

力诺瑞特是如何炼成的？

对于任何一个企业而言，消费者基础是最为重要的，也是一个企业能够持续发展的根本。力诺瑞特在行业品牌上做到了极致，并成功向消费者品牌转型，这是时间的沉淀，更是得益于力诺瑞特有强大的实力作为基础。

从简单的行业品牌“海战”到如今消费者品牌的“空战”，参战的企业即使打得个头破血流也要突出重围，谁能够站在行业的领跑线上笑傲战场？

力诺瑞特自成一派，一直通过技术战、产品升级战、服务战等，悉心掌握了消费者品牌空战的密码，并凭借着这些密码脱离简单的行业品牌路径，完成了消费者品牌的升级与塑造。

技术战——拼人才

对整个市场而言，技术战是最为残酷，也是最为激烈的，一项新的技术被开发，虽然可能在很长一段时间里占据市场，一旦另一项先进的技术被开发，就面临被市场淘汰的危险。就拿塞班系统来说，刚开始一直是市场的主角，一旦安卓系统的开发，很快的使塞班退出市场的舞台，也导致诺基亚最终面临被收购的结局。力诺瑞特深知技术革新的重要性，技术想要革新，人才是必备的。力诺瑞特有大量的行业人才，并给这些人才提供了学习与能力培训等机会，以此保证力诺瑞特基本的品牌创新力。

力诺瑞特还大胆启用新人，因为年轻一代更能了解市场消费者的最新需求，他们提出的思路技术十分符合目前消费者的需求，为力诺瑞特塑造消费者品牌打下更加坚实的基础。



图解：2015年，力诺瑞特空气能热魔方耀世登场

产品战——拼创新

奥维咨询副总裁吴屹表示，消费者对生活品质的更高追求为热水器产品带来了良好的促进作用。从功能需求上来看，热水器所承担的功能已经不再局限于满足洗浴需求，更增加了采暖、厨房热水、多点热水供应等多种需求。也就是说，很多消费者已经不再是简单的购买热水器，而是需要安装热水系统。但太阳能热水器却受安装复杂、产品使用易受天气影响等因素制约，而且不断爆出的质量问题也极大地影响了其声誉。

对于产品而言，想要成功转型成消费者品牌，就需要产品不断的创新，不断的突破，只有在不断的创新中，打造出

最适应市场的产品。力诺瑞特从一机多能能源中心的研发推广，到热魔方的强势登场，创新性地将家庭主要的耗能设备组合在一起，不仅在采暖和制冷的舒适性上有很大提升，并且产品投资明显低于家用空调器和热水器等的投资，节能效果非常显著，代表了未来家居耗能设计的方向，面对接近70亿平米的建筑节能改造，具有极大市场推广价值。

力诺瑞特太阳能从最初的强制双循环分体式太阳能系统技术到如今的大型太阳能热水工程系统技术、太阳能建筑一体化技术等行业内的最先进的技术，也是每一次产品升级都带来的创新。在每一次革新时，市场部门都需要对消费者或者老客户进行走访访谈，从回访中了解到目前产品中的不足，以便下次升级时一定要克服这个不足，在力诺瑞特人不辞劳苦的工作精神下，通过持续的完善与升级，让产品越来越接近完美。



图解：力诺瑞特百万用户大回访启动仪式

营销战——拼服务

现代的人越来越看重消费者体验和售后服务，往往一些细小点都能决定他们对产品的选择。力诺瑞特想要打好这场消费者品牌的“空战”，就必须在产品服务上下功夫，完善售后服务，完善消费者体验，这样才能掌握这场战争胜利的钥匙。

力诺瑞特从成立之初就秉承“用户的满意，是我们工作的新起点”的服务理念，自03年连续开展百万用户大回访活动以来，如今已经举办了十二届，得到了用户的一致好评，树立了良好的品牌形象，知名度、美誉度都得到很大提高。

每年11月开始入冬，力诺瑞特工作人员都会主动服务老用户，全面通检，排除安全隐患，产品服务升级，满足客户多种需要，保证消费者在冬天用上“阳光热水”。

采用短信、电话、上门相结合，详细记录回访情况，问题用户及时解决。并电话或短信回访，告知冬季使用注意事项；上门回访，对太阳能通检，排除使用隐患，并赠送《太阳能热水器使用、维护、保养须知》、《温馨提示贴》保证太阳能顺利过冬。并持续开展“无界服务”，对市场上的咋拍太阳能用户提供专业维护，让“太阳能孤儿”不再无助。

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/74610.html>