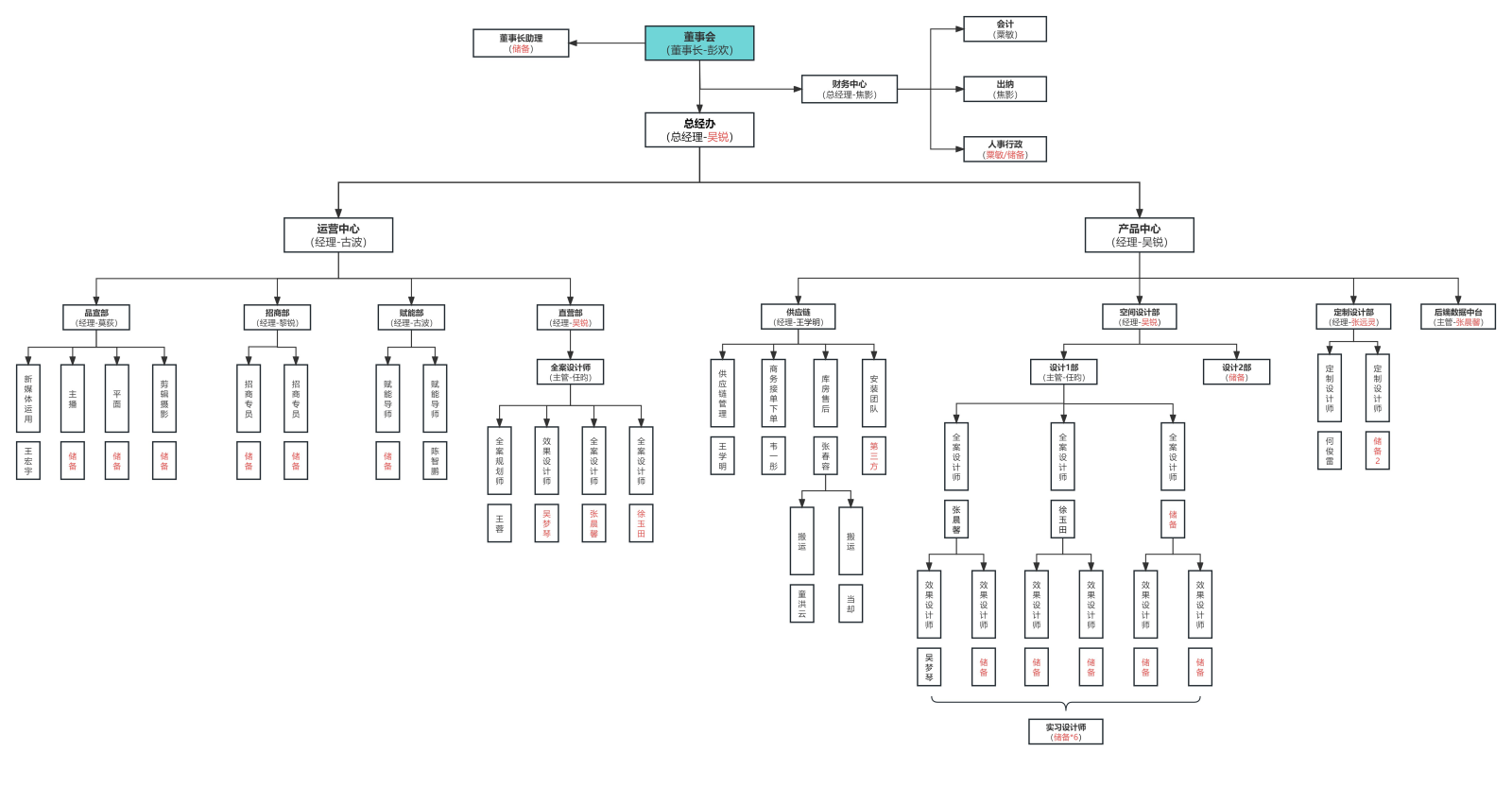
宽——高柜柜体的宽度设为550，这样安装出来的宽度和地柜柜体齐平，安装效果更美观，包板设为560是为了弥补地柜后留空导致安装立柜后留下的缝隙。

标准化设计的推广

1. 教育引导：
2. 通过举办线下活动、线上研讨会、培训课程等方式，向用户普及标准化设计的优势，如生产效率高、交货周期短、成本控制合理、产品质量稳定以及便于后期维护和扩展等。
3. 案例展示：
4. 展示成功应用标准化设计的实际家居案例，让用户亲眼看到标准化设计如何在满足个性化需求的同时，保持了整体风格的协调统一和空间利用的最大化。
5. 互动体验：
6. 利用数字化工具（如AR/VR技术）提供在线虚拟现实体验，让用户在购买前可以直观地感受到标准化家具在实际生活场景中的效果，并参与到定制设计过程中，了解标准化模块组合的灵活性与多样性。
7. 定制服务：
8. 强调标准化设计并不等于“千篇一律”，而是建立在丰富多样的标准化模块基础上的个性化定制。设计师可以根据用户的具体需求，在标准规格内灵活调整和搭配，以满足不同客户对美观度、功能性及舒适性的要求。
9. 透明沟通：
10. 在销售和服务过程中，清晰告知用户采用标准化设计的好处，比如价格更透明、生产周期有保障、售后服务更便捷等，增强用户的信任感和满意度。
11. 品质承诺：
12. 提供严格的质量保证和售后支持，确保用户购买的标准化定制家具不仅具有良好的使用体验，而且在长期使用中也能保持稳定的性能和耐用性。
13. 优惠政策：
14. 可以通过推出针对标准化设计产品的优惠活动或套餐服务，降低用户的试错成本，从而吸引更多用户尝试并接受标准化设计的全屋定制家具方案。

# 西调调全案设计服务的团队

1. 西调调组织架构：



1. 西调调设计服务全专业模式

西调调家居全案设计中台的组织架构模式，通过精细的职能划分，旨在提升设计师的专业化程度和工作效率。研发部门涵盖了多个专业领域，如物料解析、生活场景、软装搭配、灯光色彩、视觉呈现、家具深化设计、预算造价和施工图纸等，以确保全案设计的专业性和全面性。设计部门则设有全案设计师和助理设计师等职位，以确保设计工作的顺利推进。这种组织架构模式旨在提高工作效率，优化设计成果，满足客户的需求。

关于研发人才的培养模式，西调调有一套完善的机制。西调调通过职能测试来评估员工的技能水平，并提供内部和外部培训、技能分享以及实战历练等机会，以不断提升员工的专业技能和综合素质。

在激励机制方面，西调调制定了明确的考核标准和奖励机制。西调调设立了绩效奖金和晋升链路等福利，以激发员工的工作积极性和创造力，为公司的发展注入源源不断的动力。

至于家居全案设计中的组织架构，西调调注重职能的合理划分。西调调根据项目流程和设计专业的精细分工来构建职能划分，确保每个员工都能发挥自己的特长。同时，西调调也密切关注潜在问题，灵活调整职能规划，以适应业务发展和员工成长的需要。这样的架构不仅有利于提升工作效率，还能促进员工的个人发展。

1. 西调调专业岗位的职责职能：

西调调全案规划师：

岗位职责：

1. 负责与客户对接，深入挖掘客户需求，提供专业的家居规划方案。
2. 制定家居规划方案，包括空间布局、风格定位、生活情景、色彩搭配、材料选择、装修预算等，确保方案符合客户的期望和需求。
3. 负责与客户沟通平面规划方案，根据客户反馈进行调整和优化，确保方案得到客户的认可。
4. 负责家居装修过程中的协调工作，包括与施工方、材料供应商等的沟通与协调，确保项目顺利进行。
5. 负责家居装修施工的顺利实施，监督施工品质和材料进场节点，确保项目按时交付。
6. 负责家居装修施工过程中的收款工作，包括定金收款和各个过程节点的收款，确保资金安全。
7. 参与售后服务，为客户解答各种疑问，提供专业的使用、维护、保养建议。

任职要求：

1. 具有家居行业从业经验，熟悉家居规划流程和相关法律法规。
2. 亲和力强，具有良好的沟通能力和同理心，能够与客户建立良好的关系。
3. 注重个人形象，有品味和时尚感，能够把握家居设计潮流趋势。
4. 熟悉办公软件使用，能够制作高质量的ppt和文案。
5. 熟悉施工图，能够准确解读并讲解效果图，确保设计方案的可实施性。
6. 具有一定的家居风水常识，能够根据客户需求提供相应的解决方案。
7. 具有良好的团队协作精神和创新思维，能够不断学习和进步。

西调调见习设计师：

岗位职责：

1. 根据设计师的要求，您需要确保设计任务的准确性和时效性，包括但不限于施工图的绘制和标注、设计理念文案的撰写、全案物料清单的整理、全案报价表的编制以及提案PPT的制作。
2. 您还需每天撰写一篇学习心得，每篇心得字数不得少于500字。
3. 为了能够顺利完成这些任务，您需要熟练掌握AutoCAD、SketchUp、酷家乐和WPS等软件，并具备基础的设计文案撰写能力。
4. 在设计过程中，您需要与设计师紧密合作，确保对设计师提出的工作要求有充分的理解力和执行力。为了不断提升自己的设计水平，您还需要持续学习和研究相关的设计技能。

任职要求：

1. 具备室内设计、环境艺术、建筑设计等相关专业的教育背景，并有室内设计助理岗位的工作经验。
2. 熟练使用各类设计软件，具备良好的设计基础和审美观念。
3. 展现出卓越的沟通能力和强烈的学习意识，能够迅速掌握新知识和技能。
4. 对家居行业有深入的了解，对室内设计充满热情并致力于长期发展。
5. 展现出强烈的责任心和团队合作精神，能够高效地完成辅助设计任务。

西调调全案设计师：

岗位职责：

1. 根据规划书、客户真实需求、测绘数据，制作符合要求的室内设计方案。
2. 以结果为导向，以落地效果为准绳，方案需要满足客户的预算，生产工艺，施工工艺、交付周期，促进西调调标准化进程；
3. 熟练掌握AutoCAD、SketchUp、酷家乐和WPS等软件，并具备培新能力。
4. 熟悉建筑标准、硬装工艺、软装搭配、灯光与色彩、成品家具工艺、定制家具工艺，施工流程、标准、材料、成本构成；
5. 熟知并理解用户的多重需求（其实有些需求之间存在矛盾）、期望的生活情景，掌握全案每个实施阶段注意事项；
6. 在设计过程中，保持与用户的密切沟通，确保自己对用户诉求的理解力。
7. 为了不断提升自己的设计水平，需要持续学习和研究相关的设计技能。

任职要求：

1. 室内设计、建筑设计、软装设计或环境艺术相关专业背景，有室内全案设计从业经验。
2. 熟练掌握各种设计软件，有出色的设计技巧和审美观念。
3. 具有良好的沟通能力和客户服务意识，能够有效地与客户进行交流和谈判。
4. 对家居市场有深入的了解，熟悉各种家居材料、工艺和生产流程。
5. 有强烈的责任心和团队合作精神，能够高效完成设计工作。

定制家具设计师：

岗位职责：

1. 根据客户的真实需求、测量数据、规划方案、效果图，提供专业的定制家具设计方案。
2. 确保设计方案符合客户的期望，确保家具的实用性，保证方案可执行性（工艺、品控、交期）。
3. 熟练使用AutoCAD、SketchUp、酷家乐、WPS等软件，能准确地转化为生产图纸。
4. 负责与生产部门沟通，确保家具的制造符合设计要求。
5. 持续学习和研究新的新工艺、新材料、新设计理念、新设计技能，以提高自己的设计水平。

任职要求：

1. 室内设计、家具设计或相关专业背景，具备丰富的定制家具设计经验。
2. 熟练掌握各种设计软件，有出色的设计技巧和审美观念。
3. 具有良好的沟通能力和客户服务意识，能够有效地与客户进行交流和谈判。
4. 对家居市场有深入的了解，熟悉各种家居材料、工艺和生产流程。
5. 有强烈的责任心和团队合作精神，能够高效完成设计工作。

效果图设计师：

岗位职责：

1. 根据规划书、客户真实需求、制作符合用户要求的效果图（静态效果图，虚拟现实、提案PPT）。
2. 熟知软件企业库各类模型，掌握陈设技巧，熟练搭建定制家具，精准的布光，科学的构图，和谐的配色。
3. 熟练掌握酷家乐和Photoshop、WPS等软件，并具备培新能力。
4. 熟悉软件的硬装工艺、软装陈设、灯光与材质、模型企业库、定制家具搭建，物料成本；
5. 熟知并理解用户的需求、期望的生活情景，掌握全案每个画面需要表达的内容；
6. 在设计过程中，保持与用户的密切沟通，确保自己对用户诉求的理解力。
7. 为了不断提升自己的设计水平，需要持续学习和研究相关的设计技能。

任职要求：

1. 室内设计、建筑设计、软装设计或环境艺术相关专业背景，有室内全案设计从业经验。
2. 熟练掌握各大效果图设计软件，有出色的设计技巧和审美水平。
3. 具有良好的沟通能力和客户服务意识，能够有效地与客户进行交流和谈判。
4. 对家居市场有深入的了解，熟悉时尚流行趋势、家居材料、工艺和流程。
5. 有强烈的责任心和团队合作精神，能够高效完成设计工作。

施工图设计师

岗位职责：

1. 协助配合全案设计师做好深化设计工作充分了解设计并转换成施工图之各项细节图纸，完成全套施工图绘制；
2. 协助部门经理组织制作、收集、整理所需设计资料；
3. 进行设计交底，参与项目施工现场的配合与交涉；
4. 参与对现场施工质量的监督；

任职要求：

1. 室内设计、建筑设计、软装设计或环境艺术相关专业背景，有室内全案设计从业经验。
2. 熟练掌握各种设计软件，有出色的设计技巧和审美观念。
3. 具有良好的沟通能力和客户服务意识，能够有效地与客户进行交流和谈判。
4. 对家居市场有深入的了解，熟悉各种家居材料、工艺和生产流程。
5. 有强烈的责任心和团队合作精神，能够高效完成设计工作。

中台数据管理（档案管理）：

岗位职责：

1. 熟练掌握前端用户账号，做好数据驾驶舱，及时更新用户状态，及时收集整理归档用户最新数据，有特殊情况及时对接相关部门。
2. 对供应链参数数据及时转化、整理上传，根据商务部要求，及时下架过时淘汰的产品；
3. 熟练掌握酷家乐和3DSMAX、WPS等软件，并具备培新能力。
4. 熟悉档案管理，为每个用户建立档案；
5. 熟知数据中心的日常维护流程，紧急状态下的应对措施，对数据安全和保密承担责任；
6. 有大数据分析能力，对阶段性的数据变化撰写可视化数据报表。

任职要求：

1. 档案管理、室内设计、计算机技术、信息安全技术相关专业背景，有大数据管理从业经验。
2. 熟练掌握数据管理软件，家具模型制作以及转化软件。
3. 有强烈的责任心和团队合作精神，能够高效完成数据管理工作。

# 西调调全案工作流程和标准：

1. 西调调全案规划师

在装修流程中，规划师的作用非常大，他以客户利益为导向，同时保证公司的利益，他需要为客户创造价值，探索客户真实的需求，需要满足客户的需求并提出解决方案，他需要与客户进行方案共创，让客户有获得感，仪式感、尊荣感、参与感，有决策权，规划师还需要有谈判技巧，为订单确认而努力。

规划师简洁工作流程：

1. 初次接触：与客户进行初步的接触，了解客户的基本需求和期望。在此阶段，规划师需要展现出专业和热情，建立信任。
2. 需求分析：进一步了解客户的装修需求，包括户型改造、风格、氛围、收纳、体验、预算等方面。这一步需要细致入微，尽可能探索出客户的真实需求。
3. 设计提案：根据客户需求，规划师提出一份详细的设计方案，包括布局、风格、氛围、材料、颜色等。设计方案应既满足客户需求，又能为客户创造价值。
4. 方案共创：与客户共同探讨设计方案的细节，倾听客户的意见和建议，并进行相应的调整。让客户有参与感和决策权。
5. 谈判技巧：在确定设计方案和预算后，规划师需要运用谈判技巧，与客户进行沟通，确保公司的利益。同时，也要让客户感受到尊荣感和获得感。
6. 订单确认：在方案得到客户认可后，规划师需要协助客户完成订单确认，包括合同签订、支付定金等环节。在此过程中，规划师应确保客户对合同条款和付款方式等有清晰的了解。
7. 项目执行：订单确认后，规划师需要协调公司内部各部门，确保项目顺利进行。在此阶段，规划师还需要对项目的进度和质量进行监督。
8. 项目验收：在项目完成后，规划师需要对项目进行验收，确保装修质量和满足客户需求。如果有问题，需要及时与客户进行沟通并解决。
9. 售后服务：项目完成后，规划师还需要为客户提供优质的售后服务，如保修、维修等。让客户感受到公司的专业和服务态度。

注意事项：

1. 初次接触：要建立专业的形象，对客户需求保持敏感。
2. 需求分析：要深入了解客户需求，切忌浮于表面。
3. 设计提案：设计方案要既满足客户需求，又能体现公司的专业性。
4. 方案共创：要充分听取客户的意见和建议，让客户有参与感和决策权。
5. 谈判技巧：要展现出专业性和热情，同时要注意维护公司利益。
6. 订单确认：要确保客户对合同条款和付款方式等有清晰的了解。
7. 项目执行：要协调好公司内部各部门，确保项目顺利进行。
8. 项目验收：要确保装修质量和满足客户需求，及时解决问题。
9. 售后服务：要为客户提供优质的售后服务，让客户感受到公司的专业和服务态度。

全案规划师详细工作流程

1. 第一次沟通：收集客户需求

* **动作：与客户进行首次交流，深入了解客户需求，询问客户家庭结构、户主及家人的生活习惯和兴趣爱好等。**
* **成果：获取客户需求信息，为后续方案制定提供依据。**
* **注意事项：保持沟通顺畅且愉快，避免过度推销，尊重客户意愿，以客户需求为导向。**

1. 用户需求分析

* **动作：根据首次沟通的信息，全面分析客户需求，明确客户家庭结构、生活习惯、兴趣爱好等。**
* **成果：编写《用户需求分析报告》，明确客户需求点。**
* **注意事项：分析要细致全面，充分考虑客户的各种需求。**

1. 制定规划预案

* **动作：依据用户需求分析报告，制定初步家居规划方案，包括户型分析、空间规划、色彩分析、采光分析、通风分析、生活习惯分析、偏好分析、兴趣爱好分析、意向风格分析、家庭生活情景分析等。**
* **成果：形成《xx客户全案规划预案》，向客户展示初步方案。**
* **注意事项：预案要符合客户需求，彰显个性化特点，同时确保方案的合理性和可行性。**

1. 第二次沟通：反馈规划预案

* **动作：与客户面对面或在线展示规划预案，听取客户的反馈意见。**
* **成果：获取客户对规划预案的反馈，为后续方案调整提供依据，将预案升级为《规划方案》。**
* **注意事项：保持良好沟通，尊重客户意见，适时调整方案。**

1. 收取定金

* **动作：在一轮或多轮谈判后，与客户达成初步采购意向，收取客户全案整配服务定金。**
* **成果：收到第一笔定金，客户签字认可规划方案，设计中台有可靠的设计依据。**
* **注意事项：确保定金收取合法合规，避免纠纷，确保《规划方案》每一项都获得客户签字认可。**

1. 对接设计中台

* **动作：整理与客户沟通的所有成果，提交规划预案至设计中台。如设计中台对预案有疑惑，耐心解释，自身不明确的，及时咨询客户意见。**
* **成果：提交成果《全案规划预案》，包括：客户信息分析表、装修物料数据初稿、收款凭据。**
* **注意事项：确保沟通顺畅，对客户需求的细节有充分理解。**

规划师工作流程图

规划师跨部门协作：

1. **需求对接：在**完成**用户需求分析和制定规划预案阶段后，规划师需将《用户需求分析报告》和《xx客户全案规划预案》提交给设计中台、施工单位、供应链等相关部门，明确客户需求及初步设计方案。**
2. **方案研讨：组织跨部门会议，与设计部门共同探讨方案的创意性与可行性，与工程部门讨论施工技术难点与解决方案，与供应链协商材料成本控制及采购周期等问题。**
3. **方案修订与确认：根据各部门反馈意见，规划师进行方案调整，并再次与客户沟通确认。达成一致后，形成最终的《规划方案》，并获得客户签字认可。**
4. **项目启动与执行：在收取定金后，规划师需要协调各部门按照《规划方案》启动项目，包括设计深化、物料下单、施工排期等工作。**
5. **过程监控与调整：在项目执行过程中，规划师需定期与施工单位、监理部等部门沟通，掌握项目进度，监督工程质量，及时解决出现的问题，并根据实际情况灵活调整方案或施工计划。**
6. **验收与售后服务：项目完成后，规划师协同监理部进行项目验收，确保装修质量达标且满足客户需求。此外，还需与售后部门紧密配合，为客户提供优质的售后服务。**

**注意事项：**

* **在跨部门协作中，规划师应注重沟通效率和信息准确性，保证每个部门对客户需求和项目目标有清晰理解。**
* **协作过程中要尊重各部门的专业意见，同时坚持客户导向，保障客户的利益和满意度。**
* **在项目执行阶段，要做好项目管理，把握整体进度，确保各个阶段按时按质完成任务。**

全案规划师考核标准

1. 客户需求收集与理解

* **能否在首次沟通中全面了解客户的家庭结构、生活习惯和兴趣爱好？**
* **是否能准确理解客户需求，形成明确的用户需求分析报告？**
* **能否深入分析客户需求，充分考虑客户的各种需求？**

1. 规划预案制定

* **能否根据用户需求分析报告，制定出初步的家居规划方案？**
* **预案是否符合客户需求，是否彰显个性化特点？**
* **预案是否合理、可行，是否考虑到户型、空间、色彩、采光、通风等方面的因素？**

1. 方案反馈与调整

* **能否与客户保持良好的沟通，及时反馈规划预案？**
* **是否能根据客户的反馈意见，适时调整方案？**
* **调整后的方案是否获得客户的认可？**

1. 定金收取与方案确认

* **是否能与客户达成初步采购意向，并成功收取定金？**
* **客户是否在规划方案上签字认可？**
* **定金收取过程是否合法合规，避免产生纠纷？**

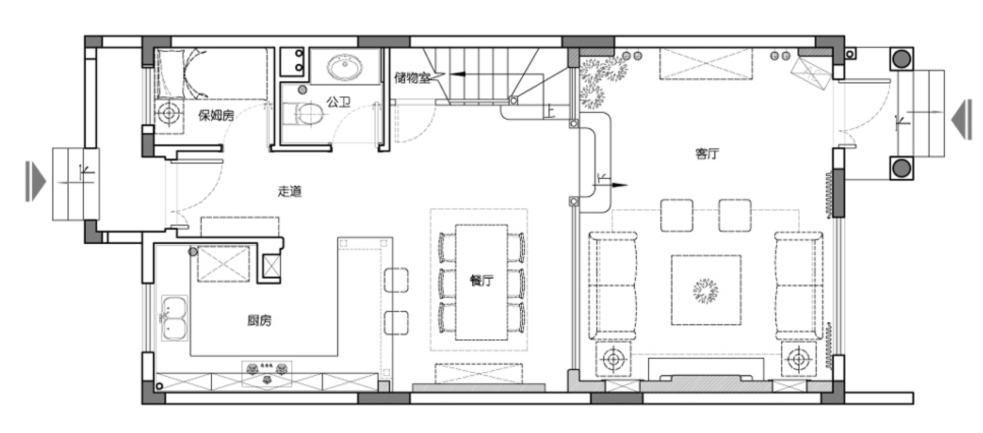
1. 与设计中台的对接

* **能否整理好与客户沟通的所有成果，提交给设计中台？**
* **对于设计中台的疑问，是否能耐心解释，并及时咨询客户意见？**
* **是否能确保沟通顺畅，对客户需求的细节有充分理解？**

1. 西调调全案设计师之测量工程师

测量工程师工作流程

1. 预约客户与准备
2. **上门前一天与客户预约，确认上门测量时间和地点。**
3. **准备测量所需的工具，如卷尺、靠尺、电子水平仪、电子激光测量尺、角度尺、记号笔、iPad、测量纸、粉笔、铅笔、橡皮擦等。**
4. **根据需要测量的客户地址，规划最优路线，提高工作效率。**
5. 客户家测量前的准备
6. **保持专业形象和亲和力，建立良好的客户关系，获得客户的信任和好感。**
7. **检查携带的测量工具，校正水平仪，检查校对电子测距仪与标准卷尺的误差。**
8. **精装房入户后需要佩戴防尘脚套。**
9. 现场照片和视频拍摄
10. **使用相机或手机对现场进行拍照和视频录制，标准房间位置和名称，与测量文件名称保持一致。**
11. **确保拍摄内容包括房间的整体布局，拍照顾全大局的同时不能遗漏重要细节。**
12. **重点拍摄房间的采光面和通风位置，拍摄死角需要说明情况，手动标注墙体厚度，梁柱、线条的层次关系等等。**
13. 平面立面测量



1. **立面测绘最好使用iPad，首先打开记事本app，用iPad拍摄立面，手写笔标注要素以及说明；**
2. **平面测绘可以使用手绘方式绘制平面，确定测量基准，逐个节点测量标注，不能忘记闭环操作和双重尺寸校验，避免累积误差和人为录入出错。**



1. **平面测绘也可以使用量房APP，例如室内设计师常用的5款智能量房软件——知户型、美家量房、科创量房神器、量房宝和magicplan，每款app的横评请参考知乎（***https://zhuanlan.zhihu.com/p/124263189***），西调调推荐全案测绘工程师使用“知户型量房APP”**



1. 复杂结构测量
2. **对管道、梁柱、门洞、楼梯和飘窗等复杂结构进行详细测量。**
3. **管道：**



* **明确管道的位置、走向及尺寸，包括直径、中心线位置、管壁与墙面或地面的距离。**
* **注意标示出给水、排水、燃气等不同类型的管道，并记录阀门、接口等重要节点的精确位置。**
* **确保在施工图纸上反映出水管与其他建筑构件的关系，如是否穿过梁柱、是否影响门窗安装等。**

1. **梁柱：**



* **准确测量梁柱的尺寸，包括截面尺寸（宽度、高度、厚度）、跨度、轴线位置以及梁底、梁顶、柱边距墙体的距离等。**
* **记录梁柱的材质、结构类型（例如框架梁、剪力墙、独立柱等）以及预埋件的位置信息。**
* **注意梁柱与吊顶、灯具、空调风口等设施的相对位置关系，以免冲突。**

1. **门洞：**



* **测量门洞的净宽、净高、深度以及门槛、过梁的高度和厚度。**
* **标注门洞两侧及顶部的墙体厚度，确定门框固定点。**
* **考虑门扇开启方向及其与周边家具、通道、墙体等的空间关系。**

1. **楼梯：**



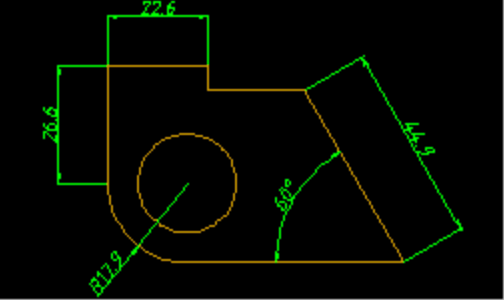
* **询问客户是否保留开发商建设的楼梯，确认要保留后，测量楼梯的整体尺寸，包括踏步数量、踏步宽度、踏步高度、踢脚板高度、平台深度和宽度，记录栏杆扶手的布置位置、高度、样式和材料等。**
* **如果开发商修建的楼梯需要拆除，那就需要参考规划方案，测量楼板洞口尺寸，楼板厚度，层高，相关的门窗、梁柱位置和形状，干涉关系；**
* **对于旋转楼梯，还需特别关注其曲线半径、弧度以及中心轴线位置。**

1. **飘窗：**



* **测量飘窗的总长度、宽度、深度以及窗户本身的尺寸。**
* **利用建筑施工图，探查飘窗的结构，确定是否能够拆除，询问客户意见，是否需要增加收纳空间而拆除飘窗；**
* **标注飘窗台面距离地面的高度、窗台宽度以及侧墙与主体墙的连接细节。**
* **注意飘窗与相邻房间功能区的关系，确认是否影响家具布局或其他设施的设置。**

1. **根据测量结果绘制大样图，标注形状尺寸和定位尺寸，标注说明，方便后续建模、设计和施工。**
2. 测量标注关键要素
3. **形状尺寸：**



* 1. **关键词：长度、深度、高度、间隔、厚度、角度、半径、曲线放样等。**
  2. **内容：主要描述物体的具体几何尺寸，如墙壁的厚度、窗户的高度、门洞的宽度、家具的尺寸等。这些尺寸用来确定建筑构件或家具的实际大小。**
  3. **注意事项：形状尺寸应准确反映实物的几何特征，确保所有尺寸都是从固定的参照点或基准线出发进行测量，并且标注清晰，无遗漏。**

1. **定位尺寸：**



* 1. **关键词：距离、基准参考系、中心线、对齐、偏移、间距、坐标点等。**
  2. **内容：用于表示各个元素之间的相对位置关系，如门窗与墙面边缘的距离、两个家具之间的间隔、装饰线条的位置等。**
  3. **注意事项：位置尺寸要严格依据实际布局，确保各部件的相对位置精确无误；同时，对于复杂的布置情况，需要有明确的基准参考系统，并保证尺寸链的闭合性。**

1. 更正《户型规划方案》

**1. 若测量结果与之前的规划方案存在差异，以实际测量为准进行更正。**

**2. 与客户现场沟通，解释测量结果和调整的原因，共同确认并更正《户型规划方案》。**

1. 出具《户型测量报告》
2. **结合《户型规划方案》，附上《户型测量报告》。**
3. **对测量结果精度负责。**
4. **户型测量报告详细内容：**
   1. **封面与基本信息：**

* **报告标题：如“XX项目室内结构测量报告”。**
* **项目名称、地址、建筑面积等基本信息。**
* **测量单位及工程师信息。**
* **测量日期与报告编制日期。**
  1. **目录：**
* **各章节标题及其对应的页码，便于查阅。**
  1. **项目概述：**
* **工程概况介绍，包括工程特点、目的、依据的标准规范等。**
* **测量方法与设备说明。**
  1. **测量内容详述：**
* **各类建筑构件的具体尺寸数据，如墙体位置、厚度；梁柱的位置、尺寸；门洞、窗洞的尺寸与位置；楼梯的踏步尺寸、斜度；飘窗的尺寸、位置等。**
* **水管、电线走向和定位数据。**
* **空间净高、层高、楼板厚度等关键数据。**
* **可能存在的问题或特殊结构的描述。**
  1. **图纸部分：**
* **手绘或者AutoCAD室内平面图，标注出所有测量得到的数据和文字说明。**
* **各个房间的立面图，展示立面高度上每个物料、设备、结构的具体测量结果。**
* **对于复杂结构，可能需要剖面图或节点大样图。**
  1. **测量精度声明：**
* **明确测量误差范围以及保证数据准确性的措施。**
* **记录复核过程和结果。**
  1. **结论与建议：**
* **对于可能影响设计或施工的问题进行分析，并提出解决方案或改进建议。**
  1. **附件：**
* **相关照片资料、原始测量记录、仪器校准照片等。**
* **示范：iPad拍摄**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |
| **阳台立面数据** | **入户立面数据** | **客厅立面数据** |

* **测绘工程师工作流程图**

测绘工程师考核标准

1. 预约与准备工作
2. 预约及时性：按照规定时间提前一天完成客户预约，确保信息准确无误，得10分，未按时完成扣5分。
3. 工具准备充分性：携带齐全且校准过的测量工具，每遗漏或失效一件工具扣2分，满分20分。
4. 路线规划效率：根据实际情况合理规划上门路线，提高工作效率，不合理规划每次扣5分。
5. 客户关系与现场准备
6. 专业形象与亲和力：保持良好职业形象，建立积极的客户关系，客户满意度调查评分，满分15分。
7. 测量工具校验：对携带工具进行正确校正与误差检查，每项工具未校验扣3分，满分10分。
8. 现场保护措施：在精装房内按规定佩戴防尘脚套等防护设备，未遵守扣5分。
9. 现场记录与拍摄
10. 照片视频质量：照片清晰反映房间全貌及重要细节，视频完整展示空间布局，每缺少一项关键内容扣5分，满分20分。
11. 标注准确性：墙体厚度、梁柱层次关系等标注规范，错误一处扣2分，满分15分。
12. 平面立面测绘
13. iPad测绘应用熟练度：有效使用iPad记事本app进行立面测绘并手写标注，不熟练操作扣5-10分，满分15分。
14. 平面测绘精度：无论采用手绘或APP方式，保证闭环操作与双重尺寸校验，错误一处扣3分，满分25分。
15. 量房APP使用效果：推荐软件“知户型”使用熟练，数据准确无误，否则酌情扣5-10分。
16. 复杂结构测量与大样图绘制
17. 管道测量与记录：全面记录管道各项数据，缺失任一关键信息扣5分；图纸反映出水管与其他构件关系，错误一处扣3分，满分20分。
18. 梁柱测量与标注：准确测量梁柱尺寸、材质类型及预埋件位置，不准确或遗漏扣5-10分，满分20分。
19. 门洞、楼梯、飘窗测量：详细记录各部分尺寸及相对位置关系，每个部位失误扣3-5分，满分25分。
20. 大样图绘制：按要求绘制并标注尺寸、定位及说明，清晰准确，一处错误扣3分，满分20分。
21. 测量结果处理
22. 户型规划方案修正：发现差异能及时调整并解释原因，未能及时修正扣10分，与客户达成一致加5分。
23. 出具《户型测量报告》：

a. 报告完整性：封面、基本信息、目录、项目概述、测量内容详述、图纸部分、测量精度声明、结论与建议、附录均完整，缺项扣5-10分。

b. 数据精确性：测量数据与现场吻合，出现明显误差扣5-15分，满分30分。

c. 报告质量与沟通效果：报告表述清晰易懂，与客户沟通顺畅，双方确认无误后加10分。

1. 总成绩评估

综合以上各环节得分情况，计算出总成绩，并结合实际工作中的突发状况应对能力、团队协作表现等因素进行综合评价。总分达到85分以上为优秀，70-85分为合格，低于70分为待改进。

1. 西调调全案设计师之软装搭配师工作流程

软装搭配师工作流程

1. **前期沟通与准备**
2. **与西调调全案规划师进行深入交流，明确客户的色彩偏好、室内风格及功能需求。**
3. **条件具备的情况下，对业主以及家人做一次色彩测试，出具《色彩偏好测试报告》**
4. **研读《户型规划方案》和《户型测绘报告》，结合客户的生活习惯、家庭成员构成及使用需求，以便更准确地把握配色方案。**
5. **室内空间配色规划**
6. **根据室内风格、功能区域和客户需求，确定主体色、辅助色和点缀色。**
7. **遵循色彩心理学原则，根据《色彩偏好测试报告》，确保色彩搭配能够满足客户心理需求，营造舒适、和谐的居住环境。**
8. **考虑自然光和人工光源对色彩的影响，确保在不同光照条件下色彩呈现效果均符合预期。**
9. **制定配色方案，明确墙面色、地面色、家具色及其他软装饰品的颜色搭配。**
10. **深化研究配色方案**
11. **分析家具的材质、纹理及风格，与室内整体风格相协调，确保色彩的和谐性。**
12. **根据家具的使用功能和客户需求，选择适合的色彩，以营造舒适的居住氛围。**
13. **考虑家具与其他软装饰品的色彩搭配，如窗帘、地毯、灯具等，确保整体视觉效果和谐。**
14. **出具《软装物料色搭建议书》**
15. **根据配色方案，挑选各种适合配色要求的装修主材、家电、皮料布料、木料、板材、乳胶漆等等材料，确保材质与色彩完美结合，并开始编制《软装物料色搭建议书》、材质封样和色块情绪板。**
16. **对所选材料进行实际照明色温灯照射测试，以确保实际效果与预期相符，并做适当调整。**
17. **整理《软装物料色搭建议书》，提交到设计中台。**

西调调软装搭配师绩效考核：

1. **前期沟通与需求理解：**

* **深度交流记录完整度（5分）**
* **色彩偏好测试报告准确性（10分）**
* **户型规划信息整合质量（5分）**

1. **空间色彩规划能力：**

* **主体、辅助和点缀色彩选择合理性（10分）**
* **风格及功能区域适应性（10分）**
* **光照条件下色彩稳定性的考虑（5分）**
* **色彩心理学应用效果（5分**

1. **深化方案设计与实施：**

* **家具材质、颜色与整体风格契合度（10分）**
* **功能需求满足度（5分）**
* **软装饰品色彩搭配创意及和谐度（10分）**

1. **物料选配与建议书编制：**

* **《物料色搭建议书》内容详实度（10分）**
* **材料色彩匹配度（10分）**
* **实际照明测试验证结果（5分）**

1. **项目管理与文档规范评分**

* **提交及时性（3分）**
* **文档格式与内容完整性（2分）**

1. 西调调全案设计师之造价工程师工作流程
2. **收集资料与分析需求**

* **动作：收集规划师的《户型规划书》、测绘师的《户型测绘报告》以及搭配师的《软装物料色搭建议书》，并与客户沟通确认实际预算。**
* **成果：整理并理解项目整体设计要求、空间尺寸数据、色彩搭配方案及成本预算范围。**
* **注意事项：确保所有资料最新且完整，明确客户需求与预期。**

1. **制定物料清单与分类报价**

* **动作：根据设计方案和ERP产品档案，逐一列出硬装施工包，装修主材包，家用电器包，成品家具包，定制家具包，软装饰品包等各个物料包的具体内容，详细记录品牌、名称、型号、规格、材质、数量、单位、单价、合计金额、备注等等，同时注明硬装施工的人工工种，人工单价，施工天数，施工工艺，辅材的品牌、名称、型号、规格、材质、单位面积用量、合理的损耗等等。**
* **成果：形成详细的《全案物料清单表》，计算出各物料包的户型面积单价。**
* **注意事项：核实产品价格来源，考虑市场价格波动及供应商折扣，确保材料与服务的价格合理且精确。**

1. **计算综合单价与总价**

* **动作：将各物料包折算成具体的户型面积单价，并汇总得出综合单价（xxxx元/平方米）。**
* **成果：完成《造价书》中各物料包的综合单价计算，并统计总体造价。**
* **注意事项：考虑到不同物料在实际应用中的损耗率，合理预估并计入费用。**

1. **列出相关附加费用明细**

* **动作：依据项目特点，分别核算现场管理费、成品保护、垃圾清运、静音施工、安全保护、防尘围挡、全案设计费、税费、能源消耗、长途运输、短途运输、楼层搬运、大件吊装、设备调试、水电实验测试、环境检测、大型设备租赁、施工现场视频监控、户型测绘、围栏拆除、旧墙拆除、旧设备拆除、墙体新建、楼梯搭建、隔层搭建、家具安装、软装美陈、设备调试等各种非直接物料费用，并将其按照项目实际情况量化到每平方米的成本中。**
* **成果：编制完整的《项目间接成本清单》。**
* **注意事项：充分评估可能产生的隐性成本，确保无遗漏项，并与客户充分沟通解释各项费用的合理性。**

1. **整合编制《造价书》**

* **动作：将上述所有物料费用、施工费用、间接费用整合到《西调调xx项目全案整配造价书》中，形成清晰明了的最终报价。**
* **成果：一份包括所有必要费用的详尽全面的《西调调xx项目全案整配造价书》。**
* **注意事项：保持造价书格式规范，便于客户查阅与审核；并在提交前进行内部复核，避免出现错误或不合理的增项。**

1. **客户沟通与调整优化**

* **动作：向客户展示初步编制的《西调调xx项目全案整配造价书》，就细节内容和总体造价进行讨论，根据反馈意见进行必要的调整优化。**
* **成果：获得客户对《造价书》的认同与签字确认。**
* **注意事项：保持高度透明度，积极解答客户疑问，确保双方对最终造价达成一致。**

#### 造价工程师量化绩效考核

1. **资料收集与需求分析阶段**
2. **考核指标1：资料完整性**

* **定量标准：确保《户型规划书》、《户型测绘报告》和《物料色搭建议书》等关键资料在项目开始后的规定时间内完整收集，并及时更新至最新版本。**
* **考核权重：20%**
* **扣分项：每缺失或未更新一项重要资料扣5%。**

1. **考核指标2：客户需求理解程度**

* **定量标准：根据客户沟通记录，准确理解和记录设计要求、预算范围等内容，形成书面文档并获得客户签字确认。**
* **考核权重：15%**
* **扣分项：未能准确理解客户需求导致后期变更超预期频次的，每次酌情扣减分数。**

1. **制定物料清单与分类报价阶段**
2. **考核指标3：物料清单准确性**

* **定量标准：制作的《全案物料清单表》中所有物料信息无误，包括品牌、型号、规格、数量、单价等详细数据，并计算出正确的合计金额。**
* **考核权重：25%**
* **扣分项：每发现一处错误扣减一定分数，严重错误（如单价偏差较大）加倍扣分。**

1. **考核指标4：市场价格敏感度**

* **定量标准：核实的产品价格与市场实际相符，且充分考虑供应商折扣等因素，确保最终报价合理。**
* **考核权重：10%**
* **扣分项：因材料或服务价格偏离市场价造成成本过高或过低的，按偏离比例扣分。**

1. **综合单价与总价计算阶段**
2. **考核指标5：损耗预估合理性**

* **定量标准：正确计算各物料包的综合单价及总体造价，并合理预估物料损耗率。**
* **考核权重：15%**
* **扣分项：由于损耗预估不准确导致后期实际成本超出预算范围的，按超出部分的比例扣分。**

1. **附加费用明细编制阶段**
2. **考核指标6：间接成本全面性**

* **定量标准：编制的《项目间接成本清单》详尽全面，无遗漏项目，且各项费用量化到每平方米的成本计算中。**
* **考核权重：10%**
* **扣分项：出现遗漏的间接费用项，每项扣除相应分数；若遗漏导致后期产生额外支出，加重扣分。**

1. **整合编制造价书阶段**
2. **考核指标7：造价书规范性与准确性**

* **定量标准：完成的《西调调xx项目全案整配造价书》格式规范、内容清晰明了，经内部复核无误后提交给客户。**
* **考核权重：10%**
* **扣分项：造价书存在格式错误、数据误差或逻辑混乱等情况，根据问题严重程度扣分。**

1. **客户沟通与调整优化阶段**
2. **考核指标8：客户满意度与反馈处理**

* **定量标准：积极与客户沟通造价书内容，能够快速响应客户意见并进行合理调整优化，最终取得客户认同与签字确认。**
* **考核权重：5%**
* **扣分项：客户对造价书不满意，未得到有效解决或导致多次修改的，酌情扣分。**

1. 西调调视觉表现设计师工作流程
2. **资料整合与理解**

* **动作：收集并详细阅读规划师的《户型规划方案》、测量工程师的《户型测绘报告》、色搭设计师的《物料色搭建议书》，以及造价工程师提供的《物料造价表》。理解和消化各份文件中的设计要求、空间尺寸数据、色彩搭配方案、成本预算限制等内容。**
* **注意事项：确保对各项细节有深入理解，能够将不同专业的设计意图和成本控制要求融入到视觉设计方案中；如有疑问或不清晰之处，及时与相关设计师沟通。**

1. **初步平面布局设计**

* **动作：利用酷家乐app，根据《户型测绘报告》进行精确建模，绘制出符合实际尺寸的户型平面图，并按照《户型规划方案》进行房间功能区划分命名和平面布局设计。**
* **注意事项：遵循空间动线原理，合理安排家具及设施位置，同时考虑人性化设计需求，保证居住舒适度。**

1. **硬装元素建模**

* **动作：在酷家乐平台中建立硬装部分三维模型，包括墙面材质、地面材料、吊顶造型、门窗等，参照《物料色搭建议书》选取合适的颜色和质感，并结合《物料造价表》确认选用的材料是否符合预算范围。**
* **注意事项：模拟真实效果，注意各种材料之间的收口衔接处理，保证视觉效果美观且施工可行。**

1. **定制与成品家具设计**

* **动作：依据规划方案，搭建定制家具的模型，如橱柜、衣柜、书柜、鞋柜等等；并按照物料清单指示，使用企业库里面成品家具模型，材质不符合要求的，可以实时更换材质（咨询商务，问问供应链是否能够实现清单里面的材质，如果不能，及时与客户沟通）。在酷家乐设计工具场景中摆放到合适的位置，确保位置与平面规划位置一致，细节可以微调，直到符合设计要求。**
* **注意事项：所有家具设计应考虑人体工程学原则，避免出现使用不便的情况，同时关注家具与整体空间氛围的协调性；所有家具都需要思考材质应用，因为材质决定成本，决定交付周期，决定工艺，决定价格档次（注意有些材质供应链下架后并没有及时通知，应用特殊材质需要与商务对接，避免入坑，交不了货，方案无法落地）。**

1. **软装饰品陈设**

* **动作：参考《物料色搭建议书》挑选适合的灯具、窗帘、地毯、挂画、饰品等软装元素，在app虚拟空间内进行布置，营造丰富的层次感和个性化的生活气息。**
* **注意事项：软装搭配要注重色彩、纹理、形状等方面的和谐统一，体现设计主题，同时避免过度堆砌导致空间显得拥挤。**

1. **灯光布局设计**

* **动作：设计合理的室内照明系统，包括主光源、辅助光源、环境光源等，并通过软件调整光效参数，打造温馨舒适的光照环境。**
* **注意事项：充分考虑光线对于空间氛围的影响，以及其功能性作用，例如阅读区域需要充足的局部照明，而休息区域则强调柔和、温暖的光线。**

1. **效果图输出与优化**

* **动作：生成静态效果图（包括大幅面高清渲染图）和VR全景效果图，展示全案设计的各个视角和细节，形成初步可视化成果。**
* **注意事项：检查效果图的真实感、清晰度及光影表现力，反复对比设计方案与效果图，不断优化直至达到理想效果。**

1. **提案PPT制作**

* **动作：整合以上步骤所形成的各类素材，编制《西调调xx项目xx氛围xx场景全案设计作品汇报》PPT，内容包含封面、西调调简介、西调调全案整配给用户带来哪些好处、能够解决用户的那些痛点、此项目的色彩应用说明、配色意境图、情景设定说明、情景意境图、室内空间优化设计理念阐述、收纳功能特点说明、人体工学应用说明、平面布局方案解析、二维码VR全景图展示、材料搭配说明、灯光设计解读、最终静态效果图呈现、成本分析概述以及结尾感言等。**
* **注意事项：PPT逻辑清晰，信息准确无误，视觉效果突出，力求使客户能够快速理解和接受设计方案，同时也方便内部团队审阅与讨论。**

1. **反馈与修订**

* **动作：向项目团队和客户演示提案PPT，收集各方意见和建议，根据反馈信息进行必要的修改与完善。**
* **注意事项：保持与客户的良好沟通，积极响应并解决他们提出的任何疑问和修改要求，以期达成共识并获得最终认可。**

1. **协助规划师收取大比例定金**

* **动作：提案展示完毕，客户签字确认（书面确认全案设计、物料清单、决算总价）提醒客户此时缴纳第二笔定金（50%-80%），接下来就是制作硬装施工图，定制下单图（内部结构需要再次与客户见面确定）**
* **注意事项：保持与客户的良好沟通，积极响应并解决他们提出的任何疑问和修改要求，以期达成共识并获得最终认可。**
* 接下来的动作就是设计中台将完整的提案交接给西调调商务接单，商务接单拆解物料清单，将主材、成品家具、定制家具、软装饰品、特殊五金分别下单给各个供应链，将硬装施工项目内部招标给项目经理，项目经理再对接硬装施工团队签订施工合同，准时开工；定制家具设计师制作定制家具下单图，对接到定制供应链下单生产；采购部门将主材、成品家具、软装饰品、特殊五金发往供应链，对照库房，不足部分并入采购计划统一采购。

#### 西调调商务接单工作流程

1. 订单接收与初步拆解

动作：及时接收《项目物料订单》，快速进行初步审核，确保信息完整无误。

注意事项：核实订单内容、数量、规格、预算等关键信息是否清晰，客户特殊需求是否有明确记录。

2. 物料分类整理

动作A：将装修物料细分为主材、电器、硬装施工部分，并逐一登记入ERP系统。

动作B：对软装物料进行细致划分，包括成品家具、全屋定制家具、软装饰品，并录入ERP系统。

注意事项：确保每项物料的分类准确无误，避免混淆或遗漏；保持ERP系统的数据更新同步。

3. 下单对接供应商

动作：根据ERP中的物料清单，分别向相关供应商发送采购订单，跟踪确认订单状态及交货日期。

注意事项：建立和维护良好的商务关系，确保供应商能够按时按质供货；在必要时进行价格谈判，控制成本。

4. 经销商管理与终端用户沟通

动作A：负责与经销商的日常联系，协调物流配送、安装服务等问题，处理销售环节的问题反馈。

动作B：直接对接终端用户，解答疑问，收集客户需求变化，提供专业的售前咨询服务。

注意事项：保持高效的沟通效率，提升客户满意度；关注售后服务，确保问题及时解决，降低退货率。

5. 售后信息处理与服务指派

动作：接收并记录售后信息，分析原因，迅速指派安装团队或维修团队为直营项目提供服务。

注意事项：建立完善的售后服务体系，对投诉和建议做出迅速反应，提高客户回头率。

6. 团队协作与内部对接

动作：紧密配合西调调直营团队，共享项目进展信息，协同完成从设计到施工、安装的全链条服务。

注意事项：保持内部信息流转畅通，加强跨部门沟通合作，共同推动项目的顺利实施。

#### 西调调商务接单绩效考核标准

1. 订单处理效率（权重30%）

考核指标：订单接收至初审完成的时间，以及物料拆解入库ERP的速度和准确性。

2. 供应链管理能力（权重25%）

考核指标：供应商响应速度、准时交付率、物料质量合格率以及成本控制效果。

3. 客户服务满意度（权重20%）

考核指标：经销商满意度调查结果，终端用户评价，售后问题解决率和平均响应时间。

4. 内部协作效能（权重15%）

考核指标：与内部团队如设计、施工、安装等部门的协作频率与成效评估。

5. 项目执行成功率（权重10%）

考核指标：按照计划周期内成功完成项目从接单到最终交付的比例，以及因商务接单环节产生的延误次数。

1. 西调调定制设计师工作流程
2. 订单接收与信息整合

* 动作：从商务部门获取《定制家居订单》，并结合规划师的《户型规划方案》、测量工程师的《户型测绘报告》、色搭设计师的《物料色搭建议书》、造价工程师的《物料造价表》以及视觉设计师的《西调调xx项目xx氛围xx场景全案设计作品汇报》，对整个项目需求进行详细梳理。
* 注意事项：确保所有文件信息一致，充分理解客户需求和设计方案意图，并核实预算范围及物料清单。

1. 客户现场复尺确认

* 动作：根据已有测绘报告，再次前往客户现场进行精确测量，核实实际尺寸与《户型测绘报告》是否相符，以保证设计生产的准确性。
* 注意事项：携带必要的测量工具，务必做到数据精准无误；同时关注现场环境特殊性，如水电位、承重结构等可能影响定制家具设计的因素。

1. 初步柜体设计绘制

* 动作A（AutoCAD方式）：利用AutoCAD软件按照实际测量数据绘制柜体制作线稿，包括平面图、带门板立面图、柜体收纳展示图、结构剖面图、节点大样图等，并明确标注尺寸、材质花色、工艺、五金件类型及位置等细节。
* 注意事项A：图纸应严格按照规范绘制，注意比例准确，标注清晰，避免遗漏关键信息。
* 动作B（酷家乐方式）：在酷家乐平台上直接搭建可生产模型，基于实际测量数据创建三维立体柜体设计，同样需设定好每一块部件的具体材质、结构、花色及五金配件等要素。
* 注意事项B：确保酷家乐平台上的模型能够导出符合工厂生产要求的详细图纸，且所有元素参数必须与实物一致。

1. 设计沟通与校审

* 动作：与内部团队（包括但不限于规划师、色搭设计师、造价工程师、视觉设计师）沟通设计方案，核对设计细节，并将初稿提交至生产部门进行可行性评估和技术确认。
* 注意事项：保持与各部门紧密协作，及时解决设计中可能出现的技术问题，确保设计方案既满足美学要求，又符合生产标准。

1. 修正与优化设计

* 动作：根据生产部门反馈的意见，对设计图纸或模型进行调整优化，消除结构不合理、花色选择错误、五金配件使用不当等问题，确保设计方案的完整性和正确性。
* 注意事项：在修改过程中做好记录，防止出现重复错误，同时保留修订版本以便追溯和比较。

1. 图纸审核与确认

* 动作：完成设计优化后，再次提交给相关部门及客户进行最终确认，确保图纸符合全屋定制行业标准操作流程，得到各方的认可。
* 注意事项：在客户确认阶段，耐心解答疑问，处理合理修改意见，力求达到客户满意的设计效果。

1. 下单生产与过程跟踪

* 动作A：经确认无误后，将最终版图纸或模型数据提交给生产部门开始定制家具制作，期间持续跟踪生产进度和质量控制情况，确保按期交付高质量产品。
* 动作B：定制产品安装过程中，保持与安装交付团队的紧密沟通，指导安装，提供技术支持。
* 动作C：安装过程中，有结构问题，现场能够通过整改解决的，及时提供解决方案；现场无法解决的，收集售后物料的编号，材质，规格参数，数量，提交给商务接单，及时安排售后补件；
* 注意事项：与生产环节保持密切联系，预防和解决突发问题，确保定制家具从设计、制造到安装交付的无缝衔接。同时，严格把控时间节点，确保按计划完成单个项目全部设计任务。

#### 西调调定制家具设计师绩效考核方案

1. 订单处理与信息整合能力（权重20%）

* 考核指标A：信息收集完整性，根据设计师在规定时间内准确获取并整合《定制家居订单》及各类相关文件的速度和质量进行评分。
* 考核指标B：客户需求理解度，评估设计师对客户实际需求、设计方案意图的把握程度以及预算范围核实准确性。

1. 现场复尺与实地勘查精准度（权重15%）

* 考核指标C：测量误差率，统计设计师前往客户现场复尺的实际尺寸与测绘报告的一致性，作为精准度评价依据。如果一致，那么说明测绘工程师绩效高分，如果不一致，安装结果作为评分标准。
* 考核指标D：环境因素考量，考察设计师是否充分考虑了水电位、承重结构等特殊环境因素，并在设计中合理规避或优化。

1. 柜体设计与图纸绘制质量（权重30%）

* 考核指标E：AutoCAD设计规范性，以图纸比例准确、标注清晰、无遗漏关键信息为标准，量化打分。
* 考核指标F：酷家乐三维模型合规性，考核设计师所建模型能否顺利导出满足生产要求的详细图纸，元素参数与实物一致性程度，安装检验，是否漏项，多项。

1. 团队协作与设计沟通效率（权重15%）

* 考核指标G：内部沟通频率与效果，记录设计师与各相关部门沟通次数、解决问题的速度及合作成果。
* 考核指标H：设计方案综合评价，由规划师、色搭设计师、造价工程师、视觉设计师等部门共同评估设计初稿的可行性、和生产适应性。

1. 设计修正与优化能力（权重10%）

* 考核指标I：问题解决速度与质量，统计设计师对反馈意见响应时间以及修改后设计方案的改进情况，包括避免重复错误的能力和修订版本管理。

1. 图纸确认与客户满意度（权重10%）

* 考核指标J：最终图纸审核通过率，计算设计师提交的设计图纸符合行业标准及客户满意并通过的比例。
* 考核指标K：客户服务态度与响应，根据客户反馈和评价来衡量设计师在答疑解惑及处理修改意见过程中的专业度和耐心程度。

1. 下单至安装的流程执行与跟踪（权重10%）

* 考核指标L：生产对接及时性，评估设计师将图纸或模型数据提交生产部门的时效性，以及持续跟进生产进度的表现。
* 考核指标M：项目周期管理，考核设计师在承诺期限内完成全部设计任务的成功率，确保按期交付高质量产品。

1. 西调调库房跟单工作流程
2. 订单接收与处理

* 动作：从商务接单处获取已下单数据，核对ERP系统中的采购清单和实际订单的一致性。
* 注意事项：确保订单信息无误，如有差异及时与商务接单沟通并修正。

1. 供应链对接与进度跟踪

* 动作A：根据订单需求，与供应商进行实时沟通，确认物料生产、备货及发货计划。
* 动作B：跟踪施工进度，了解现场安装计划，协调物料到货时间与施工环节的匹配度。
* 动作C：持续关注供应商的生产进度，定期更新物料到货预计时间表，并同步给相关团队。
* 注意事项：保持与供应链各环节的良好沟通，预防因信息不对称导致的延误问题。

1. 验收入库管理（物料到达时）

* 动作：当物料送达后，严格按照采购订单进行验收，检查物料数量、规格、质量是否符合要求。
* 注意事项：记录入库日期、数量、批次等详细信息，对于不合格或短缺的物料立即反馈给商务接单和供应商，确保后续补货或退换货操作顺利进行。

1. 库存管理与出库准备（物料需使用前）

* 动作：依据施工或安装进度安排，提前做好所需物料的出库准备，确保物料按时送达施工现场。
* 注意事项：准确掌握库存动态，避免物料积压或缺货现象；执行先进先出原则，保证物料的有效期和品质。

1. 物流服务指派与送货（出库时）

* 动作：按照商务接单书面指示，选择合适的物流服务商，明确送货地点、时间及联系人信息。
* 动作：组织货物装车，指导物流人员正确搬运，确保运输过程中物品安全无损。
* 注意事项：与物流方签订协议，明确责任与权益，保障公司利益不受损害；严格遵守交货时间和客户约定。

#### 西调调库房跟单绩效考核标准

1. 订单处理效率与准确性（权重30%）

考核指标：订单数据处理速度与准确性，是否存在因处理不当引起的订单延迟或错误情况。

2. 供应链协同与物料到位率（权重25%）

考核指标：物料供应准时率、供应商响应速度、物料合格率以及在施工关键节点物料能否及时到位。

3. 库存管理水平（权重20%）

考核指标：库存周转率、库存准确率、呆滞物资占比以及物料损耗控制情况。

4. 物流配送效率与服务质量（权重15%）

考核指标：配送准时率、货物破损率、客户投诉率以及突发事件应对能力。

5. 整体项目配合度（权重10%）

考核指标：与施工团队、商务接单、售后服务等部门协作的顺畅程度，对项目进度的影响程度。

1. 西调调现场项目经理工作流程
2. 催单发货：

* 动作分解：

1. 联系供应商了解备货情况
2. 根据项目进度要求和供应商沟通发货时间
3. 确认发货方式和物流信息
4. 跟进供应商发货进度，确保按时抵达

* 注意事项：

1. 实时关注供应商的生产进度和备货情况
2. 制定备货计划和发货时间表，为可能出现的问题提供足够的缓冲时间
3. 提前与物流公司确认运输安排和可能出现的问题
4. 运输物流：

* 动作分解：

1. 核实货物的物流信息，确保物流畅通
2. 监控货物运输过程，确保在规定时间内抵达
3. 检查货物外包装，确认是否有损坏

* 注意事项：

1. 选择可靠的物流公司，并确认运输过程中可能出现的问题
2. 了解运输路线和预计抵达时间，以便准备后续安装工作
3. 核实货物运输清单，确保所有货物都已安排运输
4. 搬运上楼：

* 动作分解：

1. 确定搬运设备和人员需求
2. 安排搬运人员将物料搬运至指定位置或楼层
3. 协助搬运人员解决搬运过程中遇到的问题

* 注意事项：

1. 确认搬运设备和人员能够安全完成搬运任务
2. 按照规定的搬运操作规程进行，确保人员和物料安全
3. 对大件或易损坏物品进行特殊标识和搬运措施，确保无损运输
4. 大件吊装：

* 动作分解：

1. 预约专业吊装队伍和设备
2. 确认吊装设备的性能和安全操作规程
3. 指导并监督吊装人员进行正确吊装操作

* 注意事项：

1. 吊装操作必须遵守所有相关的安全规则和条例。
2. 操作员必须佩戴适当的安全设备，如头盔和安全绳。

1. 设备安装：

* 动作分解：

1. 准备设备安装所需要的工具、材料和图纸
2. 协助设备安装人员进行设备安装，确保安装准确无误
3. 对设备安装过程进行监督和检查，确保安装质量达标

* 注意事项：

1. 在安装前确认设备的型号、规格和安装环境要求，以避免不正确的安装造成的设备故障或安全隐患。
2. 按照设备的安装规程和安全要求进行安装，确保设备的安全稳定运行
3. 安装细节调试：

* 动作分解：

1. 检查已安装设备的连接和配置情况，确保正确无误
2. 对设备的运行效果进行测试和调整，保证设备正常运行和使用效果达到预期目标
3. 对家具的五金件、结构等进行检查并进行必要的调整，以确保家具使用舒适和使用寿命

* 注意事项：

1. 在调试设备时，必须遵守相关的使用和安全规定，确保人员安全和设备安全。
2. 对于设备的调试，需要确保设备断电后进行，以避免触电等安全事故的发生。
3. 需要耐心和细致的检查，以确保细节问题的准确解决，提高客户的满意度。
4. 家具安装：

* 动作分解：

1. 准备家具安装所需要的工具、材料和图纸或者说明书
2. 协助家具安装人员进行家具安装，确保安装准确无误并且家具的使用安全
3. 对家具安装过程进行监督和检查，确保符合设计要求和客户的满意度。

* 注意事项：

1. 安装家具时应注意保护地板和墙面等其他装饰面，避免造成损伤
2. 按照家具的安装步骤和安全要求进行安装，避免任何意外情况的发生
3. 饰品美陈：

* 动作分解：

1. 准备美陈所需的饰品、道具和装饰材料
2. 根据设计方案和布局要求，摆放饰品和美陈道具
3. 调整和固定饰品的位置，确保稳固且符合设计要求
4. 关注色彩、材质和灯光等多方面因素，保证美陈整体效果与设计风格相符

* 注意事项：

1. 在摆放饰品和美陈道具时，确保人员安全，避免高处坠落或物品损坏等意外情况。
2. 保证饰品和美陈道具的清洁和无尘，以最隹视觉效果。
3. 在调整饰品位置时要注意不要强行拉扯，避免导致饰品损坏或者甚至造成安全事故。
4. 电器运行测试：

* 动作分解：

1. 确认电器设备已经连接到正确的电源和配电线路
2. 进行电器设备的开关测试和设备功能的测试，保证电器设备正常启动和使用
3. 对电器设备的运行噪音、温度等进行检测，确保设备运行正常并没有过热或者异常噪音等情况

* 注意事项：

1. 在进行电器设备测试时，必须遵守相关的用电和安全规定，以避免触电、火灾等安全事故的发生。
2. 不要对电器设备进行私自拆解或者维修，以避免由于非专业人员维修造成的设备损坏或者安全事故。
3. 协助用户对物料点收和检验：

* 动作分解：

1. 与用户沟通，了解物料的点收和检验标准和要求
2. 协助用户对物料进行细致的检查和验收，解决用户对物料的任何疑问或质量问题的反馈
3. 协助用户进行物料的试用和体验，为用户提供必要的使用和保养建议，确保用户对物料的满意度。

* 注意事项：

1. 对用户的反馈和建议进行及时和准确的理解和回应，以确保用户对物料的满意度
2. 对于存在质量问题的物料，要及时向供应商反馈，并与用户沟通解决方案，确保不影响用户的正常使用。
3. 在协助用户进行物料检查和验收时，要充分尊重用户的意愿和意见，对于用户的任何疑问或意见都需进行耐心和细致的解答和回复。
4. 指导安装施工：

* 动作分解：

1. 掌握相关的安装施工工艺和操作规程，确保施工质量和安全
2. 对安装施工过程进行指导和监督，对施工中发现的问题和偏差进行及时纠正
3. 及时记录和整理施工过程中的问题和建议，以便对施工工艺和规程进行优化和改进

* 注意事项：

1. 在对安装施工进行指导和监督时，要充分了解施工人员的技能和知识水平，提供针对性的指导和帮助。
2. 要密切关注施工过程中的安全事项，严格执行安全操作规程，确保人员和设备的安全。
3. 对于施工中发现的问题和偏差，要及时进行记录和反馈，制定合理的纠正措施和预防措施，避免类似问题的再次发生。
4. 解决售后问题：

* 动作分解：

1. 现场发生的安装问题，尽可能现场解决，不能解决的拍照，存档，上报西调调售后部门
2. 安装完成后，搜集、记录客户的售后问题和反馈信息，分析问题的产生原因，制定解决方案
3. 与客户沟通，了解其需求和问题解决的期望，提供合理的解决方案和建议，确保客户满意度
4. 跟进售后问题的处理进度，协调供应商和安装团队等资源，保证售后问题得到及时解决

* 注意事项：

1. 对于客户的售后问题和反馈，要进行及时的响应和处理，避免由于问题解决不及时导致客户满意度下降。
2. 在解决售后问题的过程中，要充分了解和尊重客户的需求和意见，为客户提供最佳的解决方案和建议。
3. 对于无法解决的问题，要及时向客户进行通报和解释，避免由于信息不对称导致客户的误解和不信任。

档案管理

档案管理详表：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 分类 | 名称 | 细分项目 |
| 图纸 | 平面图 | 原始平面图\* |
| 实地测绘图\* |
| 效果图 | 彩平图 |
| 鸟瞰图 |
| 客餐厅\* |
| 卧室\* |
| 卫生间 |
| 厨房 |
| 其他位置\* |
| 施工图 | 平面规划图\* |
| 平面改造图 |
| 水电施工图\* |
| 平面施工图\* |
| 立面施工图\* |
| 设计说明书 |
| 施工说明书 |
| 节点大样图 |
| 成交资料 | 合同 | 全案合同\* |
| 设计合同 |
| 硬装合同 |
| 定制家具合同\* |
| 成品家具合同\* |
| 软装饰品合同\* |
| 清单 | 主材决算清单 |
| 成品配置清单\* |
| 定制配置清单\* |
| 软装配置清单 |
| 验收单 | 水电工程验收单 |
| 暖通工程验收单 |
| 木工验收单 |
| 泥瓦工验收单 |
| 竣工验收图 |
| 定制产品验收单\* |
| 成品验收单\* |
| 软装饰品验收单\* |
| 封样材料 | 布料花色小样 |
| 漆面小样 |
| 特殊五金备案 |
| 调查表 | 户型分析\* |
| 人员结构\* |
| 习惯\* |
| 爱好\* |

# 氛围与色彩的关系

#### 关于色彩的分类：

1. **背景色：通常是室内空间中占地面积最大的颜色，能够奠定空间的整体色调和风格基调，一般选择较低饱和度的颜色，一般占比整个空间的>60%;**
2. **主体色：通常指沙发、窗帘、床品、柜门等大面积的软装饰色彩，是构成室内主色调的重要因素，应与背景色协调。一般占比整个空间的>25%;**
3. **辅助色：用于较小面积的装饰和点缀，例如单人沙发，休闲椅、小地毯等，可以与主体色相互呼应，增加层次感。一般占比整个空间的>10%;**
4. **点缀色：餐椅面料、窗帘花边、抱枕、饰品摆件、挂画，艺术品、灯具等，一般占比整个空间的5%;**

#### 色彩搭配的手法和规则：

1. **色彩统一手法：在色彩搭配过程中，保持整体空间的一致性至关重要。为达到和谐的效果，可以选择同色系或相似色调的颜色。此手法简单易掌握，学习成本较低。然而，过度依赖统一手法可能导致空间色彩形式过于单一和刻板，从而引发审美疲劳。**
2. **色彩点缀手法：在色彩搭配中，点缀手法是一种常用的技巧，用于在空间中增加色彩层次感和活力。通过运用适当的色彩对比，可以创造出强烈的视觉冲击力，使空间更加生动和有趣。**

* **冷暖色对比：利用冷暖色调的对比来创造视觉冲击力。例如，在暖色调的房间中加入一些冷色调的装饰品或家具，可以使空间更加生动和有趣。**
* **明暗色对比：通过明暗色调的对比来创造空间感。在较暗的空间中，加入一些明亮的颜色，可以使空间更加明亮和宽敞。**
* **补色对比：利用互补色来创造色彩对比。常见的互补色有红和绿、橙和蓝等。通过在空间中运用这些互补色，可以创造出强烈的视觉冲击力。**
* **色彩点缀：在一些单调的区域，可以通过加入一些色彩点缀来增加层次感和活力。例如，在白色的墙壁上挂一幅色彩鲜艳的画作，或者在沙发上放一些颜色鲜艳的抱枕。**
* **渐变色：通过色彩的渐变来创造柔和的过渡效果。例如，将墙壁涂成淡黄色，然后逐渐过渡到淡绿色，可以使空间更加自然和舒适。**

1. **色彩心理学原理：不同颜色蕴含着不同的情感寓意，例如红色象征着热情与温馨，绿色则传达出冷静与清新的感觉，黄色代表权力与雅致。黑色给人以沉稳与高级的印象，而粉色则传达出浪漫与可爱的气息。灰白色则代表着简约与素雅。在选择色彩时，需根据个人的色彩偏好以及空间的使用功能进行考量，以确保色彩的恰当运用。**
2. **色彩比例手法：在室内配色的过程中，色彩比例的合理分配是至关重要的，它直接影响到整体效果的呈现。为了确保视觉效果的和谐与平衡，主色调应占据较大的比例，从而在空间中形成主导地位。而辅助色和点缀色则应适当减少比例，以避免喧宾夺主，确保主色调的突出。常见的色彩比例分配有721配比、631配比等，这些比例都是经过精心设计的，旨在实现最佳的视觉效果。**
3. **呼应手法：呼应手法是一种在室内设计中常用的技巧，通过选择与主色调相呼应的颜色来增加空间的协调感。这种方法能够使各个元素之间产生联系，增强空间的统一感。**

*例如，如果房间的主色调是蓝色，那么可以选择一些中间色或与蓝色相呼应的颜色，如白色或米色，来作为家具、窗帘、地毯等元素的色调。这样可以使这些元素与房间的整体色调相协调，增加空间的和谐感。*

*此外，呼应手法也可以通过选择与主色调相似的颜色来实现。例如，如果房间的主色调是红色，那么可以选择一些带有红色调的粉色、紫色或橙色等颜色作为配饰或装饰元素。这些元素可以在细节上与主色调呼应，使整个空间更加协调。呼应手法是通过选择与主色调相呼应或相似的颜色来增加空间的协调感，使各个元素之间产生联系，增强空间的统一感。*

1. **光线影响：室内设计中要特别注意光线与色彩的搭配。正确的色彩搭配可以营造出舒适、和谐的居住环境，而不当的色彩搭配则可能会导致视觉上的不适甚至污染。。不同的光线条件下，同一种颜色可能呈现不同的效果。每个户型的采光以及室内灯光均会有些许差别，因此，设计师在配色时，一定要充分考虑室内的光线条件，包括自然光和人工光源的颜色、强度、照射方向等因素，以确保最终的色彩效果符合预期并提高居住的舒适度。。**
2. **材质搭配手法：在室内配色过程中，除了颜色的搭配外，材质的搭配同样至关重要。材质所呈现的肌理、明暗、光泽等特性，与色彩相互辉映、相互成就，能够使整个空间的色彩更加丰富、立体，营造出更加和谐、自然的氛围。因此，在进行室内配色时，必须充分考虑材质搭配的因素，以确保最终效果能够满足人们审美和功能的需求。**
3. **空间功能规划：针对不同功能的空间，应选择相应的色彩搭配方案，以确保空间功能与色彩的和谐统一。例如，客厅、餐厅、卧室、书房等空间，各自具有不同的功能和特点，因此在配色时应充分考虑其功能需求和特点。在实践中，应避免一刀切地照搬客餐厅的配色方案，而是根据各个空间的特定需求进行针对性的色彩搭配。只有这样，才能营造出舒适、和谐的居住环境，满足不同空间的功能需求。**
4. **个人偏好风格：最终的色彩搭配应体现个人的审美和风格，通过个性化的色彩搭配，展现出独特的家居品味。**

#### 六大氛围用色范围指示

**西调调前面通过学习知道，色彩具有鲜明的审美偏好，同样的店面，不同的消费者，花同样的钱，买同款式的衣服，他们选择的衣服颜色一定不会完全一样。因此，通过颜色偏好，西调调将这些颜色代表的氛围调性划分为六大氛围，以下是六大氛围色彩搭配的用色范围指示（西调调专用色待定）：**

1. **温馨氛围**

**背景色：米白色、淡奶油色、浅亚麻色或者浅木色，营造出温暖舒适的基调。**

**主体色：暖棕色、橙木色、暗麦芽色或深珊瑚色，体现在家具如沙发、窗帘等大件物品上。**

**辅助色：南瓜橙、砖红色或者巧克力棕，可以在单人椅、床头柜等小面积上体现。**

**点缀色：金色、亮橙或酒红色，用于抱枕、装饰画框、地毯边缘等细节处，增加视觉焦点。**

1. **清新氛围**

**背景色：白色、淡蓝色、薄荷绿或冰川灰，创造明亮而清新的空间感。**

**主体色：天空蓝、海藻绿、浅柠檬黄，用在大面积家具上。**

**辅助色：水鸭蓝、苹果绿、淡粉色，用于椅子、床品局部搭配。**

**点缀色：明亮白、银色或鲜艳的草绿色，作为抱枕、摆件或挂饰的小亮点。**

1. **浪漫氛围**

**背景色：淡紫色、粉灰色或月光白，塑造柔和浪漫的空间环境。**

**主体色：薰衣草紫、玫瑰粉、淡雅金色，体现在大型家具和窗帘上。**

**辅助色：藕荷紫、珍珠粉或淡青铜色，用于较小物件或软装配饰。**

**点缀色：深紫色、艳丽粉或金属玫瑰金，为靠垫、灯罩或精致摆设增添优雅情调。**

1. **简约氛围**

**背景色：纯白色、淡灰色或中性米色，强调极简主义的纯净感。**

**主体色：深灰、炭黑、海军蓝或自然木纹，突出于主要家具及布艺。**

**辅助色：冷灰色、深海军蓝或石板色，体现在小型家具与配件上。**

**点缀色：金属质感（如不锈钢、镜面）或是亮黑色、鲜明红点，作为简洁而有力的点缀。**

1. **雅致氛围**

**背景色：高级灰、烟熏蓝或淡驼色，传达宁静高雅的气息。**

**主体色：墨绿、宝蓝或咖啡色，体现在皮质沙发、木质家具上。**

**辅助色：雾霭灰、橄榄绿或琥珀色，应用在坐垫、书架背板等位置。**

**点缀色：金色、铜色或宝石色调，通过艺术品、灯具等元素提升空间品质。**

1. **沉稳氛围**

**背景色：深褐色、暗木色或深灰色，奠定庄重且稳定的基调。**

**主体色：黑色、深青石色或暗紫罗兰，用作大型家具的主色调。**

**辅助色：酒红色、森林绿或铁锈色，融入边几、地毯等辅助元素。**

**点缀色：哑光金色、深紫罗兰或带有光泽的深宝石蓝，巧妙地点缀在抱枕、挂画和小雕塑等装饰物上。**

#### 六大氛围偏好者的用户画像

1. **温馨氛围**

**性别：不分性别，但家庭型或亲子型客户更偏爱。**

**年龄：适合各年龄段，特别是年轻家庭和中老年人群。**

**职业：教师、医生、公务员等稳定职业者以及全职妈妈、退休人士。**

**学历：不限，但注重家庭生活品质、追求舒适感的人群为主。**

**个性偏好：喜欢传统与现代结合，追求和谐温馨、亲近自然的家庭环境，重视情感交流与亲子互动。**

1. **清新氛围**

**性别：男女皆宜，尤其受到年轻人及小资白领的喜爱。**

**年龄：以20-45岁的年轻人居多，特别是城市新锐、文艺青年。**

**职业：设计师、创意行业工作者、IT从业人员、新媒体从业者等。**

**学历：偏向于大学及以上学历，有较高的审美追求和生活品质要求。**

**个性偏好：追求自由随性、热爱旅行、崇尚环保低碳生活方式，喜爱自然清新的元素。**

1. **浪漫氛围**

**性别：女性群体占比较大，尤其是已婚夫妇或情侣。**

**年龄：主要集中在25-40岁之间，适婚及刚结婚的年轻人。**

**职业：艺术家、作家、时尚行业人员、心理咨询师等情感细腻的职业。**

**学历：高等教育背景，情感丰富，具有艺术和文学修养。**

**个性偏好：热衷于打造梦幻、精致的生活空间，注重情调与个性化表达。**

1. **简约氛围**

**性别：男性与女性均有可能，但更受都市独立个体、极简主义者欢迎。**

**年龄：25-50岁之间的职场精英，包括企业高管、专业顾问、创业家。**

**职业：建筑师、律师、金融分析师、创业者等高压工作环境下追求效率的人群。**

**学历：普遍较高，追求高效简洁生活的专业人士。**

**个性偏好：崇尚极简主义，注重功能性和实用性，追求精神层面的平静与专注。**

1. **雅致氛围**

**性别：无明显性别区分，但更多为有一定社会地位和财富积累的成功人士。**

**年龄：35岁以上，成熟稳重，有一定生活阅历的中高端消费者。**

**职业：企业家、高级经理人、文化艺术界人士、收藏家等。**

**学历：高学历或具备深厚文化底蕴的群体。**

**个性偏好：讲究品味与质感，欣赏经典与现代融合的设计，追求优雅低调的奢华。**

1. **沉稳氛围**

**性别：男性占比相对较大，但也深受品位独特的女性所青睐。**

**年龄：40岁以上，成功人士、中老年知识分子、高级决策者。**

**职业：企业领导者、学者、资深专家、投资者等。**

**学历：通常拥有较高的学历背景和社会地位。**

**个性偏好：钟爱深色调带来的宁静与庄重，享受内敛而大气的空间效果，体现出深思熟虑的性格特点与人生历练。**

# 西调调全案服务流程

全案服务流程始于与客户建立初步联系，在此阶段，西调调将深入挖掘客户的痛点和需求，确保全面了解客户的期望和要求。随后，西调调将对客户的真实需求进行细致的分析，并据此制定一份全面的舒适清单，涵盖居家氛围、收纳功能、生活情景以及美好愿望等方面。

在规划与设计阶段，西调调将充分考虑客户的个性化需求，结合西调调的专业意见，精心制定设计方案。西调调将确保最终的设计方案既符合客户的期望，又兼具实用性和舒适性。随后，西调调将向客户提交详细的报价，并在双方达成一致意见后签订正式合同。

在硬装施工和软装交付阶段，西调调将严格遵循设计方案，确保各项施工和安装工作均符合预期的标准和质量要求。此外，西调调还将对硬装和软装进行验收，确保每一项工作都达到客户的期望。

最后，西调调将为客户建立完整的档案，以便在售后服务阶段提供持续的支持和关怀。这一全案服务流程充分体现了西调调对精细化管理和执行的重视，致力于为客户提供满意的全案家居服务。

## 全案服务流程的17个节点

1. 家居规划阶段：这一阶段主要是与客户进行初步沟通，了解其需求和期望，并且进行专业分析，并据此制定家居规划方案。
2. 室内设计阶段：根据家居规划方案，进行室内设计，包括布局、配色、软装陈设、材料选择等。
3. 清单报价阶段：根据设计方案，列出所需物料、人工等费用，形成详细的报价清单。
4. 合同签约阶段：客户与服务商签订正式的合同，明确双方的权利和义务。
5. 硬装施工阶段：进行水电改造、墙面地面处理等硬装施工。
6. 软装生产阶段：制作成品家具、窗帘、床品、灯具等软装饰品。
7. 硬装验收阶段：对硬装施工部分进行检查，确保质量达标。
8. 定制复尺阶段：对定制家具进行尺寸复核，确保与现场环境匹配。
9. 定制生产阶段：根据设计图纸和尺寸要求，生产定制家具。
10. 定制安装阶段：将定制家具安装到位。
11. 定制验收阶段：检查定制家具的安装质量。
12. 成品安装阶段：将预制的家具、饰品等安装到位。
13. 软装陈设阶段：布置软装饰品，如挂窗帘、灯具、铺设地毯、挂画作、摆花艺等，完成整体软装陈设。
14. 整体验收阶段：对整个家居项目进行质量检查和评估，确保满足客户需求。
15. 客户建档阶段：为客户建立服务档案，记录整个服务过程。
16. 售后服务阶段：提供一定期限的售后服务，如维修、保养等。
17. 延伸服务阶段：提供与家居相关的其他服务或建议，如家居清洁、家居用品推荐、局部环境升级等。

**附表：全案服务流程:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **服务流程** | **项目内容** | **项目成果** |
| 一、规划阶段 | **户型规划** | 《户型规划提案》 |
| 流程 1-1 | 楼书分析 | 居住环境分析数据 |
| 流程 1-2 | 采光分析 | 户型采光分析数据 |
| 流程 1-3 | 噪音分析 | 居住噪音分析数据 |
| 流程 1-4 | 动线分析 | 家居动线分析数据 |
| 流程 1-5 | 居住人分析 | 居住人员习惯爱好分析数据 |
| 流程 1-6 | 需求分析 | 居住人员需求分析数据 |
| 流程 1-7 | 规划师业主共同解析需求 | 全案家居业主需求数据 |
| 流程 1-8 | 规划师讲解提案 | 提案会议纪要 |
| 流程 1-9 | 全案意向合同签订 | 全案服务意向合同 |
| 流程 1-10 | 全案意向金收取 | 收款凭据 |
| 二、设计阶段 | **全案设计** | 《全案设计汇报书》 |
| 流程 2-1 | 原始结构图 |  |
| 流程 2-2 | 拆建分析图 |  |
| 流程 2-3 | 业主确认拆建图纸 | 客户（规划师）需要物业，开发商确认拆建方案 |
| 流程 2-4 | 效果图设计 |  |
| 流程 2-5 | 业主确认效果图 | 确认：氛围、情景、色搭、工艺、家具等等 |
| 流程 2-6 | 拆建分析图 |  |
| 流程 2-7 | 平面规划图 |  |
| 流程 2-8 | 地面铺装图 |  |
| 流程 2-9 | 水电改造图 |  |
| 流程 2-10 | 水电施工图 |  |
| 流程 2-11 | 业主确认水电点位图 | 根据用电需求确定开关插座、给排水点位 |
| 流程 2-12 | 天花布局图 |  |
| 流程 2-13 | 吊顶大样图 |  |
| 流程 2-14 | 立面施工图 |  |
| 流程 2-15 | 定制家具设计图 |  |
| 流程 2-16 | 业主需要确定各种装饰材料的品牌、型号、花色、数量、价格 | 定制板材、石膏板材、欧松板、瓷砖、地板、洁具、管线、石材、开关插座面板、照明灯具、氛围灯具、氛围灯变压器、氛围灯控制开关、暖通空调电器、厨电、热水器、墙面腻子、防水、美缝、水泥、玻璃胶、瓷砖胶、乳胶漆、艺术漆、油漆、壁纸、壁布、扣板、龙骨、地漏、花洒、玻璃淋浴房、门窗、玻璃、断桥铝合金、门锁、龙头、智能面板、窗帘、地毯、挂画、弱电网线、浴霸、烟机灶具、橱柜台面、柜体门板、暖气片、铰链、挂衣杆、抽屉、投影幕布、小厨宝、电水壶、报警器、监视器、镜柜、洗手池、浴缸、马桶、浴巾架、置物架、抽纸盒、马桶刷、马桶盖、晾衣架、洗衣机、烘干机、热水宝、岩板、石膏线、PU线、实木线、踢脚线、洗地机、拖把池、百叶窗、沙发面料封样、烤漆封样、木皮封样、床头面料、门套线封样等等； |
| 流程 2-17 | 物料表制作 | 按照主材、成品家具、定制家具、软装饰品、硬装清单分别制作物料表，做好统计，按照建筑面积折算总单价 |
| 流程 2-18 | 施工说明 | 确定施工流程，施工标准，责任人，验收标准，工程质量评测手段，检验手段 |
| 三、报价阶段 | **报价方案** | 《报价表》 |
| 流程 3-1 | 硬装报价 | 《基装报价表》人工、辅材、工艺标准 |
| 流程 3-2 | 主材报价 | 《主材报价表》附物料详单 |
| 流程 3-3 | 电器设备报价 | 《电器设备报价表》附物料详单 |
| 流程 3-4 | 家具软装饰品报价 | 《家具软装报价表》附物料详单 |
| 流程 3-5 | 个性升级套餐 | 《升级项目报价表》附物料详单 |
| 流程 3-6 | 报价总表 | 《建面折算价》附间接费用清单 |
| 四、签约阶段 | **合同签约** | 《合同书》 |
| 流程 4-1 | 施工单位招标 | 一般提供3个以上施工单位可供选择 |
| 流程 4-2 | 施工合同签订 | 中标单位确定后，签订《三方委托施工合同》 |
| 流程 4-3 | 主材物料单确认 | 《基装主材清单》 |
| 流程 4-4 | 辅材物料单确认 | 《基装辅料清单》 |
| 流程 4-5 | 施工工艺书确认 | 《施工工艺说明书》 |
| 流程 4-6 | 软装物料报价单确认 | 《西调调·潮家整配项目清单》 |
| 流程 4-7 | 服务流程确认 | 《全案家居落地服务时间规划表》 |
| 流程 4-8 | 全案合同签订 | 《项目全案落地服务合同书》 |
| 流程 4-9 | 全案定金收取 | 收取50%《定金收款收据》 |
| 五、硬装流程 | **硬装施工流程** | 按时、高品质、高要求完成硬装 |
| 流程 5-1 | 开工仪式 | 西调调规划师主持 |
| 流程 5-2 | 开工技术交底 | 由西调调主任设计师、规划师主持 |
| 流程 5-3 | 拆除 | 拆除需要移除的旧墙体，非承重墙体， |
| 流程 5-4 | 建筑垃圾清运 | 拆除的建筑垃圾清理运储，新建墙体材料进场 |
| 流程 5-5 | 新建墙体隔断 | 按照施工图要求和建筑结构精准放线 |
| 流程 5-6 | 水电现场交底 | 协调新风、地暖、空调入场顺序 |
| 流程 5-7 | 暖通改造 | 燃气表移位，水箱定位安装 |
| 流程 5-8 | 主材实物确定 | 主材封样 |
| 流程 5-9 | 辅材实物确定 | 主要辅材封样，辅材进场 |
| 流程 5-10 | 水电改造 | 开槽，埋管，穿线，防水、灌水测试 |
| 流程 5-11 | 开孔开槽 | 空调开孔，入墙马桶开槽 |
| 流程 5-12 | 窗户安装 | 封窗 |
| 流程 5-13 | 闭水试验 | 楼下邻居打招呼，观测是否漏水 |
| 流程 5-14 | 沉箱回填 | 陶瓷颗粒回填 |
| 流程 5-15 | 防水施工 | 底层户型要求外墙防水 |
| 流程 5-16 | 地暖施工 | 地暖层施工 |
| 流程 5-17 | 墙面找平 | 墙面，门洞，窗洞用石膏找平或者砂浆水泥找平，检测各相邻面垂直度 |
| 流程 5-18 | 门窗测量 | 封窗和室内门测量或者更换 |
| 流程 5-19 | 墙板基层处理 | 采用欧松板打底 |
| 流程 5-20 | 地面找平 | 自流平工艺 |
| 流程 5-21 | 防水试验 | 楼下邻居打招呼，观测是否漏水 |
| 流程 5-22 | 主材瓷砖进场 | 准备烟道止逆阀，美缝剂，门槛石，窗台石 |
| 流程 5-23 | 墙地转铺贴 | 厨、卫、生活阳台开始贴转 |
| 流程 5-24 | 橱柜复尺测量 | 入户门、室内门开始测量 |
| 流程 5-25 | 客餐厅地砖铺贴 |  |
| 流程 5-26 | 厨房设备安装 | 安装止逆阀，烟管，改造燃气管道，厨房吊顶，烟机、排气扇安装 |
| 流程 5-27 | 厨房卫生间吊顶 | 安装浴霸，排气扇，吊顶灯具 |
| 流程 5-28 | 全案进度款收取 | 收取全案总金额的30% |
| 流程 5-29 | 木工阶段 | 吊顶，墙面造型，门窗套线、垭口套线安装，安装窗台石 |
| 流程 5-30 | 顶面石膏找平 | 平顶无造型，用石膏找平 |
| 流程 5-31 | 设备进场 | 洁具、电器进场 |
| 流程 5-32 | 电器安装 | 空调安装 |
| 流程 5-33 | 定制家具复尺 | 橱柜水电点位，衣柜，鞋柜，杂物柜，书柜，其他到顶的柜子 |
| 流程 5-34 | 漆面材料进场 | 乳胶漆，墙纸，腻子 |
| 流程 5-35 | 腻子刮涂 | 一般需要施工2次以上 |
| 流程 5-36 | 腻子打磨 |  |
| 流程 5-37 | 墙面涂装 | 1底2面 |
| 流程 5-38 | 墙纸施工 | 环保胶水施工；通知地板项目验收地面，地板进场 |
| 流程 5-39 | 安装地板 |  |
| 流程 5-40 | 安装卫浴设备 |  |
| 流程 5-41 | 安装空调出风回风 |  |
| 流程 5-42 | 墙面修补 |  |
| 流程 5-43 | 多余的主材清点退库 |  |
| 流程 5-44 | 全案进度款收取 | 收取全案总金额的15% |
| 流程 5-45 | 开荒保洁 |  |
| 流程 5-46 | 开窗通风 | 夏天开窗15天，冬天开窗30天 |
| 六、软装生产流程 | **软装生产** | 按时、高品质完成生产 |
| 流程 6-1 | 款式型号确认 |  |
| 流程 6-2 | 花色纹理确认 |  |
| 流程 6-3 | 规格尺寸确认 |  |
| 流程 6-4 | 下单生产到交付 |  |
| 七、硬装验收流程 | **硬装验收** | 按照施工说明标准验收 |
| 流程 7-1 | 新建墙体工艺验收 | 新建墙体可靠程度 |
| 流程 7-2 | 抹灰工艺验收 | 抹灰厚度和硬度标号 |
| 流程 7-3 | 挂网工艺验收 | 挂网的材料，抹灰层标号 |
| 流程 7-4 | 五金功能验收 | 开合，推拉，测试阻尼 |
| 流程 7-5 | 主材验收 | 花色，品牌，款式，型号，数量，工艺等等 |
| 流程 7-6 | 辅材验收 | 品牌，规格，工艺等等 |
| 流程 7-7 | 回填工艺验收 | 回填前的清理，密封，回填材料，厚度，密度； |
| 流程 7-8 | 防水工艺验收 | 防水材料，工艺，闭水试验结果 |
| 流程 7-9 | 水电验收 | 电压，水压，绝缘，防水、面板、角阀、地漏、换气扇测试 |
| 流程 7-10 | 墙面铺装工艺验收 | 平整度，空鼓缺陷，主材缺陷 |
| 流程 7-11 | 地面铺装工艺验收 | 平整度，空鼓缺陷，主材缺陷 |
| 流程 7-12 | 墙面平整度验收 | 长靠尺，塞尺 |
| 流程 7-13 | 洞口垂平度验收 | 电子激光水平仪，角尺 |
| 流程 7-14 | 吊顶工艺验收 | 骨架可靠度，骨架布置密度 |
| 流程 7-15 | 防水结果验收 |  |
| 流程 7-16 | 腻子工艺验收 | 施工次数，平整度，松脱程度 |
| 流程 7-17 | 乳胶漆工艺验收 | 底漆面漆施工次数，晾干时间 |
| 流程 7-18 | 吊顶完成验收 | 石膏板垂平度 |
| 八、复尺流程 | **定制复尺** | 注意测量细节 |
| 流程 8-1 | 橱柜复尺测量 | 注意水电点位 |
| 流程 8-2 | 柜体复尺 | 注意地面水平度，收口要求 |
| 流程 8-3 | 墙板复尺 | 注意吊顶水平度，踢脚线配合 |
| 流程 8-4 | 套装门复尺 | 注意门框厚度，垂平度 |
| 九、定制生产流程 | **定制生产** | 注意供应链配件配合细节 |
| 流程 9-1 | 定制玻璃下单生产 | 注意玻璃品类，加工工艺 |
| 流程 9-2 | 金属配件下单生产 | 注意开合方式，角度，品牌 |
| 流程 9-3 | 氛围灯具下单生产 | 注意灯光色温，亮度，控制方式 |
| 流程 9-4 | 柜体下单生产 | 注意花色，基材，封边形式，背板，金属配件结合形式； |
| 流程 9-5 | 门板抽面下单生产 | 注意门板高度，材料，工艺，缝隙管理； |
| 流程 9-6 | 石材下单生产 | 注意石材的种类，厚度，加工工艺，安装要求； |
| 十、定案安装流程 | **定制安装** | 安装非常重要！！！ |
| 流程 10-1 | 柜体安装 | 检测地面墙面垂平度，采用先进仪器矫正安装基准面； |
| 流程 10-2 | 门板抽屉安装 | 开合平顺，基面平整，间隙均匀 |
| 流程 10-3 | 墙板安装 | 平整，牢靠 |
| 流程 10-4 | 室内门安装 | 开合平顺，静音，各个面的垂平度 |
| 十一、定制验收流程 | **定制验收** | 检测安装的品质 |
| 流程 11-1 | 收纳功能验收 | 对照柜体设计图 |
| 流程 11-2 | 氛围灯光验收 | 对照基准灯光，检验控制灵敏度 |
| 流程 11-3 | 安装精度验收 | 平整度，均匀度，平顺度 |
| 流程 11-4 | 收口细节验收 | 开合是否存在干涉矛盾 |
| 十二、成品安装流程 | **成品安装** | 验收，存档 |
| 流程 12-1 | 客餐厅家具安装陈设 | 定位，调试 |
| 流程 12-2 | 卧室家具安装陈设 | 定位，调试 |
| 流程 12-3 | 书房家具安装陈设 | 定位，调试 |
| 流程 12-4 | 其他家具安装陈设 | 定位，调试 |
| 流程 12-5 | 家具数量、品质验收 | 签收单，拍照存档 |
| 十三、软装陈设流程 | **软装陈设** | 拍照存档 |
| 流程 13-1 | 挂画 | 定位，水平，搭配 |
| 流程 13-2 | 地毯 | 定位、平整 |
| 流程 13-3 | 窗帘 | 测试，整理，收拢 |
| 流程 13-4 | 摆件 | 定位，搭配，拍照存档 |
| 十四、整体验收流程 | **整体验收** | 《验收单》 |
| 流程 14-1 | 物料清单验收 | 《全案整配物料验收单》 |
| 流程 14-2 | 对照施工图验收 | 《全案竣工验收单》 |
| 流程 14-3 | 对照效果图验收 | 《全案竣工验收单》 |
| 流程 14-4 | 验收评价 | 《全案竣工验收单》 |
| 流程 14-5 | 全案尾款收取 | 收取全案总金额的5% |
| 十五、客户建档阶段 | **客户建档** | 提升信任度 |
| 流程 15-1 | 物料清单建档 | 清单搭配封样，色彩潘通颜色编号 |
| 流程 15-2 | 技术文件建档 | 图纸，效果图，施工说明文件等等 |
| 流程 15-3 | 图片视频资料建档 | 验收视频、测绘文件、照片等等 |
| 流程 15-4 | 沟通截图建档 | 重要的聊天截图 |
| 十六、售后服务流程 | **售后服务** | 提升满意度 |
| 流程161 | 施工工艺问题 |  |
| 流程162 | 材料品质缺陷 |  |
| 流程163 | 使用不当损坏 |  |
| 流程164 | 制造工艺缺陷 |  |
| 流程165 | 淋水/受潮损坏 |  |
| 流程166 | 高热/高温损坏 |  |
| 流程167 | 技术咨询回复 |  |
| 十七、延伸服务项目 | **延伸服务** | 保持客户粘性 |
| 流程 17-1 | 家居保养知识 | 五金养护、家居清洁、家具清洁防潮方法等等 |
| 流程 17-2 | 转介绍礼品 | 有效的客户信息定额奖励 |
| 流程 17-3 | 儿童房适龄升级服务 | 幼儿、儿童、青少年、成人适龄改造 |
| 流程 17-4 | 衣柜收纳升级服务 | 收纳盒，真空收纳，五金抽屉等等 |
| 流程 17-5 | 厨房收纳升级服务 | 腔体升级，柜体五金升级，收纳盒，拉篮、智能化改造等等 |

## 售后延伸服务：

1. 定期维护与保养服务：

收益：提供持续的服务机会，增加客户黏性，口碑传播。

成本：人员培训、设备购置和维护、市场推广。

风险：客户需求波动，技术更新换代。

客户满意度：高，确保家居设施正常运行。

1. 家居升级与改造服务：

收益：满足客户个性化需求，增加销售机会。

成本：设计、施工、材料成本。

风险：施工安全、质量纠纷。

客户满意度：高，提供定制化服务。

1. 家居用品推荐与销售：

收益：扩大销售品类，提高利润空间。

成本：采购成本、库存管理、销售推广。

风险：库存积压、市场需求变化。

客户满意度：高，提供一站式购物体验。

1. 家居保险服务：

收益：增加收入来源，提高客户黏性。

成本：与保险公司合作分成、市场推广。

风险：保险政策调整、理赔纠纷。

客户满意度：中，需确保保险政策符合客户需求。

1. 智能家居解决方案：

收益：技术驱动，满足现代客户需求。

成本：研发、生产、安装成本。

风险：技术更新快，维护成本高。

客户满意度：高，提升居住便利性。

1. 举办家居生活讲座或活动：

收益：提高品牌知名度，增强客户关系。

成本：组织成本、讲师费用、场地费。

风险：参与度低，效果难以预测。

客户满意度：中，需确保内容与客户需求匹配。

1. 与相关行业合作：

收益：共享客户资源，增加收入渠道。

成本：合作谈判、资源整合。

风险：合作稳定性、利益分配。

客户满意度：中，需确保合作项目符合客户需求。

附：客户满意度调查表

全案规划师服务满意度调查表

尊敬的客户：

感谢您对西调调·潮家整配一直以来的支持和厚爱。为了改进我们的工作，为您提供更优质高效的服务，请您在百忙中抽出宝贵的时间填写此表。热切期盼着您宝贵的意见和建议，对此我们表示衷心的感谢！

**客户评价及建议（请在所选项后的**□**划√）：**

1. **西调调·潮家整配全案规划师在服务中，您对哪些方面感到满意？（多选）**

**文明用语 □ 耐心解释 □**

**主动联系 □ 及时回复 □**

**专业能力 □ 时间规划 □**

1. **西调调·潮家整配提供的下列户型分析中，您对哪些项目感到满意？（多选）**

**关于面积分析服务** □

**关于日照和采光分析服务** □

**关于平面布局分析服务** □

**关于采暖、空调、通风、能耗分析服务** □

**关于每个空间功能规划解析服务** □

1. **西调调·潮家整配提供的全案整配样板方案中，您对哪些项目感到满意？（多选）**

**方案讲解和分析服务 □**

**方案中关于材料的用法 □**

**方案中关于款式的选择 □**

**方案中关于配色、氛围部分 □**

**方案中关于收纳、功能部分 □**

1. **西调调·潮家整配提供的家庭成员个性需求解析服务，您是否满意？**

**非常满意，可以满足家里的每个成员的个性需求 □**

**满意，可以满足家里的大部分成员的个性需求 □**

**不满意，基本满足不了个性需求 □**

1. **西调调·潮家整配提供的共创过程，您是否满意？**

**非常满意，提供了专业服务，同时让我有掌控感 □**

**满意，提供了专业服务，但我感觉参与度较少 □**

**不满意，没有提供专业服务，也没有参与 □**

1. **西调调·潮家整配提供的价值优化算法的服务您是否满意？**

**满意，在满足需求的情况下帮我有效控制成本 □**

**不满意，没有能够有效控制成本 □**

1. **您是否愿意向朋友或家人推荐西调调·潮家整配全案整配服务？**

**是 □ 否 □**

1. **您对西调调·潮家整配服务有任何其他建议或意见吗？（请填写）**

**——————————————————————————————————————————————————————————————————————————————————————————————**

感谢您抽出宝贵的时间填写此调查表。西调调·潮家整配将认真对待您的反馈，并努力改进我们的服务，为您提供更好的体验。

# 西调调全案服务话术集锦

1. 不同年龄阶段的话术对策

在与老年、中年和青年客户洽谈装修方案时，我们可以根据不同年龄段的特点和需求来制定相应的沟通策略：

1. 老年客户

* 关注点：突出安全、便利、环保、耐用以及舒适性。强调设计中的人性化细节，如防滑措施、扶手安装、智能家具设备（如智能马桶）、易于使用的储物空间等。
* 交流方式：采用温和、耐心的语气，细致解释设计方案中的每一项考虑，并询问他们的生活习惯和特殊需求，如起夜习惯、常用药品存放位置等。
* 情感连接：尊重老人的生活经验和喜好，询问是否有特定兴趣爱好需要融入设计中，如茶室、阅读角等，让家居环境更加符合他们的生活品质追求。

1. 中年客户

* 关注点：品质、环保、个性化和家庭和谐。满足其对家居环境提升生活品质的需求，弥补前一次装修可能存在的遗憾，注重家庭成员共同生活的舒适度和实用性。
* 交流方式：以专业且贴心的方式展现定制化的设计方案，凸显挂区大于点区的收纳布局，选择高品质的五金件等，确保设计既实用又符合他们成熟稳重的审美要求。
* 价值认同：引导中年客户认识到设计方案如何贴合他们对未来美好生活的向往，展示方案如何能够体现业主的品味和生活质量。

1. 年轻客户

* 关注点：时尚美观、品牌影响力、现代风格和前瞻性。年轻人追求个性化和独特生活方式，注重空间的灵活性和互动性，以及为未来家庭规划做好准备。
* 交流方式：运用流行的设计理念和风格趋势，如侘寂风、极简风、奶油风等吸引年轻客户的注意力，同时提供专业的建议和指导，让他们感受到设计师的专业性和前沿眼光。
* 建立信任：通过分享成功案例和设计理念，帮助缺乏生活经验的年轻人理解并接受合理的生活空间布局和功能分区，例如厨房电器摆放、物品收纳技巧以及亲子互动区域的设计等。

1. 情景对话：

* 与老年人客户交谈的情景对话：

设计师（D）：您好，王阿姨！我是负责您家装修的设计师小李。在开始设计方案前，想先了解一下您的具体需求。

王阿姨（A）：哦，小李啊，你好！我们老两口主要希望家里安全、方便，还有就是环保一些。

D：明白，王阿姨。考虑到您的实际情况，我们会特别注意地面防滑处理，并且在浴室和过道增设扶手，便于行动。另外，我们会推荐使用环保材料，比如无甲醛的家具和墙面涂料，确保室内空气质量优良。

A：对，这个很重要。我们还担心晚上起夜不方便，你有什么好建议吗？

D：当然有，王阿姨。我们可以在卧室到卫生间的过道安装感应地灯，起夜时自动亮起，避免摸黑行走。床头柜选择大一些的，方便存放常用药品。此外，智能马桶不仅操作便捷，而且有助于保持卫生，您觉得如何？

A：哎呀，这些考虑得真周到，那就按照你的方案来吧！

* 与中年人客户交谈的情景对话：

D：您好，张总，非常高兴能为您服务。从我们的前期沟通来看，您这次装修更注重品质和个性化，请问有没有特别希望我们在设计中体现的特点？

张总（Z）：嗯，我希望新家既实用又不失格调，上次装修储物空间规划不合理，这次希望能改进，同时你们能否结合我家人的生活习惯来定制？

D：明白了，张总。我们将着重于优化收纳系统，采用挂区为主的布局，增加储物空间的利用率，同时也保证五金配件的品质感。客厅区域我们可以打造一处多功能的家庭互动空间，兼顾休闲娱乐和家庭聚会的需求。至于风格方面，我会参考您和家人喜欢的元素，打造出独一无二的居住环境。

Z：听起来不错，就按这样的思路来设计，期待看到最终的效果。

* 与青年人客户交谈的情景对话：

D：你好，小刘，很高兴为你们的新婚之家做设计规划。了解到你们偏好现代简约风格，有哪些具体的想法或需求呢？

小刘（L）：我们喜欢简洁明快的设计，像是现在流行的侘寂风或者奶油风，而且希望厨房电器布局合理，容易打理。未来有了孩子，还能有足够的活动空间。

D：非常好，对于现代简约风格，我们会运用大面积留白和自然材质，营造出温馨舒适的氛围。厨房部分，我们会利用嵌入式家电设计，提高空间利用率，并提前预留出孩子成长后所需的互动区域。对于收纳，我们将根据物品类型进行细致分区，确保空间整洁有序。这样设计能满足你们现阶段和未来的居住需求吗？

L：完全符合我们的期望，很专业，那我们就按照这个方向来推进设计工作吧！

1. 不同消费层次的话术对策

在面对不同消费层次的客户，设计师需灵活调整沟通方式，对于低端客户关注其预算及价值感知，中端客户则注重平衡品质与价格，而高端客户则要突出个性化与尊贵体验。同时，在判断客户质量时，除了购买力和消费力外，还需考虑客户是否有与你合作的意愿，这是成功签单的关键。提升自身的谈单能力和洞察客户需求的能力，是提高签单成功率的核心所在。

1. 低端客户：

* 关注点：价格、性价比、省钱和占便宜的感觉，以及产品的基本功能与质量保障。
* 交流方式：

设计师：“王哥，您看我们这款产品不仅材料环保耐用，现在正好有特价活动，比市场价优惠不少，绝对是物美价廉的选择。并且，我们会提供完善的售后服务承诺，让您购买无忧。”

* 价值链接：强调产品的实用性和经济实惠性，以及后续的免费维护保养等增值服务。
* 情感链接：通过表达设计师对客户需求的理解和尊重，如“我知道您非常看重每一分钱的使用价值，所以我们特别为您精选了这款高性价比的产品”。
* 情景对话： 设计师：“李姐，我明白您的预算有限，但又希望家里的装修既美观又实用。这款定制家具套餐在满足基本功能的同时，还能节省很大一部分费用，而且我们现在还有特别折扣，您可以考虑一下。”

1. 中端客户：

* 关注点：性价比、品牌、设计美感、品质保证及一定的个性化需求。
* 交流方式：

设计师：“张总，这套设计方案出自知名设计师之手，融合了时尚元素和实用性，同时我们的品牌口碑良好，产品质量有保障。目前有个力度较大的促销活动，能帮您省下不少钱，同时享受到高端品质。”

* 价值链接：展示产品的独特卖点、品牌优势和合理的价格区间，以及如何满足客户的品位和价值追求。
* 情感链接：在讨论方案时，不断肯定客户的眼光和品味，并确保方案能满足其对于生活品质的期待。
* 情景对话： 设计师：“刘小姐，您对我们这个品牌的认可度非常高，这款设计确实兼顾了优雅和实用，符合您对现代简约风格的要求。考虑到您的预算，我们这里有一个中档系列，既有独特的设计感，又有实实在在的优惠，相信会是您的理想选择。”

1. 高端客户：

* 关注点：品质、品牌、个性化服务、独特性、尊贵体验以及长期投资的价值。
* 交流方式：

设计师：“陈先生，这款定制家具是由国际大师亲自操刀设计，采用顶级材质，独一无二，充分体现了您的不凡品味。我们还为您提供终身免费保养服务，彰显您身份的尊贵与独特。”

* 价值链接：突出产品的稀缺性、艺术价值和保值增值潜力，以及所提供的专属服务。
* 情感链接：强调设计方案能够体现客户的身份地位和独特审美，让客户感受到被尊重和理解。
* 情景对话： 设计师：“林女士，这款家居设计极具艺术感，且全球限量发行，真正实现了个性化定制。选择它不仅能展现您独到的生活美学，更是一种投资未来的智慧之举。另外，我们将安排专人一对一服务，确保从设计到售后都达到最高标准。”

1. 犹豫不决类型客户的话术对策

* 策略1：运用专业引导

情景对话： 设计师（D）: “王女士，我了解您在A方案和B方案之间犹豫不决。那我们来分析一下，A方案更注重空间利用率和实用性，适合长期居住；而B方案则强调设计感和个性化，更适合展现个人品味。考虑到您的家庭结构和生活习惯，您是希望家里的功能性更强一些，还是希望更加突出设计美感呢？”

* 策略2：给出明确承诺

情景对话： 设计师（D）: “赵先生，关于这款定制衣柜，我可以向您保证，所有使用的材料都是环保认证的，并且我们的工艺标准非常高，保证使用寿命超过行业平均水平。如果您现在下单，我们可以为您提供5年的免费质保服务，让您没有任何后顾之忧。”

* 策略3：设定时间限制

情景对话： 设计师（D）: “李小姐，我明白您还需要一些时间考虑。这样吧，您可以在这周内再仔细想想，但为了保证设计方案能够按时进行，我希望您能在本周五之前做出决定，这样我们才能及时为您安排后续的生产与安装流程。”

* 策略4：理解预算范围

情景对话： 设计师（D）: “刘先生，如果您的预算较为紧张，可以选择性价比较高的方案，虽然初期投入较少，但日常使用足够舒适；如果您计划长期居住并看重品质生活，那么投资高端方案将带来更好的体验和持久的价值。请您根据自己的实际情况权衡一下。”

* 策略5：树立设计师权威

情景对话： 设计师（D）: “陈女士，我已经在这个行业工作了十年，处理过各种类型的家居设计项目。您目前面临的选择困扰，我在以往的工作中也曾遇到过许多次，并成功帮助客户找到了最适合他们的解决方案。我相信我能用我的专业能力帮您找到最优解。”

* 策略6：多角度比较分析

情景对话： 设计师（D）: “张总，您看这个案例，购买成品家具虽然当下成本较低，但如果从长远角度看，定制家具可以充分利用空间、满足个性化需求，即使搬家时不能带走，也因为提升了房屋整体价值而值得投资。所以选择定制家具更像是为未来做一次有眼光的投资。”

* 策略7：建立坚定信念

情景对话： 设计师（D）: “孙阿姨，多年的经验告诉我，一个好的设计师不仅能够帮助您打造出理想中的家，更能通过合理规划节省不必要的开支。我有信心能给您提供一套既经济又实用的设计方案，相信我的专业判断会让您感到满意。”

* 策略8：多次沟通互动

第一次见面：

设计师（D）: “王先生，这是初步的设计草案，请您先回去慢慢看看，有任何疑问或者想法随时与我联系。”

第二次见面：

设计师（D）: “上次咱们讨论的问题，我已经针对您的反馈做了相应的调整。这次我们可以详细地探讨一下新方案，同时解答您可能存在的任何疑虑。”

1. 冲动类型客户的话术对策

* 冲动型客户在付款时通常迅速果断，然而其缺陷在于，他可能在付款后的退定金速度同样迅速。因此，一旦遇到此类客户，应保持警惕。在实际生活中，我们并不乏与这类客户交流的经验，交谈时间或许长达半小时或一小时，但他们在当时就会立即支付定金。这种情况下，我们可能会感到轻松愉快。然而，待他们冷静下来后，可能会开始反思：“我昨天支付定金是否过于仓促？是否需要与家人商议后再作决定？”此时，他们可能会询问：“我昨天所支付的定金能否退还？”
* 对于冲动型客户，我们需要有以下策略：

1. 直接回应客户需求，给出简洁明了的答案。
2. 行事干脆利落，不拖泥带水，让客户感觉高效。
3. 回答问题有针对性，避免模糊不清。
4. 在客户急于下决定时适当放缓节奏，提前告知可能遇到的问题。
5. 多次铺垫重要事项，增强客户信任感。
6. 积极应对客户后期可能出现的动摇和变故，保持沟通渠道畅通。

* 情景1：初次接触，询问价格

设计师（D）: “您好，李先生，您问的关于100平米房子装修的费用问题，我可以直接告诉您，在我们公司按照目前市场平均价和优质工艺，大约每平米的价格在1000元左右，也就是总价大约10万元。当然，这只是初步估算，具体根据您的需求可能会有所调整。”

* 策略1：快速给出简洁明了的答案，满足客户对于信息获取的需求。
* 情景2：客户表现出急于交定金

客户（C）: “我觉得这个价格可以接受，我现在就签合同交定金吧！”

设计师（D）: “李先生，很高兴您对我们的报价满意。不过，在您决定之前，我建议我们先详细沟通一下设计方案、施工材料以及可能遇到的问题。这样您能更全面地了解整个装修过程，做出更加明智的选择。如果您今天确定下来，我可以为您申请一个特别优惠的价格。”

* 策略2：稳住客户，适当延缓交定金的速度，并做好充分的信息告知与预防针工作。
* 情景3：提前告知后期可能出现的问题

设计师（D）: “李先生，您选择我们公司是对我们的信任，但我想在此提醒您，装修过程中可能会有一些预期之外的情况，比如水电改造的实际费用根据实际测量结果会有所不同，设计细节也可能随着实际情况微调。我们会选用知名品牌材料，确保质量和环保标准，同时也会给您提供详尽的预算清单，确保您心中有数。”

* 策略3：预先打预防针，让客户了解到装修过程中可能出现的变化，并承诺透明化服务。
* 情景4：多次铺垫重要事项

设计师（D）: “水电工程确实是一个关键环节，我们会提前进行详细的规划和预估，尽可能减少变动带来的影响。同时，我会在整个谈单过程中多次强调这些重要事项，让您放心，我们的专业性和责任感会让您的装修过程更为顺利。”

* 策略4：多次讲解重要环节和可能出现的问题，塑造专业可靠的形象，增强客户的信任感和稳定性。
* 情景5：客户回家后因外界影响产生动摇

设计师（D）: “李先生，我完全理解您可能在跟家人和朋友讨论后对装修决策有了新的考量。但我想强调的是，我们公司在业内有着良好的口碑，所有使用的材料均是知名品牌，施工工艺严格按照标准执行。关于之前提到的预算问题，我已经向您详细解释过，并且确保不会有大幅度的额外增加。如果您或您的家人朋友有其他疑问，欢迎您随时与我联系，我会提供详细的解答和案例参考。”

* 策略5：积极应对客户的疑虑和变故，通过展示公司的实力、服务质量和透明度来打消其顾虑。
* 情景6：面对客户提出的退定金请求

客户（C）: “我觉得我交定金太冲动了，现在想把定金退回来。”

设计师（D）: “李先生，我能理解您现在的犹豫，毕竟装修是大事，需要深思熟虑。不过，当初您选择我们公司也是基于对我们专业性和服务质量的认可。如果是因为对某个环节存在疑问或不了解的地方，请让我帮助您解决这些问题。同时，我们可以针对您提出的任何合理需求进行调整，以满足您的期待。当然，如果您确实决定取消合作，我们会按照合同条款处理定金事宜。”

* 策略6：首先尽力挽留，解决问题；若无法改变客户决定，则依法依规处理，尽量减少负面情绪和后续纠纷。

1. 预算不足客户的话术对策
2. 应对策略：

* 了解客户需求：首先，肯定并理解客户的预算限制，例如：“我明白您希望在有限的预算内完成装修。我们可以先探讨一下您的核心需求和功能上的重点。”
* 挖掘真实意图：通过反问引导客户深思其装修目标，如：“您打算简单装修是考虑到成本问题吗？如果房子是自己住，是不是也希望它既经济又舒适美观呢？”
* 打破误解：解释装修效果与花费并非绝对正比关系，介绍现代装修理念，如“轻装修、重装饰”，强调可以通过巧妙的设计和后期软装搭配来达到理想效果。
* 展示案例：向客户展示一些预算控制得当但效果出众的成功案例，强调设计方案如何兼顾性价比和美感，让客户看到即使预算有限也能实现满意的居住环境。
* 分步实施建议：根据客户预算提出合理的阶段性装修方案，比如优先满足基本生活需求，后续再逐步提升品质和美观度。

1. 情景对话模拟：

* 设计师（D）: 张姐，我非常理解您想要控制装修预算的想法，确实有很多方法可以在有限预算内打造一个温馨舒适的家。不过，我想多了解一下，您是打算长期自住对吧？那您是否认为简洁风格就意味着牺牲了居家的舒适感和美观程度？
* 张姐（C）: 嗯，是的，我就是怕预算不够，所以才想简单装一下。
* D: 我完全明白您的顾虑，张姐。实际上很多客户一开始也有类似的想法，他们误以为好的装修效果一定要花大价钱。但其实，现在的设计理念更注重实用性和灵活性，我们推崇的是“轻装修、重装饰”的理念，也就是在保证基础装修质量的同时，通过家具、灯具、布艺等软装元素来营造出理想的效果，这样不仅节省成本，还能让您日后更容易更换风格或升级空间。
* C: 这样啊，听起来挺不错的。
* D: 对的，张姐，让我给您展示几个案例，都是在有限预算下完成的，不仅实用性强，整体效果也深受业主喜爱。这样一来，您既能控制好预算，又能确保新家既美观又宜居。咱们可以一步步来规划，先满足必需的功能性需求，然后在软装上下功夫，最终呈现出超越期待的家居效果。您觉得怎么样？
* 设计师（D）: 张姐，您看这样安排怎么样？我们可以首先确保基础装修的质量和耐久度，比如水电隐蔽工程、墙面涂料、地面材料等的选择上做到性价比高且耐用。然后，在设计布局上充分考虑空间的利用率和家庭成员的生活习惯，尽量减少不必要的复杂造型和昂贵材料的使用。
* C: 嗯，听起来挺合理的，我确实不想在不实用的地方花太多钱。
* D: 非常明智，张姐。此外，我们还可以根据您的预算为您精选一些经济实惠但品质可靠的家具和装饰品，并通过色彩搭配和灯光设计来提升整体的视觉效果。这样，即便在初期简单装修的基础上，也能打造出温馨舒适的居住环境，而且不会给您带来过大的经济压力。
* D: 我这边有几个针对不同预算层次的成功案例，其中有一套是客户预算相对有限，但最终效果非常出色，得到了很高的满意度。稍后我可以详细地向您介绍这个案例，并依据您的喜好进行个性化调整，看看是否符合您的期待。
* C: 好的，我很愿意听听这些案例，也希望能看到实际的效果图。
* D: 没问题，张姐，我会尽快整理出一套适合您预算范围内的设计方案，并结合实例让您直观感受到如何在控制成本的同时兼顾美观与实用性。这样一来，即使预算有限，您也能拥有一个既满足基本需求又不乏美感的新家。同时，我们也会全程跟进，为您提供最优性价比的产品和服务，确保每一分钱都花在刀刃上。
* D: 张姐，为了更好地满足您的需求，在设计方案上，我们会特别注重空间的多功能性和可扩展性。例如，我们可以通过灵活的隔断设计和家具布局，让同一空间在不同时间段或不同需求下发挥多种作用。这样不仅节省了初期装修成本，也为未来生活中的变化预留了可能性。
* C: 这个想法挺好的，确实能帮我节省不少。
* D: 另外，我们还可以结合您个人的兴趣爱好和生活方式来定制一些特色装饰元素，这些往往不需要花费太多，却能在整体效果中起到画龙点睛的作用。比如挑选几幅有个性的艺术挂画，或是搭配一些具有情感温度的手工艺品，都能大大提升居住空间的品质感。
* D: 在施工过程中，我们会严格控制预算，避免无谓的浪费，并且会实时与您沟通每一项费用支出，确保您对整个装修过程的完全知情。同时，我司也会积极寻求性价比高的材料供应商合作，争取更多的优惠，进一步降低您的装修成本。
* C: 好的，我很赞同你们这种透明、细致的做法，也希望能看到具体的设计方案和预算明细。
* D: 非常感谢您的理解和信任，张姐。接下来，我会立即组织团队为您量身定制一份详尽的设计方案和预算清单，并安排时间与您详细讨论。相信在我们的共同努力下，一定能打造出一个既经济实惠又充满温馨氛围的新家。

1. 逛一圈就走的客户的话术对策

面对快速浏览后准备离开的客户，销售员应以敏锐的洞察力捕捉客户需求，通过创造舒适购物环境、提供有价值的信息和个性化的服务来打破冰带，从而延长客户的停留时间，增加成交机会。同时，收集客户联系方式以便后续跟进也是提高转化率的有效手段。

1. 识别客户心理与需求

观察和分析：在客户进店后，先让他们自由浏览，销售员可以通过观察客户的目光停留点、行为动作等了解其潜在需求。不要急于上前询问，而是通过余光把握接近客户的最佳时机。

情景对话：

销售员D（暗中观察）: 看到客户C对某款产品饶有兴趣地驻足观看，待其查看一段时间后，D才缓缓走过去，面带微笑说：“张姐，这款是我们新推出的款式，很多客户反馈它的性能和设计都非常出色，您如果有兴趣，我可以为您详细介绍一下。”

1. 营造轻松舒适的购物环境

缓解压力：为客户提供足够的私人空间，保持适当距离，并使用赞美或陈述事实的方式开启对话，避免直接提问引起客户的戒备心理。

情景对话：

销售员D（礼貌接待）: “张姐您好，欢迎来到我们店！我注意到您对我们的一款新品很感兴趣，这款车确实颇受好评，如果您愿意，我可以给您提供一些车主的真实体验分享，让您更全面地了解它。”

1. 运用吸引策略引导客户关注

吸引注意力：利用新品推荐、促销活动或激发好奇心等方式吸引客户进一步交流。

情景对话：

销售员D（适时推介）: “张姐，恰巧我们这周有一个购车优惠活动，部分车型有大幅让利，现在购买特别划算。另外，有一款节能车型，它的百公里油耗非常低，我相信符合您对经济性和实用性的要求，您可以了解一下。”

1. 贴心服务与个性化沟通

提供增值服务：提供咖啡或其他饮品，创造轻松氛围，同时表达尊重和理解，让客户感受到真诚的服务态度。

情景对话：

销售员D（递上咖啡）: “张姐，您可以先慢慢挑选，这是我们的特色咖啡，请您品尝一下。我是您的销售顾问小张，有任何问题或者需要了解更多详情，随时都可以找我。”

1. 经验总结

首先，在挽留客户并最终吸引客户方面，我们需提前对自己进行主力突破，充实专业素养，确保内外兼修，在与客户交往过程中，严谨细致，不遗漏任何关键环节。其次，要擅长发掘和洞察客户的真实需求，尽量延长与客户的沟通时长。最后，可寻求恰当的借口获取客户的联络方式，在产品推介过程中，巧妙突出品牌及产品的独特优势。唯有如此，方能避免在应对此类客户时出现成交难题。

1. 沉默寡言类型客户的话术对策

面对沉默寡言的客户，我们如何巧妙地促成交易呢？每次遭遇此类内敛的客户，是否都让你感到无比困扰？这类客户个性深沉，不轻易表露情感，行事风格老练稳重。他们往往深思熟虑，谨慎决策。尽管他们显得难以接近，但其实他们也有不同的性格特点。在与他们交往时，我们需保持耐心与细心，理解其内心的需求与顾虑，以激发其信任感，促使其做出决定。

1. 遇到沉默寡言类型客户的注意事项

* 首先，我建议您在与沉默寡言的客户沟通时，尽量保持耐心和礼貌，不要因为对方的沉默而感到沮丧或生气，也不要强迫对方说话或做决定，这样可能会适得其反，让对方更加抵触或不信任您。
* 其次，我建议您在与沉默寡言的客户沟通时，尽量使用开放式的问题，而不是封闭式的问题。开放式的问题是指可以引导对方发表自己的看法或感受的问题，比如“您对我们的方案有什么意见或建议吗？”“您觉得我们的方案有什么优点或缺点吗？”“您对我们的服务有什么期待或要求吗？”等等。这样的问题可以激发对方的思考和表达，也可以让您更好地了解对方的需求和想法。封闭式的问题是指只能用是或否来回答的问题，比如“您喜欢我们的方案吗？”“您觉得我们的价格合理吗？”“您准备什么时候签约吗？”等等。这样的问题可能会让对方感到压力或被动，也不利于深入的沟通和交流。
* 最后，我建议您在与沉默寡言的客户沟通时，尽量利用一些辅助的工具或手段，来增加沟通的效果和效率。比如，您可以使用一些图表、图片、视频、案例等，来展示您的方案的特点和优势，让对方更直观地了解您的服务。您也可以使用一些小礼物、优惠券、赠品等，来增加对方的兴趣和好感，让对方感受到您的诚意和专业。您还可以使用一些推荐信、评价、证书等，来增加对方的信任和安全感，让对方相信您的能力和质量。

1. 应对策略：

* 适应客户的性格：对于沉默寡言的客户，不要急于表达或者强行推销。应该先适应他们的性格和交流方式，给他们足够的空间和时间，让他们逐渐打开心扉。
* 善于提问：向客户提问是获取信息的重要方式。销售可以提出开放性问题，引导客户表达自己的想法和需求。同时，要注意提问的方式和措辞，让客户感到舒适和信任。
* 倾听和观察：在与客户交流时，要全神贯注地倾听他们的回答，注意观察他们的言谈举止和表情变化。从客户的回答和表现中，可以捕捉到他们的真实意图和需求。
* 提供选择：对于沉默寡言的客户，提供选择可以减轻他们的决策压力。销售可以给出一些具体的选项，让客户在有限的范围内进行选择，从而引导他们做出决策。
* 真诚对待客户：尽管沉默寡言的客户可能表面上看起来冷淡，但他们也有自己的热情。销售要真诚对待客户，努力去了解他们的需求和难点，用热情和真诚打动他们，让他们愿意与你交流和合作。
* 给予足够的思考时间：在与客户交流时，要给予他们足够的思考时间。不要急于催促或打断客户的思考，让他们有足够的时间来做出决策。同时，销售也要充分利用这段时间来思考如何更好地与客户交流和合作。

1. 情景对话：

* 场景：销售员正在通过电话与一位沉默型客户沟通全案设计服务。

销售员：“您好，我是XX公司的设计师小李，很高兴能和您联系。我注意到您对我们公司的全案设计服务表现出了一定的兴趣，但在沟通过程中似乎有些犹豫不决。我完全理解，选择一个合适的全案设计方案确实需要深思熟虑。”

（策略1：主动开启对话并建立信任）

销售员：“如果您方便的话，能否分享一下您在选择全案设计时最关注的方面呢？是设计风格、施工质量、预算控制还是后期服务维护？我们非常注重满足客户的个性化需求，并且在整个过程中都会提供专业的建议和服务。”

（策略2：引导提问以激发客户需求）

（若客户依然保持沉默）

销售员：“没关系，如果您现在还没想好或者需要更多时间考虑，我可以先简要介绍一下我们的服务流程以及近期完成的一些成功案例。比如我们为某科技公司打造的现代化办公空间项目，不仅实现了高效的空间利用，还在设计中融入了他们企业文化，得到了客户的一致好评。稍后我会将相关资料发送到您的邮箱，您可以详细了解一下。”

（策略3：提供详细信息和案例展示）

（策略4：给予思考时间和空间）

销售员：“另外，如果您有任何疑问或顾虑，随时欢迎向我反馈。我们的目标是为您提供最适合的设计方案，而不仅仅是达成一次销售。期待您的回复，让我们一起为您创造理想中的空间环境吧。”

通过这样的对话策略，销售员既尊重了沉默型客户的思考节奏，又提供了充足的信息帮助其做出决策，同时表达了积极合作的意愿与专业服务态度。

销售员：“我完全理解，选择全案设计服务对于您来说可能是一个重大的决定，因为它不仅关乎到您的投资，更关乎到日后长期的生活或工作环境品质。我们公司始终坚信，好的设计不仅仅是美观，更是为了提升空间的实用性和舒适度。如果您担心在设计过程中可能会遇到的问题，比如风格把握、材料选择、工程进度等，我想告诉您的是，我们的团队拥有丰富的经验和严谨的工作流程，会全程陪同并解答您的一切疑问，确保项目的顺利进行。”

（策略6：提出解决方案以消除疑虑）

销售员：“同时，为了更好地满足您的需求，我们可以安排一次免费的现场勘查和初步设计方案讨论，这样您就能直观地了解我们的设计思路和服务模式。当然，一切决策权都在您手中，我们期待用实力赢得您的信任和满意。请您考虑一下这个提议，如果有需要，随时可以预约上门服务的时间。”

* 场景：客户在家居卖场内

销售员小王：“您好，欢迎来到我们的全案设计展示区。看到您对这些设计方案很感兴趣，不知道是否有什么特别吸引您的地方呢？或者，您在寻找一种特定的设计风格吗？”

（策略1：主动开启对话并观察客户需求）

（若客户保持沉默或点头示意）

销售员小王：“我理解选择全案设计是一个需要深思熟虑的过程，毕竟这关乎到您未来的居住环境。我们这里有一套从简约现代到复古奢华各种风格的全案案例册，您可以先看看，找到自己比较喜欢的元素或者整体感觉。”

（策略2：提供详细信息和实物展示）

销售员小王：“同时，我们的设计师团队会根据每位客户的个性化需求进行一对一服务，无论是空间布局、材料选择还是色彩搭配，都会充分考虑您的意见和喜好。比如，有些客户特别关注绿色环保材料的选择，而有的则更看重储物功能的设计，那么我们会根据不同的需求提供定制化的方案。”

（策略3：引导提问以挖掘客户需求）

（若客户依然沉默）

销售员小王：“如果您觉得现在下决定还为时过早，不妨先留个联系方式，我们可以安排一次免费的家庭现场测量及初步设计咨询服务。这样您能更直观地了解我们的设计实力和服务流程，而且没有压力，完全根据自己的时间来安排。您看这个提议怎么样呢？”

（策略4：提出解决方案以消除决策压力，并给予思考时间和空间）

通过这样的面对面交流，销售员小王不仅尊重了沉默型客户的沟通习惯，也积极提供了足够的信息和支持，帮助客户更好地理解和接受全案设计服务的价值，从而有可能促进销售过程的进展。

（策略5：运用同理心与共情沟通）

销售员小王：“我完全明白，选择全案设计服务对于您来说是一项重要的投资，它涉及到生活的品质和舒适度。我们始终坚持从客户角度出发，打造既美观又实用的设计方案。如果您有任何关于预算、施工周期或者后期维护的顾虑，我们的团队都愿意在前期就为您提供详尽的解答，并且在整个项目执行过程中保持透明沟通，让您随时了解进度。”

（策略6：现场互动体验）

销售员小王：“另外，为了让您更好地感受我们的设计效果，我们还设有VR虚拟现实体验区。您可以亲自佩戴VR眼镜，提前预览我们为您定制的设计方案，仿佛身临其境般地走在自己未来的家中，这有助于您做出更加明智的选择。”

（策略7：创造轻松购物环境）

销售员小王：“当然，您在这里可以尽情浏览，不必急于做决定。我们提供的是无压力的选购环境，您可以根据自己的节奏来考虑。如果需要喝杯咖啡或茶水休息一下，旁边就有我们的休闲区。有任何问题或者需要进一步咨询的时候，请随时找我，我会尽我所能帮助您。”

通过以上的情景对话，销售人员小王成功地运用了多种策略应对沉默型客户，在尊重客户思考空间的同时，积极主动地提供了全方位的服务介绍及体验，为最终赢得客户的信任和满意奠定了基础。

1. 经验总结：

* 主动开启对话并建立信任：销售人员应积极、友好地与客户交流，尊重他们的思考节奏，通过开放式问题引导他们分享需求和疑虑。
* 提供详细信息和案例展示：向客户提供丰富的服务内容介绍，以及过往的成功案例展示，使他们对全案设计服务有更直观、深入的了解。
* 引导提问以挖掘客户需求：提出有针对性的问题，帮助客户明确自己的关注点，从而找出他们潜在的需求和痛点。
* 给予充分考虑时间和空间：允许客户在无压力的环境下进行决策，可以适时提供相关资料供其参考，并表示愿意随时解答疑问。
* 运用同理心与共情沟通：理解客户的顾虑和期望，从客户角度出发，强调公司的专业性、服务质量以及对客户需求的关注和满足。
* 现场互动体验：如果条件允许，可以通过VR虚拟现实或其他方式让客户亲身体验设计方案，增强他们对服务的信任感和购买欲望。
* 创造轻松购物环境：营造一个无压力的选购氛围，鼓励客户按照自己的节奏做决定，始终保持耐心、热情的服务态度。

1. 降低全案设计服务退单率的应对策略：
2. 预防冲动决策导致的退单：

情景对话： 销售员：“张姐，我知道您非常喜欢我们的设计方案，并且我们已经为您争取到了相当优惠的价格。上周有个客户情况类似，也因为一时激动做了决定，但回去后又有些犹豫。所以我想请您在做决定前，与家人充分沟通，确保这个方案完全符合您和家人的期待。如果您有任何疑虑或需要进一步讨论的地方，请随时告诉我，我们共同解决。”

1. 现场确认及获取承诺：

情景对话： 销售员：“张姐，很高兴看到您对我们设计方案和服务的认可。现在，我想确认一下，您选择我们是因为我们提供的方案、性价比以及对您的需求的关注，对吗？如果此刻您还有任何疑问或者需要再考虑的地方，请提出来，我会尽我所能解答并优化方案。如果我们达成共识，希望您可以做出一个慎重的承诺，因为我们一旦开始服务，就会全力以赴为您提供最佳的设计体验。”

1. 防范竞争对手低价诱惑：

情景对话： 销售员：“张姐，市面上确实存在一些以低价吸引客户的公司，但是我想提醒您，装修是一项长期投资，价格过低往往意味着材料质量、工艺水平甚至后期服务可能无法得到保障。我们公司的定价是基于严格的质量控制和完善的售后服务体系。如果有其他公司报出更低的价格，您可以向他们询问清楚具体包含哪些项目，是否所有费用都已涵盖，避免出现隐性消费。而我们这里，每一项都有明确说明，您大可放心。”

1. 加强定金支付后的跟进服务：

情景对话： 销售员：“张姐，感谢您选择我们作为您的全案设计合作伙伴！今天签完合同之后，我们会立即启动后续的服务流程。今晚或明天，我会亲自给您打电话，详细告诉您接下来的设计、施工等各阶段的具体安排和时间点。并且在整个过程中，我们将始终保持与您的紧密联系，让您随时了解工程进度，有任何需求都能及时得到满足。同时，您也可以通过微信、电话等方式随时与我互动，让我们一起把新家打造得既美观又舒适。”

1. 经验总结：

* 预防冲动决策： 在谈单过程中，通过分享类似客户的故事和经历，提前预警可能的后悔情况，并强调方案的独特性和价值，让客户在深思熟虑后做出决定。
* 现场确认与承诺获取： 在客户情绪高昂、满意度较高的时刻，引导其对选择进行明确表态和承诺，例如询问客户是否认同设计方案、性价比以及服务，同时给予客户反悔的机会，这样可以增强客户的责任感，减少后期反悔的可能性。
* 应对竞争对手低价策略： 针对竞争对手低价挖角的情况，要向客户说明低价背后的潜在风险，比如质量无法保证、存在隐性消费等，强调自家公司的性价比优势和服务质量。
* 加强定金支付后的跟进服务： 收取定金后，不能掉以轻心，应立即启动细致的后续服务流程，保持与客户的紧密沟通，让客户感受到被重视和关注，提升安全感。例如及时跟进项目进度，主动汇报工作进展，保持朋友圈互动，提供持续的专业咨询与支持。

1. 价格敏感型客户的应对策略：
2. 应对策略：

* 针对一上来就问价格的客户，不宜直接给出底价，而是通过反问的方式引导客户关注价值而非单纯的价格。
* 对冲动型客户，先确认需求，再提供不同档次（如简单装、个性装、豪华装）的单价范围，让客户根据自身需求选择，从而转移其对价格的关注点。
* 对于已经对比多家公司的客户，可以提供具体的不同版本套餐及其包含内容，然后引导客户坐下来详谈，进一步塑造和展示服务的价值。

1. 情景对话：

客户：你们公司做全案设计服务要多少钱？

设计师：您好，您是想了解我们全案设计服务的具体费用是吗？

客户：你们是怎么做报价的？

设计师：我们公司的全案设计服务一共有六大类产品，每个大类有两种不同配色，每种配色又分为基础版和豪华版。您看是否需要我给您先展示一下我们的产品图册，我也可以带您参观我们的每个场景。

* *（应用策略：针对一上来就问价格的客户，不宜直接给出底价，而是通过反问的方式引导客户关注价值而非单纯的价格。）*

参观完展厅或者看完提案PPT，客户继续追问价格：

设计师：我们这个方案的报价是按照每平米收费的，并且有三个不同的装修档次供您选择。首先是基础装修，1500多块钱一平，是我司的标准方案；其次是个性化装修，1700多块钱一平，这个档次能满足大部分业主的生活需求和审美偏好；最后是高端豪华装修，2500多块钱一平，适用于别墅或对品质要求较高的项目。您可以先考虑一下自己更倾向于哪一种风格或需求呢？

客户：那这三种有什么区别呢？

设计师：当然，1500多一平的主要是基础配置，适合出租房级别的装修；1700多一平的会在局部增加个性化造型设计，更适合自住；而2500多一平的则是全方位高品质精装修标准。如果您感兴趣的话，我们可以详细介绍一下各档次包含的具体内容和服务，并且如果您今天有诚意合作，我们可以申请内部优惠价。您看这样如何？

* *（应用策略：对冲动型客户，先确认需求，再提供不同档次（如简单装、个性装、豪华装）的单价范围，让客户根据自身需求选择，从而转移其对价格的关注点。）*

客户：请问贵公司的全案设计服务收费标准是多少？

设计师：您好，很高兴您对我们全案设计服务感兴趣。在了解具体价格之前，我想先了解一下您的需求。我们的服务根据装修标准和客户需求的不同，分为三个主要层次：基础简约型，每平米约1500元，适用于快速入住或出租；个性化舒适型，每平米约1700元，包含更多定制化设计元素，满足大部分家庭对居住品质的需求；高端豪华型，每平米约2500元，提供全方位高品质精装修服务，适合追求极致体验的业主。请问您更倾向于哪种风格或有哪些特别需求？

客户：我想了解1700元每平的个性化装修方案具体包括哪些内容？

设计师：选择1700元每平的个性化装修方案，我们将根据您的喜好进行局部空间的独特造型设计，包括但不仅限于艺术墙面、特色吊顶、定制家具等。此外，还会选用中高端品牌材料，确保环保与耐用性。这样既能保证装修效果美观且有个性，也能满足您长期自住的生活质量要求。如您需要进一步了解详细包含的服务项目，我们可以详细洽谈。若今天您有意合作，我们可以为您申请更优惠的价格，您看这样如何？

客户：听起来不错，1700元每平的个性装确实符合我想要的效果。但我想知道这个价格是否包含设计费？施工质量如何？

设计师：感谢您的关注。首先，1700元每平的个性化装修方案是包含全套设计费用的，从初步设计方案到最终的施工图纸以及后期软装搭配建议，我们都有专业的团队为您提供一站式服务。至于施工质量方面，我们公司严格把控每一个施工环节，选用经验丰富的施工队伍，采用标准化流程和工艺技术，确保工程质量达到甚至超越行业标准。同时，我们会定期进行工程进度汇报与质量检查，让您全程无忧。

如您方便，我们可以安排参观我们的样板间或正在施工的项目现场，让您更直观地感受我们的设计风格和施工质量。另外，若您今天决定合作，我们将为您申请内部优惠价，并提供一份详细的服务合同，列出所有服务内容、材料品牌、质保期限等具体信息，确保双方权益得到保障。您看是否可以安排一个时间来我们公司详细了解并进一步洽谈？

客户：好的，参观样板间和项目现场这个主意不错，我想亲自看看你们的设计风格和施工质量。什么时候可以安排呢？

设计师：感谢您的信任与支持。我们可以在这周的周三或周五下午2点至4点之间安排参观，这两个时间段相对较为宽裕。在此之前，我会提前准备好相关的案例资料和详细的报价清单，包括1700元每平个性化装修方案的具体内容及优惠后的价格，以便您更好地做决策。同时，我们的设计团队也会根据您的初步需求进行基础构思，届时可以一同分享交流，共同探讨如何将您的理想家居变为现实。

若您确定了参观时间，请告知我，我会提前做好一切准备，确保为您提供一次满意且富有成效的探访体验。期待您的到来！

客户：那太好了，我这周五下午2点过来参观应该没问题。我希望可以看到不同风格的案例以及具体的材料样品。

设计师：非常好，周五下午2点我们恭候您的光临。为了满足您的需求，我会提前安排好各种不同设计风格的样板间供您参观，并准备相关的装修材料实物样品，让您能够亲自触摸和感受其质地与品质。同时，我们还会邀请一位项目经理陪同，他将详细介绍我们的施工工艺和质量把控流程，确保您对我们服务有全面深入的了解。

此外，如果您在参观过程中对任何细节或具体项目有任何疑问，都可以随时提问，我们会详细解答并提供专业建议。对于个性化装修方案的具体内容，我也会再次整理一份详细清单，确保每一项费用清晰透明。

再次感谢您选择我们的全案设计服务，期待周五与您见面，共同打造理想中的高品质家居环境。如有任何临时变动，请及时与我联系，以便我们做出相应调整。祝您生活愉快，周五见！

* *（应用策略：对于已经对比多家公司的客户，可以提供具体的不同版本套餐及其包含内容，然后引导客户坐下来详谈，进一步塑造和展示服务的价值。）*

1. 经验总结：

通过以下经验，可以帮助企业在面对一来就问价格的客户时，既能有效回应其关心的问题，又能成功引导他们深入探讨服务的价值，从而提高签单的可能性。

* 价值引导：

不要立即给出具体价格，而是先引导客户关注服务的价值。比如询问客户的项目需求、预期效果以及特殊要求，然后介绍不同服务档次的特点和优势。

* 提供区间报价：

可以提供一个大致的价格区间，并且详细介绍每个价位对应的服务内容与品质。这样既满足了客户对价格的关注，也转移了焦点到性价比上。

* 案例展示：

分享之前的成功案例，强调设计质量、施工工艺及最终成果，让客户认识到除了价格之外，设计服务还包括了创意、专业度和售后服务等无形价值。

* 差异化服务：

说明公司提供的全案设计服务与市场上其他公司的区别，突出特色与优势，让客户理解为何可能在价格上有一定差异。

* 建立信任：

表现出专业性，告知客户决定价格的因素很多，如设计方案、材料选择、施工难度等，承诺会在详细了解客户需求后提供合理报价。

* 优惠策略：

对于急切想知道价格的客户，可以适当提及有诚意合作的客户可以获得的优惠政策，但不要直接报出最低价，保持一定的谈判空间。

* 预约详谈：

邀请客户来公司或线上详谈，面对面沟通能更好地了解客户需求并提供个性化解决方案，同时也能避免一开始就陷入单纯的价格讨论。

* 设定标准流程：

公司应制定一套标准化的接待流程，针对不同类型的客户问题，包括对价格敏感型客户，都有明确的处理方式和话术，确保销售过程顺畅而高效。

1. 砍到底价还是不能成交客户的应对策略：
2. 针对砍价的应对策略：

当客户不断砍价，甚至降到了最低价格仍选择跑单时，问题往往在于销售过程中未能有效传达价值和建立信任。对于中高端客户，他们更关注工程质量与材料质量的保障，而非单纯的价格优惠。若已降到无利润空间，客户可能因担心工程质量而不愿签约。

* 解决策略是：

1. 对于中高端客户，强调品质保证和服务优势，提供附加价值（如后期施工过程中的尽心尽力、赠送小礼物等），用感情牌打动客户，并在谈单最后阶段使用此策略。
2. 面对低端客户，采用一次性大幅度降价法，但需设置虚拟活动背景以显得价格无法再降，并预留一定议价空间，让客户感觉即便讨价还价也难以获得更多优惠，从而促使其快速做决定。
3. 通过模拟内部沟通，让客户相信能够获得特殊优惠，增加其签单意愿。

然而，过于执着于低价客户可能会带来后续一系列麻烦，建议根据公司定位及自身情况选择是否与其合作。重点在于提升自身沟通能力和价值塑造技巧，逐步吸引并留住更多注重品质的高质量客户。

1. 针对不同类型的客户制定有效的谈判策略：
2. 高端客户策略：

* 强调价值而非价格：高端客户关注的是品质、设计独特性和长期使用效果，因此，在谈判过程中要突出设计方案的创新性、材料的高品质以及卓越的服务保障。
* 建立信任与情感纽带：展示成功案例，详细介绍团队的专业背景和服务流程，承诺全程跟进和个性化服务，并适时提供一些非价格优惠，如赠送礼品或优先施工权等。
* 限量优惠活动：可以适时推出限定名额的特惠活动，但需确保这种优惠不会影响公司利润和项目质量，通过稀缺性激发客户的购买意愿。

1. 中低端客户策略：

* 设置底线价格：设定一个无法再降的最低价，并在报价时预留一定的议价空间，利用限时折扣、团购活动等形式让客户觉得已获得最大程度的优惠。
* 透明化沟通：在报价时详细列出各项费用构成，让客户清楚每一分钱的价值所在，降低其对单纯价格的关注度。
* 明确价值主张：对于中低端客户，虽然他们更关注价格，但仍需强调性价比，展示公司在同等价位中的优势，比如丰富的经验、可靠的工程质量、完善的售后服务等。

1. 合理引导并判断客户意向：

* 在洽谈过程中细心观察客户反应，了解其真实需求及预算范围，根据客户类型调整销售策略。
* 对于犹豫不决的客户，适时询问他们疑虑的原因，以便针对性地解答，同时为后续可能的再次洽谈做好铺垫。

1. 持续提升自我：

* 销售人员应不断学习提高自身专业能力，掌握更多的行业知识、产品信息及沟通技巧，以更好地应对各种客户需求和谈判场景。
* 定期总结分析成交与未成交案例，从中提炼出有效的方法论，并及时调整和完善自身的销售策略。

1. 策略执行与跟踪：

* 策略执行：在实施上述策略时，确保销售团队能够准确理解和贯彻公司定价原则以及针对不同客户群体的谈判策略。通过培训和演练帮助销售人员熟练掌握沟通技巧和话术。
* 差异化服务展示：为不同类型的客户提供针对性的服务方案，比如对于高端客户，可以提供一对一的专业设计咨询服务、材料选样服务等；对于中低端客户，则可强调性价比高、快速响应及标准化施工流程的优势。
* 售后服务承诺：无论客户类型如何，均应突出公司的售后服务保障，包括工程保修期限、问题响应速度以及定期回访制度等，以此增强客户的信任感。
* 适时跟进：当客户表示需要回去考虑时，安排合理的时间节点进行电话或短信跟进，了解客户的具体疑虑，并有针对性地解答。同时，利用这个机会再次强调公司优势和服务价值。
* 评估与调整：定期对销售数据进行分析，评估各类策略的实际效果，及时根据市场反馈和客户行为变化进行策略调整，以保持销售策略的有效性和竞争力。
* 在面对客户砍价跑单的问题上，企业不仅需要制定科学的价格策略和谈判技巧，更要在整个销售过程中展现专业性、诚信度和高度的责任心，力求在满足客户需求的同时，维护自身的利益和发展空间。

# 展厅成交流程和策略：

1. 展厅成交策略：
2. 前期准备阶段

* 形象塑造：
* 保持专业形象：设计师应注重发型、着装及配饰的得体性，以体现专业素养和品味。
* 配备工具：携带平板电脑展示工艺与材料信息，使用钢笔和A4纸记录客户信息与谈单内容。
* 材料准备：
* 准备两种活动单页：一种是普通优惠方案，另一种是样板间征集活动（限量版优惠）。
* 样板间征集活动单页需精心设计，采用高品质纸张，突出稀缺性和紧迫感，并预先填写部分道具样例以增加真实感。

1. 现场接待流程：

* 提供细致的服务
* 为客户提供铅笔、采购记录页、便携卷尺；
* 为儿童提供娱乐场所照看服务；
* 为特殊客户提供眼镜挑选服务；
* 为行动不便的老人提供休息区服务、搀扶服务，甚至提供轮椅服务；

1. 初步接触与需求挖掘：

* 快速破冰并了解客户需求，包括房屋面积、家庭成员、装修风格等关键信息。
* 边询问边记录，展现对客户的重视与尊重。
* 公司介绍与价值主张：
* 简明扼要地介绍公司品牌。
* 西调调的核心优势。
* 公司服务承诺。
* 参观情景样板间
* 带领客户参观情景样板间，对样板间配置和价格做详细讲解，观察客户微表情；
* 判断客户对样板间的偏好，确定客餐厅整体氛围；
* 重点讲解客户偏好的空间；
* 报价与优惠呈现：
* 快速提供报价，上浮一定比例为后续谈判留出空间。
* 先出示普通优惠活动，测试客户反应，然后推出更具吸引力的样板间征集活动。
* 引导交付定金：
* 强调样板间征集名额有限、时间紧迫，以及赠送高价值礼品（如智能马桶）等附加利益。
* 明确告知交纳5000-10000元定金即可锁定优惠名额，同时保障客户权益，承诺不满意可退。
* 消除疑虑与签订收据：
* 对于客户的疑虑或担忧，及时解答并给出解决方案，增强客户信任感。
* 客户决定交付定金后，立即出具正式收据，双方签字确认，并明确后续服务流程。

1. 后期跟进与维护：

* 添加联系方式：
* 在未达成交易的情况下，主动提出添加微信等方式以便进一步沟通交流，争取更多机会。
* 量房与设计方案提供：
* 向客户解释只有交纳定金后才能享受上门量房和制定个性化设计方案的服务。
* 通过以上策略，在展厅场景中，销售团队可以高效引导客户完成从初步接洽到交付定金的全过程，从而实现快速成交。同时，通过全程的专业服务和合理优惠策略，提高客户的满意度和信任度，为后续合作打下坚实基础。

1. 展厅成交流程：
2. 形象准备：

* 确保个人形象专业且得体，从发型、眼镜到着装都需符合商务与稳重的标准，以快速建立客户信任。

1. 工具准备：

* 平板电脑iPad或者大屏幕：用于展示标母版准方案，证明方案价值；
* 工法展示区：工艺、材料，证明产品价值。
* 笔（钢笔、红色水性笔）：用于签署文件或做标注，提升专业感。
* 专用的笔记本或者谈单草稿纸：记录与客户的交流信息和谈单过程中的关键点。
* 展厅内部的各种说明文案和延伸图片。
* 本次活动单页：包含两种不同的优惠方案，一是普通优惠活动，二是样板间征集活动，并设计成精美的宣传物料，体现稀缺性和紧迫感。

1. 工具的应用：

* 在展示样品和案例时使用平板电脑或者大屏幕，增强方案专业感，提升说服力。
* 对材质和工艺做专业讲解，增强客户信心，提升客户认可度；
* 使用活动单页向客户清晰展示不同优惠方案，利用编号限量的方式制造稀缺性。
* 利用预填好的样例活动单页作为道具，展示已经有人成功签约，增加真实感和紧迫感。
* 准备好定金收据模板，便于现场开具收据给客户确认交易。

1. 接待与需求挖掘：见到客户后，迅速了解其基本信息及装修需求，同时记录客户需求细节，探寻客户真实预算。
2. 公司介绍：简短而高效地介绍公司优势，突出卖点，不超过150个字左右。
3. 报价阶段：快速给出贴近客户预算的两个报价方案，但可以适当上浮10%和下探5%，为后续签单留出策略空间。
4. 优惠策略呈现：首先展示优惠5%的普通优惠方案作为铺垫，观察客户的反应，然后再拿出上浮10%的报价方案，说明此方案的价值所在；最后推出更具吸引力的样板间征集活动，强调名额有限和额外福利。
5. 收定金决策：通过限时优惠、名额限制和赠送高价值礼品等方式刺激客户立即交付定金，并准备好定金收据。
6. 台阶策略与联系方式获取：如果客户仍有犹豫，提供台阶，如加微信以便后期进一步跟进服务，并承诺为其争取更多利益。
7. 促成定金交付：当客户对样板间征集活动产生兴趣时，设计师会详细介绍活动的具体要求和优惠内容，并明确指出只有交纳5000-10000元的定金才能锁定名额。同时，强调活动时间限制以及名额稀缺，增强客户的决策紧迫感。
8. 价值附加与礼品赠送：在关键时刻，利用西调调提供的额外福利——价值15800元的全功能床垫作为赠品，进一步吸引客户交纳定金。通过iPad展示套餐内所有产品详情、市场对比价格等信息，使客户直观感受到附加价值之大。
9. 消除疑虑：对于客户的犹豫或担忧，如退款政策、后续服务等问题，设计师将给予明确解答，打消其顾虑，确保客户放心交付定金。
10. 签订收据并确认流程：一旦客户决定交付定金，设计师立即出具收据，引导客户签字确认，并详细告知下一步的服务流程，例如上门量房、设计咨询及合同签署的时间安排等。
11. 在客户支付定金之后，为确保交易顺利进行，务必保持紧密跟进并提供优质服务。根据实践经验，若在此阶段出现冷场，可能导致客户取消订单。因此，持续关注客户需求并积极维护客户关系至关重要。
12. 与客户接触的动机和机会

在全案整配项目中，团队与客户之间的接触是持续的，有计划的，并且每一次接触都可能带来商业机会。以下是一个示例的时间节点列表，说明了每次接触的动机以及可能带来的商业机会：

1. 初步接触（例如，通过电话、电子邮件或社交媒体）：

* 动机：建立联系，了解客户的需求和期望，确定是否有可能合作。
* 商业机会：展示公司的专业知识和经验，引起客户的兴趣，为后续的深入交流和合作铺平道路。

1. 深入交流（例如，通过电话、视频会议或面对面的会议）：

* 动机：深入了解客户的需求，解答客户的疑问，展示公司的解决方案和价值。
* 商业机会：提供定制化的解决方案，满足客户的特定需求，与客户建立信任关系，推动合作的进展。

1. 提案和报价（例如，通过电子邮件或在线文档分享平台）：

* 动机：向客户提供详细的项目计划、成本估算和预期结果。
* 商业机会：展示公司的专业知识和经验，提供具有竞争力的报价，赢得客户的认可和合同签订。

1. 项目执行（例如，通过电话、电子邮件、项目管理工具等）：

* 动机：按照合同和项目计划执行工作，确保项目按时完成，达到预期结果。
* 商业机会：提供优质的服务和产品，满足客户的期望，建立长期合作关系。

1. 项目完成和评估（例如，通过电话、电子邮件或面对面的会议）：

* 动机：向客户展示项目的成果，了解客户的反馈和评估结果。
* 商业机会：根据项目的表现和客户的反馈，提供进一步的服务和合作机会，或者为未来的项目建立更紧密的合作关系。

1. 后续跟进和维护关系（例如，通过电话、电子邮件或社交媒体）：

* 动机：保持与客户的联系，了解客户的后续需求和反馈，提供必要的支持和维护。
* 商业机会：展示公司的持续关注和专业服务，为未来的合作机会铺平道路，例如推荐其他服务或新产品。

1. 客户满意度调查（例如，通过电话、电子邮件或在线调查工具）：

* 动机：了解客户对项目的满意度、对公司的评价以及任何改进的建议。
* 商业机会：根据反馈调整公司的服务质量和产品性能，提高客户满意度和忠诚度。同时，也可以利用反馈来改进公司的内部流程和效率。

1. 再次合作提议（例如，通过电话、电子邮件或面对面的会议）：

* 动机：在项目结束后的一段时间内主动联系客户，提出再次合作的建议。
* 商业机会：利用第一次项目的成功经验和客户关系，推动进一步的合作和发展更多的业务机会。这也展示了公司的持续关注和专业服务能力。

1. 提供附加服务或新产品信息（例如，通过电子邮件或在线文档分享平台）：

* 动机：向客户提供公司的新产品或服务信息，或者提供与现有产品和服务相关的附加价值。
* 商业机会：推广新的产品和服务，扩大公司的业务范围，同时也能提高客户的满意度和忠诚度。如果客户对新产品或服务感兴趣并开始使用它们，这也可能为公司带来新的收入来源。

1. 展厅促销活动和互动策略

为了吸引客户并对提供的方案和服务产生兴趣感、信任感、认同感、参与感、购买欲望、获得感、满足感、仪式感、尊贵感，您可以考虑以下活动和互动策略：

1. 活动的形式
2. 社交媒体互动：通过公司的官方社交媒体平台（如微博、微信、抖音等）发布有关您的全案整配服务的有趣内容和案例。您可以运用故事叙述和视觉吸引力来激发客户的兴趣和购买欲望。
3. 在线研讨会或直播：邀请公司的专家或设计师定期举办在线研讨会（线下沙龙）或直播，分享有关全案整配的专业知识和经验，让客户感受到您的专业性和权威性。
4. 情景营销活动：在卖场对应的场景中，分别以亲子互动、阅读办公、影音追剧、社交聚会、美食烹饪、美酒咖啡、游戏娱乐、萌宠陪伴、琴棋书画、运动健身、旅游摄影、美妆穿搭、茶道茶艺、宗教信仰、文玩收藏等 15 大情景分别开展活动，提前确定活动主题，氛围陈设，提供活动预算；线上线下结合的方式，情景主题活动能够聚合志同道合的客户，对情景进一步深化打磨复盘，给研发提供意见和数据，同时产生极大的商业机会；
5. 个性需求咨询服务：提供免费的定制化咨询服务，让客户感受到您对他们的关注和个性化服务。在咨询过程中，您可以了解客户的需求并提供针对性的建议。
6. 体验活动：举办家居体验活动，例如家居装饰品选择、材料挑选等，布艺色彩搭配常识普及，多肉植物的室内陈设以及养护、室内装饰插花培训等等，让客户直接参与到全案整配的过程中。这不仅可以增加客户的参与感，还可以让他们感受到您的专业性和热情。
7. 限量优惠活动：推出限量优惠活动，如限时折扣、买赠等，刺激客户购买。同时，通过限量销售的稀缺性来增加客户的购买欲望和满足感。
8. 客户见证和案例分享会：收集和分享客户的成功案例和见证，让潜在客户看到实际效果和价值。这可以增加客户的信任感和认同感，促进他们做出购买决策。
9. 互动式营销活动：举办互动式营销活动，如桌面装饰快搭设计竞赛、萌宠话题挑战等，让客户参与其中并展示他们的创造力和想象力。这可以增加客户的参与感和购买欲望。
10. 专享优惠和礼品：为推荐新客户或长期客户的客户提供专享优惠和礼品，以感谢他们的支持和信任。这可以增加客户的忠诚度和推荐率。
11. 客户反馈调查：定期进行客户反馈调查，了解客户对全案整配服务的满意度和建议。这可以帮助您不断改进服务质量和增加客户的满足感。
12. 线上线下融合活动：结合线上和线下渠道，举办融合活动，如线下展览、设计工作坊等。这些活动可以让客户更深入地了解您的服务和产品，同时增加他们的仪式感和尊贵感。
13. 活动的策略
14. 明确目标受众：了解您的目标受众，包括他们的需求、兴趣和行为模式。这将帮助您选择合适的活动和互动策略来吸引他们。
15. 创造吸引力：确保您的活动具有吸引力和独特性，能够引起客户的兴趣和好奇心。您可以利用有趣的故事叙述、视觉效果或创新元素来吸引客户参与。
16. 提供有价值的内容：确保您的活动提供有价值的内容和信息，以增加客户的认知和知识水平。这可以包括专业知识讲座、行业趋势分享等。
17. 强化品牌形象：在活动中强调您的品牌形象和价值观，以增加客户对您的信任感和认同感。这可以通过品牌故事叙述、视觉识别系统等方式实现。
18. 激励参与：设置激励措施，如奖励、优惠等，鼓励客户参与活动并做出购买决策。这可以激发客户的参与感和购买欲望。
19. 优化用户体验：注重活动的组织和实施，确保客户的参与和体验顺畅。您可以提供清晰的指导、解答疑问以及处理任何可能出现的问题。
20. 持续跟进：在活动后与客户保持联系，感谢他们的参与并跟进他们的反馈和建议。这可以增加客户的忠诚度和满意度。
21. 活动的注意事项：
22. 安全第一：确保活动的组织和实施过程中遵循安全规定和标准。特别是在举办线下活动时，要关注场地安全、人员安全等方面。
23. 法律合规：确保您的活动符合相关法律法规的要求，避免任何法律风险或违规行为。
24. 预算控制：为活动制定合理的预算，并密切关注预算执行情况。避免超出预算或浪费资源。
25. 风险管理：预测活动中可能出现的风险和问题，并制定应对措施。这可以包括危机管理计划、备份方案等。

# 家居维护保养与清洁指南

引言

为了确保您的家居产品保持整洁、美观、卫生、健康和安全，我们特地为您准备了这份家居产品维护保养与清洁指南。通过遵循本指南的建议，您可以有效地延长家具的使用寿命，保持功能的顺畅，保持五金的崭新，并确保使用的安全。

1. 装饰材料的维护保养与清洁

对于各类装饰材料，我们提供以下建议：

1. 壁纸、墙布：定期使用吸尘器或专门的壁纸清洁器清理灰尘和污垢。避免使用湿布擦拭，以免引起变色或损坏。
2. 木地板、瓷砖：使用专用的地板清洁剂或湿布定期清洁地板，避免使用含有强酸、强碱或其它腐蚀性化学物质的清洁剂。对于瓷砖，可使用温和的肥皂水清洁。
3. 玻璃：使用专业的玻璃清洁剂或肥皂水清洁玻璃表面，避免留下痕迹。在清洁过程中，使用柔软的布或刮水器。
4. 家具的维护保养与清洁

对于各类家具，我们提供以下建议：

1. 木质家具：避免长时间暴露在阳光下，以防木材变形或褪色。定期使用专用的木蜡油或保养剂进行保养，以保持木材的光泽和防水性能。
2. 金属家具：定期使用专用的金属清洁剂进行保养，避免水痕和锈迹。在清洁过程中，使用柔软的布擦拭。
3. 皮质家具：定期使用专用的皮革保养剂进行保养，以保持皮革的光泽和防水性能。如发现污渍，可使用温和的皮革清洁剂进行擦拭。
4. 布艺家具：可以洗涤的面料，定期清洗保洁，注意脱色风险，使用专用的护色洗涤剂；特别的大件需要送到干洗店清洁；不能脱下面料的软体家具定期吸尘和清洁，脏污的地方使用专业的泡沫洗涤剂反复涂抹洗涤，然后用吹风机晾干；此类产品包含布艺沙发，椅子，窗帘，床品、地毯等等。
5. 定制家具的维护保养与清洁

对于定制家具，我们提供以下建议：

定制家具的维护保养和清洁主要包括以下几个方面：

1. 定期清洁：应定期使用柔软的湿布擦拭家具表面，避免使用过于激烈的清洁工具，以免损坏表面。同时，要避免使用有机溶剂等对家具有腐蚀性的清洁剂。
2. 保持干燥：家具摆放时应避免阳光直射和潮湿的环境，以保持家具表面的干燥，避免表面起泡、变形等问题。
3. 防止刮擦：避免家具表面受到刮擦或碰撞，定制家具表面一般采用较高档次的涂料或者油漆，如有刮擦则是修复难度较大。
4. 注意保湿：如果长期空置，应定期保持家具内外环境的通风，并保持适当湿度，定期使用保养剂或者光亮剂进行护理，以避免干裂、变形等问题。
5. 注意防虫：定制家具常用材料多为木制品，在炎热的季节家具容易受潮，增加霉菌，大概率还会引来虫蛀，建议使用防虫剂等进行卫生防护，定期检查家具表面是否有虫蛀现象。
6. 板材的保养：作为定制家具的主要材料，板材产品品质的优劣直接决定了家具的使用体验。日常要保证工作表面的干净，使用一些鸡毛掸子清灰即可。假如表面有污渍，就要用砂蜡擦磨。如果条件允许，可以定期对表面使用油蜡保养。同时要避免硬物刮伤，防止出现刮花的问题。假如出现划痕，可以使用抹布蘸取柠檬汁与面粉的调配液来涂擦，干燥后上蜡。如果划痕较深，就要使用与家具同色油漆来修补。
7. 轨道的清洁：定制家具中的轨道在长期使用过程中可能会积累灰尘和杂物，需要定期清洁。可以使用小刷子沿着轨道方向轻轻刷除灰尘和杂物，避免灰尘堆积导致轨道卡滞或损坏。
8. 定制衣柜、鞋柜等：定期清理柜内灰尘和杂物，保持通风良好，避免受潮。在清洁时，使用温和的清洁剂和柔软的布擦拭，以防五金被腐蚀。
9. 定制卫浴柜、厨柜等：避免重物撞击石材台面，以防损坏，保持使用环境的干燥，避免板件受潮变形腐烂。定期使用专用的石材台面美缝胶进行密封保养，避免台面的水渍流进柜子里面。如发现污渍，可使用温和的清洁剂和柔软的布擦拭，再用干毛巾擦拭。
10. 家居软装饰品的维护保养与清洁

家居软装饰品（如窗帘、地毯、灯具、挂画和摆件等）的保养和清洁方法如下：

1. 窗帘：建议半年洗一次，若家中有布艺或天鹅绒窗帘，建议干洗。若不能拆卸，可用吸尘器进行吸尘处理。
2. 地毯：每周使用吸尘器至少两次，注意地毯边角和缝隙的清理。若地毯出现污渍，可使用地毯清洗剂进行局部处理。
3. 灯具：半年至一年清洁一次，注意关闭电源后进行清洁，以免发生意外。可使用柔软干布或棉球擦拭表面，对于难以清洁的灯罩，可采用吹风或软刷清理。
4. 挂画：建议每月用微湿的软布擦拭画框表面，避免阳光直射，并定期检查画框是否有松动或损坏。
5. 摆件：根据摆件的材质选择合适的清洁方法，如陶瓷摆件可用湿布擦拭，金属摆件可用干布擦拭，并定期检查摆件的完好程度。
6. 空调、地暖、新风的维护保养与清洁
7. 空调维护保养与清洁：

* 保持适当的室内湿度：使用加湿器或除湿器，以维持舒适的湿度水平。避免频繁开关空调，以防止室内湿度波动过大。
* 定期开窗通风：每隔一段时间打开窗户，让新鲜空气进入室内，有助于改善空气质量。
* 避免频繁开关空调：频繁开关空调不仅会增加能耗，还会对空调设备造成不必要的负担。在短暂离开时，可以选择调低温度或使用定时功能。
* 定期更换空气过滤器：根据使用的频率和环境条件，定期更换空气过滤器。过滤器如果堵塞严重，会影响空气流通，降低空调的制冷效果。
* 注意维护室外机：定期清理室外机表面的灰尘和杂物，确保热交换器的散热效果。同时，检查室外机的支架和螺丝是否牢固，防止发生意外。
* 定期检查管道连接：检查室内外机连接管道是否有松动、破损现象，及时处理以防止漏水或影响制冷效果。
* 合理使用睡眠模式：在睡觉时，可以选择睡眠模式，以降低噪音和能耗。同时，设置温度不宜过低，避免感冒。
* 通过遵循这些维护保养建议，您可以确保家用空调设备的正常运行，延长使用寿命，并保持舒适的室内环境。

1. 地暖维护保养与清洁：

* 定期检查系统压力和温度，以及各部件的工作情况。这包括检查水泵、阀门、管道等是否正常工作，以及系统是否存在漏水现象。
* 定期清洗或更换过滤器，以确保水流顺畅。过滤器的作用是防止杂质进入地暖系统，如果过滤器堵塞或损坏，会影响系统的散热效果和正常运行。
* 定期检查管道连接处是否有漏水现象，以及分水器是否正常工作。分水器是地暖系统中的重要组成部分，负责分配热水到各个房间。如果分水器出现故障，会影响供暖效果，甚至导致漏水。
* 在冬季供暖前，应进行一次全面的检查和维护，确保系统正常运行。这包括检查整个供暖系统的运行状态、各个部件的工作情况、管道的连接情况等。

1. 新风维护保养与清洁：
2. 定期检查新风系统的过滤器

* 过滤器是新风系统的核心部分，可以有效过滤空气中的灰尘、花粉、细菌等杂质。因此，定期检查过滤器是否干净、有无破损是至关重要的。如果过滤器表面有明显灰尘或污垢，应及时清洁或更换。

1. 定期清洗或更换过滤器

* 除了定期检查过滤器外，还需要根据实际情况进行清洗或更换。一般来说，高效过滤器需要定期更换，而初效过滤器则可以清洗后重复使用。在清洗或更换过滤器时，应注意不要损坏过滤器的结构和材料，以免影响过滤效果。

1. 定期检查排风口

* 排风口是新风系统的重要组成部分，如果排风口堵塞或风量不足，会影响室内空气的流通和新鲜度。因此，应定期检查排风口是否畅通无阻，如有堵塞应及时清理。此外，还要定期清理排风口附近的灰尘和杂物，保持排风口清洁。

1. 定期检查控制面板和开关

* 控制面板和开关是新风系统的控制中心，如果控制面板和开关出现故障或损坏，会影响新风系统的正常运行。因此，应定期检查控制面板和开关是否正常工作，如有异常应及时维修或更换。

1. 定期检查电源线路

* 新风系统需要电源供电才能正常工作，因此电源线路的安全可靠对新风系统的正常运行至关重要。应定期检查电源线路是否完好无损，是否有老化、松动等现象，如有异常应及时处理，以免发生电气火灾等安全事故。

该文档虽然详尽介绍了西调调全案设计服务的操作流程和价值主张，但在以下方面可能存在不足：

1. 具体操作细则缺失：文档在介绍每个环节时并未深入到具体操作的详细步骤和技术细节，例如施工阶段的工艺标准、材料采购的具体流程等。
2. 案例分析不足：缺乏具体的客户成功案例或者失败案例分析，以便读者更直观地理解全案设计的实际应用效果和应对策略。
3. 量化评估指标不明确：对于服务质量、客户满意度及项目完成效率等方面的评价标准，文档没有提供具体的量化评估体系或KPI指标。
4. 风险预防与应对措施不够具体：针对可能出现的设计变更、施工延误、预算超支等常见问题，文档未详细介绍相应的风险管理措施和应急方案。
5. 售后服务内容与保障机制阐述不清：关于售后服务的具体内容、保修期限、投诉处理程序等内容描述较为笼统，未能充分展示西调调品牌在售后方面的完善性。
6. 技术进步与行业趋势对接不够紧密：尽管提到了家居智能化设计，但没有进一步说明如何紧跟智能科技的发展趋势来提升全案设计的竞争力和服务附加值。
7. 环保政策与可持续发展的深度结合欠缺：在提及环保属性时，文档可以更深入探讨如何将绿色环保理念融入整个全案设计服务过程，并与国家最新的环保法规相适应。